

Збірник наукових матеріалів
XLI Міжнародної науково-практичної
інтернет - конференції
el-conf.com.ua



«ВЕСНЯНІ НАУКОВІ ЧИТАННЯ — 2020»

10 березня 2020 року

Частина 1



м. Вінниця

Весняні наукові читання — 2020, XLI Міжнародна науково-практична інтернет-конференція. – м. Вінниця, 10 березня 2020 року. – Ч. 1, с. 80.

Збірник тез доповідей укладено за матеріалами доповідей XLI Міжнародної науково-практичної інтернет - конференції «Весняні наукові читання — 2020», 10 березня 2020 року, які оприлюднені на інтернет-сторінці el-conf.com.ua

Адреса оргкомітету:
21018, Україна, м. Вінниця, а/с 5088
e-mail: el-conf@ukr.net

Оргкомітет інтернет-конференції не завжди поділяє думку учасників. У збірнику максимально точно збережена орфографія і пунктуація, які були запропоновані учасниками. Повну відповідальність за достовірну інформацію несуть учасники, наукові керівники.

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

ЗМІСТ

Економічні науки

<i>Битько М.М., Волонтир А.В., Бойко В.В.</i> РИНОК ЗЕМЛІ – БУТИ ЧИ НЕ БУТИ?.....	5
<i>Білан Д.Є.</i> ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ РИНКУ СТРАХУВАННЯ В УКРАЇНІ ...	12
<i>Бут Т.В., Цвілий С.М.</i> ВНУТРІШНІЙ ТУРИЗМ В УКРАЇНІ: ПЕРЕШКОДИ І ПЕРСПЕКТИВИ	17
<i>Бут Т.В.</i> РОЗВИТОК ІСТОРИКО-КУЛЬТУРНИХ КОМПЛЕКСІВ УКРАЇНИ..	21
<i>Герасименко О.М.</i> ІДЕНТИФІКАЦІЯ МУЗЕЙНИХ ПРЕДМЕТІВ В СКЛАДІ АКТИВІВ СПАДЩИНИ ТА ЇХ КЛАСИФІКАЦІЯ.....	27
<i>Гнатюк Н.С.</i> МІСЦЕ КРИПТОВАЛЮТИ В ЕКОНОМІЧНІЙ СИСТЕМІ	31
<i>Данькевич А.В.</i> АНАЛІЗ СТАНУ ТА СТРУКТУРИ РИНКУ ІНТЕРНЕТ РЕКЛАМИ В УКРАЇНІ ЗА 2019 РІК.....	35
<i>Dekhtyar N.</i> NEW PARAMETERS INFLUENCING THE TRADITIONAL THEORY OF THE GLOBAL MARKET.....	39
<i>Жайворонок В. В.</i> КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЯК СКЛАДОВА КУЛЬТУРИ ОРГАНІЗАЦІЇ	44
<i>Жайворонок В.В.</i> ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ SAP: ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ	48
<i>Zimina K.O.</i> MANAGEMENT OF CURRENT ASSETS OF THE ENTERPRISE	52
<i>Йосипенко К.В., науковий керівник Дернова І.А.</i> НАСЛІДКИ МІГРАЦІЇ РОБОЧОЇ СИЛИ В УКРАЇНІ.....	54
<i>Ковтуненко В.А.</i> УПРАВЛІННЯ ЗБУТОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ	58
<i>Куцовол А.С.</i> СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ КРЕАТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ В УКРАЇНІ	62
<i>Кушнір І.І.</i> СИСТЕМА ЗБАЛАНСОВАНИХ ПОКАЗНИКІВ ЯК АНАЛІТИЧНИЙ ЗАСІБ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ	66

<i>Ларіна Д.Є.</i> ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ЛІНІЙНИХ ПАРАМЕТРИЧНИХ МЕТОДІВ У ПРОГНОЗУВАННІ ІМПОРТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ УКРАЇНИ	69
<i>Никіфорова К.Г., Озеран А.В.</i> ОПЕРАЦІЙНА ОРЕНДА АКТИВІВ: ПРОБЛЕМНІ АСПЕКТИ ОБЛІКУ	73

РИНОК ЗЕМЛІ – БУТИ ЧИ НЕ БУТИ?

*Битько М.М., Волонтир А.В., Бойко В.В.,
викладачі будівельного факультету
Черкаський державний технологічний університет
м. Чкркаси, Україна*

Створення ефективного ринку сільськогосподарських земель в Україні залишається питанням стратегічної важливості, від реалізації якого залежить динаміка соціально-економічного розвитку АПК, земельних відносин, та національної економіки в цілому.

Україна володіє значним земельним потенціалом, який становить 5,7 % території Європи. Із 60,3 млн/ гектарів майже 70 % становлять сільськогосподарські угіддя з високою родючістю.

Сільське господарство - одна з найперспективніших галузей економіки України. Агросектор генерує приблизно 32% ВВП і створює робочі місця для мільйонів українців. 40% валютної виручки, яка надходить в країну, виробляється саме в аграрному секторі.

В умовах глобальної економіки та все більшої інтеграції України у світові економічні процеси, саме агропромисловий комплекс може стати в авангарді розвитку української економіки.

Земля, її надра, атмосферне повітря, водні та інші природні ресурси, які знаходяться в межах території України, природні ресурси її континентального шельфу, виключної (морської) економічної зони є об'єктами права власності українського народу.

У ст.14 Конституції зазначається, що земля – основне національне багатство, що перебуває під особливою охороною держави. Право власності на землю гарантується. Це право набувається і реалізується громадянами, юридичними особами та державою виключно відповідно до закону. Разом з тим, ст..22 Конституції України забороняє обмежувати зміст та обсяг існуючих прав і свобод при прийнятті нових законів або внесенні змін в існуючі.

Проте саме таке зменшення прав і відбулося при введенні мораторію на обіг земель сільськогосподарського призначення, в результаті чого власники сільськогосподарських угідь, на відміну від власників земель інших категорій, не можуть повноцінно розпоряджатися своєю власністю, а практично єдиним способом передачі землі іншим особам є укладання договору про оренду.

Орендні відносини ґрунтуються на договорах, яких укладено 4,7 млн. загальною площею 16.6млн. га, що становить половину всіх земель приватної форми власності. Крім того, укладено близько 56 тис. договорів оренди державних сільгоспземель загальною площею близько 2,5 млн. га, що становить чверть усього державного земельного банку.

Ринок землі є невід'ємною частиною економіки будь-якої розвинутої держави.

Земля не є класичним товаром і тому, ринок землі має цілу низку специфічних особливостей. Однією з таких особливостей, в розвинутих країнах є те, що при правильній експлуатації земля не тільки не втрачає свою вартість, але й збільшує її, що стримує власників земельних ділянок від їх продажу. Тобто підсилюється обмеженість пропозиції земельних ресурсів. Світова практика свідчить, що в умовах ринку землевласники вельми неохоче продають свої земельні ділянки, віддаючи перевагу здачі землі в оренду. Вони зацікавлені в отриманні стабільного прибутку, саме тому в кожний певний момент продається лише незначна частина земельного фонду.

Однак ринок землі далекий від досконалості й не є гарантом стабільності. Виявлення та усунення недоліків ринку - найважливіше завдання держави.

Держава зобов'язана в першу чергу створити умови захисту прав власності на землю, дотримання суб'єктами своїх договірних зобов'язань, цілеспрямованого й розумного використання земельного фонду країни, при цьому політика держави повинна базуватися на поєднанні інтересів всіх господарюючих суб'єктів аграрного сектора. Будь-яка державна система керування повинна базуватися на земельному кадастрі - це офіційно складений, систематизований звіт відомостей, що стосується земельного фонду країни.

Аналіз історії земельних відносин у Європі дозволяє зробити висновок, що ринок сільськогосподарської землі має право на існування, але він вимагає ретельного обґрунтування та суттєвих обмежень. Спроба врахувати лише найсуттєвіші обмеження: заборона надмірної концентрації землі; право на землю тих, хто на ній працює; уникнення створення земельних латифундій; обмеження дроблення земельних ділянок; резервування землі для суспільних потреб тощо - приводить до висновку, що, можливо, прийнятною основою організації ринку земель сільськогосподарського призначення є оренда.

Яку ситуацію маємо в Україні? Конституція однозначно проголошує землю об'єктом права власності українського народу (ст. 13). З іншого боку, спеціально наголошено: земля є основним національним багатством, що перебуває під особливою охороною держави (ст. 14). Уважно придивившись до тих змін і новацій, які вніс у земельні відносини Земельний кодекс, можемо побачити, що: земля поступово перестає бути об'єктом права власності народу, а стає об'єктом права власності фізичних і в перспективі - юридичних осіб; держава не розробила засобів "особливої охорони" землі, попри те - успішно прощтовхують спроби перетворити землю на звичайний товар.

Сьогодні формування ринку земель сільськогосподарського призначення є одним з найбільш дискусійних і заполітизованих питань аграрної політики в Україні. Однак усередині країни поки що немає єдності щодо шляхів вирішення цього питання. Аргументів «за» і «проти» зняття мораторію вистачає в кожній із зацікавлених сторін.

На думку противників мараторію, відсутність в Україні цивілізованого ринку землі негативно впливає на орендні відносини в сільському господарстві, породжуючи коло економічних проблем: відсутність можливостей щодо конкурентного продажу земельних ділянок збільшує пропозицію орендодавців землі, що обумовлює низькі ціни оренди (близько 100-150 євро/га за рік). Невисокий рівень орендної плати обумовлює заниження цін на земельні ділянки.

Як наслідок, окремі земельні масиви не знаходять орендарів і не використовуються.

Створення ринку землі ніяк не вплине на права власності громадян, зокрема селян-пайовиків. Приблизно 1 мільйон із них померли за час довготривалої земельної реформи, так і не скориставшись своєю власністю, навіть не передавши у спадок. Оформлення спадщини коштує більше, ніж прибуток від оренди цієї землі.

За підрахунками аналітиків проєкту «Підтримка реформ у сільському господарстві та земельних відносинах в Україні», нині власники землі отримують від неї в 12 разів менше, ніж могли б. Вартість оренди могла б сягати 400-600 доларів за гектар, якби діяв ринок. Щороку в державі переукладається понад мільйон договорів оренди. Якби мораторій був скасований, то протягом року переваги ринку відчув би мільйон власників паїв.

Інвестиції в український ринок землі створять робочі місця та виробництво. Відсутність цивілізованого ринку землі є головним маркером для інвестора.

Продаж земельної ділянки залежить від бажання продавця. Він же зможе обирати покупця і домовлятися про вигідну ціну.

Мораторій не дозволяє фермерським господарствам та великим аграрним виробникам купувати землю, а отже, позбавляє їх можливості займатися довгостроковим фінансовим плануванням бізнесу. Земля таких фермерів не є активом, який можна використовувати для залучення банківського фінансування на розвиток справи, купівлю пального та добрив, будівництво сховищ для зберігання продукції. Мораторій обмежує доступ фермерів до фінансових ресурсів та уповільнює економічне зростання.

Мораторій погіршує якість землі, оскільки орендарі, які орендують землі, не мають права (і чіткої перспективи) стати власником орендованої землі, не зацікавлені в збереженні родючості ґрунтів. Агрофірмам однаково, що буде з землею завтра. Але недбале ставлення до землі призводить до її деградації.

Місцеві громади та державний бюджет, за оцінками Центру економічних стратегій, недоотримують близько 2,8 млрд грн податкових надходжень щороку через відсутність легального оформлення угод з фактичного продажу землі.

До позитивних наслідків скасування мораторію можна також віднести ще

наступні: більш ефективні власники стануть менше покладатися на субсидії з державного бюджету; введення іпотеки на землю сільськогосподарського призначення сприятиме зниженню відсоткових ставок і зробить кредитування більш доступним для малих і середніх господарств; селяни, які бажають займатися несільськогосподарською діяльністю в сільських районах, зможуть продати свою землю, одержавши в такий спосіб початковий капітал для підприємництва.

Хоч мораторій існує на законодавчому рівні, насправді в Україні діє маса схем, за якими можна стати власником землі. Ними користуються як звичайні фермери, так і аграрні підприємства. Тобто ринок землі в Україні давно існує, але він знаходиться в «тіні». Проти його легалізації виступають політики та чиновники, які заробляють на цьому. Їх підтримують крупні агрохолдинги, яких влаштовує існуюча модель – оренда паїв за заниженими ставками та відсутність конкуренції. З іншого боку, відсутність конкуренції на землю змушує селян-власників здавати свою землю в оренду агрохолдингам за заниженими в п'ять разів цінами.

Отже, основна проблема подальшого існування мораторію – земля залишається неліквідним активом, а селяни через це не мають доступу до фінансових ресурсів. Тобто мораторій абсурдний як з правового, так і економічного погляду.

Водночас цілий ряд політиків, фахівців та й просто пересічних громадян виступають категорично проти відкриття ринку землі. Передусім, невеликі та середні підприємства, а надто фермери, переважно проти ринку землі. Серед їхніх побоювань: подорожчання оренди, поява підґрунтя для рейдерських атак або протестів пайовиків, відсутність грошей на придбання землі, неможливість взяти кредит тощо. Дехто з фермерів «прогнозує», що після запровадження ринку землі українські чорноземи скуплять іноземці. Але, якщо і погоджуються на запровадження ринку землі, то тільки після виконання трьох умов: закінчення бойових дій на Сході країни, подолання корупції та відновлення сталого економічного розвитку у країні.

Думки людей щодо того, потрібно проводити земельну реформу чи ні, відрізняються залежно від віку респондентів, їх місця проживання і рівня життя.

Слід зазначити, мораторію саме в такій формі, як в Україні, коли приватна власність є, але власникам заборонено розпоряджатися нею, більше ніде немає.

У всьому світі існує ринок землі, і якщо приклади далеких заокеанських країн можуть не надто цікавити українців, то приклади найближчих сусідів і партнерів, якими є країни Європейського Союзу, мають цікавити навіть найдрібніших власників землі.

Практично всі країни колишнього соцтабору, які приєдналися до Європейського Союзу у 2004, 2007 та 2013 р., уже пройшли (і досить успішно), шляхом лібералізації ринку землі, тому наші парламентарі мають усі можливості для створення якісних законів.

Провівши аналіз переваг та недоліків дії мораторію на продаж та інші способи відчуження земель с/г призначення і земельні частки (паї), можна зробити висновок, що він має набагато більше недоліків, ніж переваг для власників земель, землекористувачів та суспільства загалом, а відкриття ринку землі може сприяти вирішенню низки економічних, соціальних та навіть екологічних питань.

За обрахунками Світового банку, вільний обіг земель сільськогосподарського призначення вже в перший рік збільшить ВВП України на 1-2%. А це близько 50 млрд грн. Економісти передбачають, що запровадження ліберальної моделі ринку землі встановить ціну 1 га на рівні 5 тис. дол., що принесе Україні до 100 млрд доларів впродовж 10 років.

Варто наголосити, що держава планує відкрити ринок землі не для того, щоб її розпродати. І в уряді, і в офісі президента наголошують, що першочергове завдання реформи – перетворити землю на цінний актив. Земля повинна приносити прибутки її власникам. В умовах нелегального ринку це неможливо.

Економісти загалом позитивно оцінюють запуск ринку землі. Вони зазначають, що це допоможе переключити галузь із вирощування виснажливих

культур (напр., соняшнику, рапсу) на нішкове виробництво. А також принесе прибутки як власникам землі, так і державі.

Більше того, Кабмін планує запровадити систему моніторингу обігу земель. Українці зможуть вільно отримувати інформацію про операції з купівлі-продажу. При цьому податки від оренди планується залишати в бюджетах громад.

Сподіватимемось, що задумане наша правова гілка влади все ж реалізує, і буде це на користь в першу чергу звичайних громадян, на благо держави та не порушуючи норм Конституції України.

Література:

1. Конституція України. Відомості Верховної Ради України. 1996. № 30
2. Земельний кодекс України від 25 жовтня 2001 року. Відомості Верховної Ради України. 2002. № 3-4
3. Ринок землі в Україні: можливо, спробувати по-іншому? // Юрій Губені, доктор економічних наук, в. о. професора, зав. кафедри права і підприємництва Львівського ДАУ
4. Український ринок землі: бій з тінню! // Сахацький Сергій // <http://www.legalweekly.com.ua/article/?uid>
5. Регулювання ринку сільськогосподарських земель: ідеї та законопроекти // Кулинич П.Ф., кандидат юридичних наук, старший науковий співробітник Інституту держави і права НАН України, доцент Київського університету права НАН України // <http://www.agroconf.org/uk/node/>
6. Губені Ю. Ринок землі в Україні: можливо, спробувати по-іншому?. — Львівська газета, 23 березня 2007.

ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ РИНКУ СТРАХУВАННЯ В УКРАЇНІ

*Білан Д.Є.,
студент економічного факультету
Національний університет
«Острозька академія»
м. Острог, Україна*

Страховий ринок є невід'ємним елементом фінансової системи усіх держав світу. Часто рівень розвитку економіки країни визначають за рівнем організації страхової справи, яка за рентабельністю у багатьох країнах світу випереджає промисловий та банківський сектори. Страховий ринок є важливим компонентом ринкової економіки країни, за його ефективного функціонування значно зменшуються витрати державного бюджету на відшкодування збитків, спричинених внаслідок надзвичайних ситуацій, природних лих, також захищає бізнес від непередбачуваних ризиків та забезпечує соціальну підтримку населення. В той же час ринок страхування стимулює економічне зростання країни, адже він накописує і перетворює фонди неактивного капіталу у джерело інвестиційних ресурсів, що змушує активізувати реальний сектор економіки. Отже, ефективний ринок страхування забезпечує соціальну і економічну стабільність у країні [1].

Рівень розвитку страхового ринку визначається соціально-економічним становищем в країні, готовністю населення та суб'єктів господарювання до споживання такого роду фінансових послуг, а також державною підтримкою страхового бізнесу. Порівняно з європейськими країнами, де страхування охоплено понад 94% страхового поля, в Україні страхові послуги користуються значно меншим попитом (10–15% страхового поля), особливо у галузі майнового та окремих видів особистого страхування, що зумовлено як низькою довірою економічних суб'єктів до страховиків, так і низьким рівнем їхньої обізнаності у сфері страхування [2].

Страховання є потужною фінансовою системою, яка практично не поступається банківській сфері, проте його розвиток в Україні стримується низкою актуальних проблем:

- недосконала нормативно-правова база;
- нерозвиненість національної страхової інфраструктури;
- відсутність реальних фінансових механізмів для довгострокового розміщення страхових резервів;
- низький рівень страхових виплат;
- дисбаланс страхових портфелів у бік корпоративного страхування;
- значна інформаційна закритість діяльності страхових компаній;
- низький попит фізичних і юридичних осіб на страхові послуги, що спричинено економічною та політичною нестабільністю в країні;
- недостатній рівень впровадження інновацій страховими компаніями
- низький рівень дохідності окремих видів страхування;
- недостатня ефективність стратегічного менеджменту страхових компаній;
- відсутність механізмів податкового стимулювання інвестиційної активності страхових компаній, низький рівень розвитку ринку довгострокового страхування життя;
- нерозвиненість системи рейтингової оцінки страховиків, непрозорість ринку, відсутність дієвих механізмів захисту прав страхувальників;
- слабкі зовнішньоекономічні зв'язки України у сфері страхування з іншими країнами;
- низькі показники конкурентоспроможності українських страхових компаній [3].

У зв'язку з нестабільною політичною та економічною ситуацією в державі, погіршилося становище страхового ринку. Багато з даних проблем притаманні також для інших секторів фінансового ринку: проблеми економічного характеру й організаційно-правові проблеми [4].

Специфіка страхування визначає безпосередній зв'язок страхового ринку з фінансами підприємств, фінансами населення, банківською системою, державним бюджетом та іншими фінансовими інститутами, в рамках яких реалізуються страхові відносини. У таких відносинах відповідні фінансові інститути виступають як страхувальники і споживачі страхових продуктів. Специфічні відносини складаються між страховим ринком і державним бюджетом та державними позабюджетними фондами, що пов'язано з організацією обов'язкового страхування [5].

В Україні сьогодні актуальним залишається питання розвитку страхування як окремого напрямку державного регулювання розвитку бізнесу і підприємництва в різних галузях народного господарства. За допомогою прийняття спеціальних законів, визначення обов'язкових видів страхування, регламентації діяльності страхових організацій на українському страховому ринку можна покращити ситуацію. Для цього необхідно застосувати такі заходи:

- створення нормативної бази, яка регулює права, обов'язки та відповідальність сторін за договорами перестрахування;
- стабілізація фінансового стану всіх суб'єктів економіки та населення;
- відновлення довіри населення до страховиків, що вимагає серйозних, зрозумілих для потенційних клієнтів, гарантій повернення вкладених коштів і нарахованих на них відсотків;
- посилення контролю за діяльністю страховиків з боку органів страхового нагляду, застосування ними своєчасних заходів, які попереджують неплатоспроможність страховиків;
- удосконалення організаційної структури та створення інфраструктури страхового ринку на рівні світових вимог; розвиток системи перестрахування [6].

Ризиками, які гальмують розвиток ринку страхування України є:

1) глобальні ризики, зумовлені циклічним характером розвитку світової економічної та фінансової систем, неможливістю передбачити час та масштаб чергової кризи;

2) макро- та мікроекономічні ризики, пов'язані із збереженням тенденцій до зниження темпів зростання національної економіки, рівня інвестиційної

активності, високих рівня інфляції та відсотків за банківським кредитуванням, низького рівня життя населення України, недостатнього рівня розвитку внутрішньої інфраструктури;

3) фінансові ризики, що включають незадовільний фінансовий стан значної частини страховиків, низький рівень якості їхніх активів, залежність інвестиційних доходів від депозитної політики банківської системи;

4) ризики, до яких належать посилення цінової конкуренції та загроза банкрутства значної кількості страховиків, зростання обсягу невиконаних зобов'язань між страховиками, в т.ч. за договорами перестраховування, та у відносинах з контрагентами і партнерами (банками, інвестиційними компаніями тощо).

Сучасний стан розвитку страхового ринку України свідчить про те, що він недостатньо ефективно виконує свою роль у функціонуванні фінансової системи. Так як, за оцінками експертів, частка страхових платежів за особистим страхуванням в Україні становить усього 4-5%, тоді як у Західній Європі та США цей вид послуг займає близько 60%, у Японії – 80%, у Великобританії – 70%, а у світі в середньому – 58,3%. Загальний обсяг страхових послуг на фінансовому ринку України в останньому десятиріччі за зібраними преміями дорівнював 0,06% світового обсягу і був меншим у 400 разів порівняно із США, у 60 разів – із Німеччиною, у 50 разів – із Францією [7].

Таблиця 1.

Динаміка розвитку страхових компаній в Україні [8]

Назва показника	Роки						
	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Кількість страхових компаній, од.	414	407	382	361	310	294	281
Обсяг валових страхових премій, млн. грн	21508	28661,9	26767,3	29736,0	35170,3	43431,8	49367,5
Обсяг страхових виплат, млн. грн.	5151	4651,8	5065,4	8100,5	8839,5	10536,8	12863,4
Активи страхових компаній, млн. грн.	56224,7	66387,5	70261,2	60729,1	56075,6	57381,0	63493,3

Ринок страхових послуг є другим за рівнем капіталізації серед інших небанківських фінансових ринків. Загальна кількість страхових компаній станом на 31.12.2018 становила 281, у тому числі СК "life" – 30 компаній, СК "non-life" –

251 компанія, (станом на 31.12.2017 – 294 компанії, у тому числі СК "life" – 33 компанії, СК "non-life" – 261 компанія). Кількість страхових компаній продовжує тенденцію до зменшення, так за 2018 рік порівняно з 2017 роком, кількість компаній зменшилася на 13 СК, порівняно з 2016 роком зменшилася на 29 СК.

При розгляді страхового ринку, основних проблем його функціонування, перспектив розвитку та ризиків, які гальмують його розвиток, можна стверджувати, що впродовж останніх років ситуація на ринку страхових послуг України склалася не зовсім сприятлива. Відставання від зарубіжних країн досі лишається значним. Хоча наявна велика кількість позитивних зрушень обсяги та кількість застрахованих зростає, а отже зростає довіра до страхових компаній. В той же час їх кількість щороку зменшується, тому на ринку лишаються лише конкурентноспроможні компанії.

Література:

1. Дьячкова Ю. М. Страховий ринок в умовах нестабільної економіки / Ю. М. Дьячкова // Вісник ДДМА : зб. наук. пр. – Краматорськ : ДДМА, 2014. – № 2 (33) – С. 172–176.
2. Пономарьова О.Б. Визначення проблем страхового ринку та їх вирішення / А.В. Бодня, М.А. Іванченко, О.Б. Пономарьова // Глобальні та національні проблеми економіки [Електронний ресурс]. – 2015. – №5. – Режим доступу: <http://global-national.in.ua/archive/5-2015/166.pdf>
3. Александрова М.М. Страхування: навчально – методичний посібник. – К.: ЦУЛ, 2002 – 280 с.
4. Стратегія розвитку страхового ринку України на 2011-2020 роки [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: http://ufu.org.ua/ua/about/activities/strategic_initiatives/5257.
5. Музика О.М. Стан та тенденції розвитку страхового ринку України / О.М. Музика // Збірник науково-технічних праць НЛУУ. – Львів. – 2008. – С. 246-255.
6. Говорушко Т.А. Страхові послуги: навчальний посібник / Т.А.Говорушко.– Київ: Центр навчальної літератури, 2005. – 400 с.

7. Золотарьова О.В. Ключові тенденції та пріоритети розвитку ринку страхових послуг в Україні / О.В. Золотарьова // Економіка і суспільство. – 2017. – №11. – С. 413-420.

8. Підсумки діяльності страхових компаній за 2017 рік [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://forinsurer.com/files/file00654.pdf>

Економічні науки

ВНУТРІШНІЙ ТУРИЗМ В УКРАЇНІ: ПЕРЕШКОДИ І ПЕРСПЕКТИВИ

Бут Т.В., Цвілий С.М.

к.е.н., доценти

кафедра туристичного, готельного

та ресторанного бізнесу

Національний університет

«Запорізька політехніка»

Результати маркетингових досліджень свідчать про те, що станом на січень 2020 року дві третини українців жодного разу не були за кордоном, а протягом останніх п'яти років (2015-2019 рр.) більшість (близько 53%) [1] не вирушали закордон, взагалі. Економічні показники галузі туризму свідчать про розвиток туристичної галузі, втім громадяни України дедалі частіше віддають перевагу відпочинку за кордоном. Цьому сприяють так звані «безвіз» і прихід лоукостерів на вітчизняний ринок пасажирських авіаперевізників. Втім, кожен регіон України має свої унікальні туристичні локації і суттєву кількість цікавих туристичних маршрутів. Для підвищення туристичної привабливості України та її конкурентоспроможності на світовому рівні потрібно постійно приділяти увагу розвитку внутрішнього туризму і вирішувати існуючі нагальні проблеми.

За даними Державної служби статистики України [2] спостерігається певне зростання доходів населення. Цього року масово поїхали відпочивати вчителі, лікарі, дрібний бізнес. Реальні показники відвідуваності, зібрані суми туристичного збору, витрати на розвиток інфраструктури та промоцію

дозволяють визначити регіони-лідери. За результатами аналізу [1] експертів Асоціації індустрії гостинності України складено рейтинг областей України, які мають найкращий туристичний потенціал та докладають сьогодні суттєвих зусиль для його просування на ринку внутрішнього туризму (табл. 1).

Таблиця 1

ТОП-7 лідерів внутрішнього туризму туристичних напрямків України
за 2018 р.

№ з/п	Регіон	Лідуючий вид туризму	Туристичний збір, 2018 р., млн. грн.	Переваги / популярні туристичні об'єкти
1	Львівський	Екскурсійний	13,4	Європейська атмосфера, гарна природа, розвинена інфраструктура. Маршрут «Золота підкова Львівщини», парк «Сколівські Beskidi», заповідники «Розточчя», курорти Славське, Трускавець.
2	Одеський	Пляжний	11,5	Популярні райони рекреаційного відпочинку Аркадія, Великий Фонтан, Затока, Кароліно-Бугаз. Білгород-Дністровська фортеця Аккерман, с. Шабо (винний туризм), с. Вилкове – українська Венеція.
3	Закарпатський	Гастрономічний	3,8	Термальні джерела, сезонне цвітіння нарцисів і сакур, гуцульська кухня. НПП «Синевир». Фестивалі «Гуцульська бриндзя», «Червоне вино».
4	Івано-Франківський	Спортивний	3,7	Гірськолижний туризм. Фестивалі та форуми. Курорт «Буковель», сходження на найвищу гору України – Говерлу.
5	Херсонський	Рекреаційний	3,69	Унікальні природні об'єкти: піщаний масив «Олешківські піски», піщана коса Арабатська стрілка, заповідний Бирючий острів, безлюдний острів Джарилгач, біосферний заповідник «Асканія-Нова», Рожеві озера.
6	Запорізький	Рекреаційний, Лікувально-оздоровчий, дитячий	3,61	Дитячий туризм у оздоровчих таборах, літній відпочинок на Азовському морі, 7 чудес України – о. Хортиця (Запорізька Січ, козацтво). Курорти: Бердянськ, Приморськ, Кирилівка.
7	Тернопільський	Замковий	0,4	Сотні середньовічних замків, 11 з яких входять до складу Національного заповідника «Замки Тернопілля», історичні пам'ятки. Палац Вишневецької, Збараський замок. Проведення фестивалей у Чорткові.

Слід підкреслити, що туристи всередині країни купують тури, як і раніше, в Карпати (лікувальний, гастрономічний та гірськолижний відпочинок), Львів, Київ й Одесу, які є центрами позасезонного відпочинку, та відвідування яких постійно зростає. В свою чергу, Херсонська та Запорізька області завжди відзначились перевагою рекреаційного та лікувально-оздоровчого відпочинку. Так, розвиток дитячого туризму спостерігається у Запорізькій області, яка вже протягом 50 років приймає тисячі відпочивальників на численних базах відпочинку та у дитячих оздоровчих таборах на березі Азовського моря. Крім рекреації Херсонська область приваблює туристів багатьма своїми унікальними природними об'єктами, такими як піщаний масив «Олешківські піски», піщана коса Арабатська стрілка, заповідний Бірючий острів, безлюдний острів Джарилгач, біосферний заповідник «Асканія-Нова», Рожеві озера тощо. Як свідчать дані табл. 1, Тернопільська область ввійшла в топ-лідерів, оскільки активно працює над покращенням туристичної інфраструктури навколо найцікавіших історичних пам'яток, серед яких є понад сотні середньовічних замків, що збереглися в Україні. Крім того, Тернопільську область визначено на рівні пріоритетну галузь для розвитку та інвестування.

Такі події, як втрата контролю над тимчасово окупованою АР Крим та значне падіння курсу гривні щодо долара і євро, за останні роки змінили туристичну галузь. Хоча українці стали більше подорожувати всередині власної країни, однак, існує безліч проблем розвитку внутрішнього туризму України.

За результатами аналізу рейтингу областей України (табл. 1) з'ясовано, що Івано-Франківська область посідає четверту сходинку і знаходиться серед лідерів розвитку внутрішнього туризму. Слід згадати про проблеми, такі як: транзитність Івано-Франківська та Галича; плинність кадрів (як на державній службі, так і в приватному секторі); екологічне перевантаження рекреаційних зон; недостатнє фінансування для маркування нових туристичних стежок, облаштування лавок й альтанок. У 2019 році на діяльність всього управління міжнародного співробітництва, євроінтеграції, туризму та інвестицій ОДА Івано-Франківської області скерували два мільйони гривень [3].

Сьогодні внутрішніх туристів відлякує відсутність інфраструктури і занедбаність пам'яток на Сході України. Час у дорозі, місця перебування та відпочинку, місця зупинок є нагальними проблемами для туриста також. Існує потреба обладнання рекреаційних зон, які повинні бути на всіх туристичних маршрутах. Різке підвищення цін у шість разів на бронювання квитків для колективних перевезень залізничного сполучення негативно вплинуло для внутрішніх подорожей. Наприклад, для розвитку Харківської та Сумської областей необхідно відремонтували трасу Харків-Суми, і потік туристів одразу збільшиться, як із Сум до Харкова, так і в зворотному напрямку. Разом з тим, за даними сервісу з пошуку попутників *Wlablascar*, найпопулярнішими напрямками подорожей Україною залишаються Київ - Львів, Київ - Одеса та Київ - Харків.

Взагалі, внутрішній туризм є найшвидшим способом створити робочі місця, а значить і отримати надходження до бюджету. Український внутрішній турист стає більш вибагливим, бо завдяки відкриттю кордонів з ЄС, побачивши інший рівень сервісу, вимагає відповідного всередині країни. Отже, стратегія розвитку регіонів України повинна забезпечити такий рівень життя місцевих жителів, щоб туристи мали можливість та захотіли відчувати локальні традиції та рівень гостинності під час подорожі, а також: відвідати музей, порибалити на озері, отримати підвищений рівень адреналіну на гоночній трасі, погодувати екзотичних тварин в місцевому зоопарку, пообідати в ресторані зі смачною кухнею за доступні гроші, з високим рівнем сервісу, безпечно і комфортно.

Література:

1. Zruchno.Travel: Інформаційний портал. Лідери внутрішнього туризму: ТОП-7 туристичних напрямків України 2019: офіц. веб-сайт. URL: <https://zruchno.travel/News/New/3714?lang=ua> (дата звернення 22.02.2020).

2. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення 23.02.2020).

3. Галицький кореспондент. Інтернет-видання. Внутрішній туризм в Україні: перешкоди і перспективи. URL: gk-press.if.ua (дата зверн. 22.02.2020).

РОЗВИТОК ІСТОРИКО-КУЛЬТУРНИХ КОМПЛЕКСІВ УКРАЇНИ

Бут Т.В.

*доцент кафедри туристичного,
готельного та ресторанного бізнесу
Національний університет
«Запорізька політехніка»*

Нинішній стан функціонування механізмів державного регулювання розвитку сфери охорони історико-культурної спадщини та пам'яток архітектури показує, що вони базуються на багатьох важелях перспективного характеру [1]. Так, у проекті Закону України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів щодо удосконалення державного нагляду (контролю) та визначення сфер господарської діяльності, що підлягають державному нагляду (контролю)» визначені основи державної політики, пов'язані зі здійсненням державного нагляду (контролю) у сфері охорони культурної спадщини, науки та освіти, а саме:

- дотримання вимог законодавства про охорону культурної спадщини під час здійснення господарської діяльності на об'єктах культурної спадщини;
- стан утримання об'єктів культурної спадщини, які перебувають у власності, користуванні чи управлінні суб'єктів господарювання [2].

Однією із головних проблем охорони історико-культурної спадщини та пам'яток архітектури є удосконалення діяльності державно-владних інституцій шляхом формування системи механізмів із координації функціонування пам'яткоохоронної сфери. Забезпеченню розвитку та популяризації культурних цінностей сприятиме удосконалення організаційного, правового, економічного та інформаційного механізмів державного регулювання охороною культурної спадщини за пріоритетними напрямками.

Зокрема, в умовах сучасності, проблема удосконалення законодавства у сфері охорони культурної спадщини є досить актуальною для України, що

зумовлено появою значної кількості загроз культурній спадщині в країні, серед яких можна виокремити [3]: залучення рухомих предметів культурної спадщини в цивільний обіг, який у переважній кількості є незаконним; масове розграбування археологічних пам'яток; масове знесення пам'яток архітектури у великих містах і будівництво на їхньому місці комерційної та житлової нерухомості, що не вписується у традиційну архітектуру цих міст; погіршення якості розроблення нормативних актів, у тому числі й у сфері культури; збільшення випадків розкрадання об'єктів культурної спадщини; незаконне вивезення культурних цінностей за кордон; ігнорування рекомендацій міжнародних організацій, у тому числі ЮНЕСКО та ін.

Крім Міністерства культури і туризму України, державне управління у сфері охорони культурної спадщини здійснюється Державним комітетом України з будівництва та архітектури, серед основних завдань якого – збереження традиційного характеру середовища, історичних ареалів населених місць, пам'яток архітектури і містобудування [4].

Варто зазначити також про існування консультативних рад із питань охорони культурної спадщини.

Незадовільний стан пам'яток культури свідчить про те, що існуюча система органів державної влади не забезпечує належного управління у сфері охорони, захисту та збереження історико-культурної спадщини [5].

Здійснення заходів з охорони культурної спадщини в державі здійснюється як за рахунок коштів, що передбачаються на виконання низки державних цільових програм, так і за рахунок цільових субвенцій та позабюджетних коштів, що залучаються під час виконання окремих регіональних проектів. Через низьку фінансову спроможність користувачів та власників зазначених об'єктів необхідно вирішувати проблеми збереження історико-культурної спадщини на урядовому рівні та на рівні центральних і місцевих органів виконавчої влади, органів місцевого самоврядування за допомогою відповідних організаційних та економічних заходів, також забезпечити механізм заохочування тих, хто фінансово підтримує або здійснює

безпосередньо роботи на всіх об'єктах історико-культурної спадщини.

Крім того, на формування організаційної структури захисту пам'яток впливають фактори не лише економічного, але й політичного характеру. Часті зміни політичного керівництва відображаються і в системі державного регулювання збереженням історико-культурного надбання. Це пов'язано передусім з процесами централізації чи децентралізації.

За результатами досліджень [6] запропоновано на основі методів багатовимірного статистичного аналізу (БСА) комплексно оцінити туристичну привабливість регіонів країни або окремої місцевості. Отримані результати визначити сукупний показник для об'єкта дослідження, а також фактори впливу на цей показник.

За допомогою методу багатовимірного шкалювання та факторного аналізу можна визначити найістотніші фактори, що впливають на залежну змінну (сукупний показник).

Запропонований методичний інструментарій базується на поетапному використанні у процесі оцінювання туристичної привабливості регіонів факторного та кластерного аналізів.

Одержаний підсумковий інтегральний показник – індекс туристичної привабливості регіонів – визначався сумою чотирьох компонент: «Наявність матеріально-технічної бази для відпочинку та оздоровлення», «Умови перебування», «Рівень розвитку інфраструктури», що є стимуляторами розвитку туристичної діяльності, тоді як четверта компонента – «Культура та екологія» – розглядалася як дестимулятор.

Дослідження проводилося за допомогою програми SPSS Statistics 17.0. на базі офіційних даних Державного комітету статистики, Державного агентства України з туризму та курортів, Державної служби статистики України.

У результаті наведений підхід дозволив поділити територію країни на 16 кластерів та згрупувати їх за рівнем туристичної привабливості, що представлено у таблиці 1.

Таблиця 1 – Розподіл регіонів країни за критерієм індексу туристичної привабливості [6]

Рівень туристичної привабливості регіонів	Значення інтегрального показника	Регіони країни
Найвищий	2,18	Рекреаційна територія коси Арабатська Стрелка, м. Київ, Львівська область.
Високий	1,67 – 1,24	Хмельницька, Вінницька, Одеська, Миколаївська, Київська, Харківська, Херсонська, Закарпатська області.
Середній	1,23 – 1,05	Запорізька, Полтавська, Волинська, Рівненська, Чернівецька, Кіровоградська, Чернігівська, Івано-Франківська області.
Низький	1,04 – 0,47	Донецька, Тернопільська, Сумська, Черкаська, Житомирська, Луганська, Дніпропетровська області.

Це дозволить застосувати диференційований підхід до вибору інструментів державного регулювання туристичної діяльності для селективного стимулювання регіонів з найвищим рівнем туристичної привабливості.

Так, перші позиції посідає рекреаційна територія коси Арабатська Стрелка, яка має унікальні природні ресурси, є екологічно чистою зоною, де викиди забруднювальних речовин в атмосферу та скидання неочищених вод дорівнюють 0.

Це регіон, що має найбільшу кількість сонячних днів, згідно з офіційними даними, кількість днів з температурою вище 15° С становить 135–140 діб, а фактичні витрати на один ліжко-день перебування в санаторно-курортному закладі у середньому становить 400 грн. Місто Київ має особливий статус, що пояснюється першими позиціями щодо залучення інвестицій в основний капітал, де столиця України посідає першу позицію. Львівська область є оздоровницею, привабливим є відвідування замків, фортець області, також розвиток різних видів спорту взимку. Середньооблікова кількість працюючого персоналу, у тому числі лікарів, становить близько 10 тис. осіб.

За результатами аналізу оцінювання туристичної привабливості регіонів України визначено їх переваги та недоліки. Виникає необхідність їх вдосконалення з позицій інтегрального підходу та використання інструментарію

БСА для підвищення об'єктивності та забезпечення комплексності процедури оцінювання з використанням реальних кількісних показників, що характеризують видове різноманіття туристичної діяльності й особливості природничого та історико-культурного потенціалів кожного регіону.

У результаті буде отримано підсумковий комплексний показник – індекс туристичної привабливості, що дасть можливість поділити територію країни на кластери за рівнем їх туристичної привабливості.

Таким чином, аналіз сучасної нормативно-правової бази та практичної сфери охорони культурної спадщини дозволяє стверджувати, що ще не створена цілісна та взаємоузгоджена правова база, не набула системних ознак «державна система охорони культурної спадщини», існують проблеми, невирішення яких найближчим часом набуде ознак системної кризи в пам'яткоохоронній сфері.

З метою відновлення повноцінного контролю держави над процесами у сфері охорони та збереження культурної спадщини, пропонується: доцільно вдосконалити чинне законодавство України в сфері охорони нерухомих об'єктів культурної спадщини в напрямі посилення їх захисту та збереження; необхідно здійснити інвентаризацію всіх зобов'язань України щодо рекомендацій ЮНЕСКО зі збереження об'єктів, включених до Списку всесвітньої культурної спадщини ЮНЕСКО і домогтися їх виконання в безумовному порядку; доцільно розробити й затвердити концепцію Загальнодержавної програми охорони культурної спадщини, яка буде мати системний характер і відображати всі складові охорони культурної спадщини України; враховуючи ситуацію з масовою загибеллю в останні роки старовинних дерев'яних храмів, багато з яких були унікальними, доцільно запровадити спеціальну державну програму про заходи зі збереження старовинних дерев'яних церков України; з огляду на агресивні дії Російської Федерації та окупацію нею частини територій України, актуальним завданням є забезпечення міжнародного моніторингу стану збереження об'єктів культурної спадщини в Криму і Севастополі.

Література:

1. Мещеряков В.В. Сучасні підходи до вдосконалення механізмів державного регулювання зі збереження та популяризації історико-культурної спадщини та пам'яток архітектури / В.В. Мещеряков // Державне управління: удосконалення та розвиток. – 2015. – № 9. – С. 1 – 6.
2. Про внесення змін до деяких законодавчих актів щодо удосконалення державного нагляду (контролю) та визначення сфер господарської діяльності, що підлягають державному нагляду (контролю): проект Закону України від 14.07.2014 [Електронний ресурс]. – Режим доступу до сайту: <<http://www.dkrp.gov.ua/info/3701>>.
3. Гусев В. Кластерна модель інноваційної реструктуризації регіональної економічної системи / В. Гусев, В. Горник // Управління сучасним містом. – 2004. – № 10–12. – С. 118 – 125.
4. Закон України «Про охорону культурної спадщини» // Відомості Верховної Ради України 2000. – № 39. – 333 с.
5. Гевель К.М. Проблеми та перспективи державного управління сферою збереження та охорони історико-культурної спадщини в Україні [Електронний ресурс] / К.М. Гевель – Режим доступу до сайту: <<http://www.dridu.dp.ua/zbirnik/2009-02/09gkmksu.pdf>>.
6. Давидова О.Г. Методи оцінювання туристичної привабливості регіонів країни / О.Г. Давидова // Український соціум. – 2015. № 4(55). – С. 97 – 107.

ІДЕНТИФІКАЦІЯ МУЗЕЙНИХ ПРЕДМЕТІВ В СКЛАДІ АКТИВІВ СПАДЩИНИ ТА ЇХ КЛАСИФІКАЦІЯ

*Герасименко О.М.,
старший викладач кафедри бухгалтерського обліку
Університет державної фіскальної служби України
м. Ірпінь, Україна*

Якісна та ґрунтовна інформація про музейні предмети – одна з основних гарантій їх збереження. В цьому контексті ключове місце належить обліковій інформації. Нині музейні предмети підлягають фондовому обліку, особливістю якого є ведення фондово-облікової документації в рукописній формі та її зберігання в музеї. Як об'єкти бухгалтерського обліку музейні предмети у переважній більшості не розглядаються, що потребує досліджень у вказаному напрямі. Сформуванню загальнодержавної облікової політики стосовно музейних предметів особливо актуально в період модернізації бухгалтерського обліку в державному секторі, яка спрямована на адаптацію національної нормативно-правової бази з питань бухгалтерського обліку до міжнародних стандартів та створення надійного інформаційного забезпечення прийняття рішень. При цьому, міжнародний досвід та досвід провідних зарубіжних свідчить про необхідність виокремлення такої облікової категорії як «активи спадщини» для об'єднання різноманітних елементів культурної та природної спадщини з метою формування єдиних підходів до їх обліку та представлення у фінансовій звітності, що було досліджено в працях автора [1,2]. Зазначене актуалізує необхідність з'ясування місця музейних предметів в складі активів спадщини та їх класифікації для потреб бухгалтерського обліку.

Законодавством України встановлено, що музейні предмети державної частини Музейного фонду України закріплюються за музеями на праві оперативного управління [3]. Окрім музейних предметів, за музеями можуть закріплюватись і інші активи спадщини, що згруповано на рис.1.



Рис.1. Активи спадщини музею

Джерело: розроблено автором

Дослідження сутності активів спадщини та їх складу, а також сутнісних ознак музейних предметів сприяло розробленню алгоритму ідентифікації музейних предметів із загальної сукупності активів спадщини (рис.2).



Рис.2. Місце музейних предметів в складі активів спадщини

Джерело: розроблено автором

Як видно з рис.2, музейні предмети музею є складовою активів спадщини за умови їх належності до культурної спадщини, матеріальності, відповідності ознакам рухомих культурних цінностей, а також вилучення із сфери побуту та включення в музейне зібрання музею для зберігання, вивчення та публічного представлення.

Невід'ємною складовою досліджень бухгалтерського обліку музейних предметів є їх класифікація. Дослідження напрацювань вчених, а також положень нормативно-правових актів України сприяло формуванню авторського бачення стосовно класифікації музейних предметів, що передбачає їх поділ за:

1) *формою власності*: музейні предмети державної частини Музейного фонду України та музейні предмети недержавної частини Музейного фонду України. Розмежування музейних предметів за формою власності закладено в основу Закону України «Про музей та музейну справу» [3], що зумовлено різними підходами до комплектування, обліку, збереження, використання музейних предметів державної та недержавної частин Музейного фонду;

2) *видами культурних цінностей*. Види культурних цінностей встановлені Законом України «Про вивезення, ввезення та повернення культурних цінностей» [4];

3) *унікальністю*: унікальні та типові. В Законі України «Про музей та музейну справу» в окрему групу віднесено унікальні музейні предмети, що мають виняткове художнє, історичне, етнографічне та наукове значення, та передбачено їх включення до Державного реєстру національного культурного надбання [3]. Всі інші музейні предмети прийнято називати типовими;

4) *групами зберігання*. Поділ музейних предметів за групами зберігання встановлено Інструкцією з організації обліку музейних предметів, відповідно до якої групою зберігання є сукупність предметів, об'єднаних спільними ознаками або тематикою [5]. Групи зберігання напряму залежать від профілю музею;

5) *типами*. Поділ музейних предметів за типами на речові; образотворчі; декоративно-ужиткові; писемні; фото; фоно; кіно та відео; природничі; інші закладено в основу формування показників державних статистичних спостере-

жень про діяльність музею. Крім того, в літературних джерелах зустрічаються різні підходи щодо поділу музейних предметів на типи;

б) *законодавчими обмеженнями*: музейні предмети, операції з якими обмежуються законодавством; музейні предмети, операції з якими не обмежуються або частково обмежуються законодавством.

7) *місцезнаходженням*: в фондосховищі, в експозиції або на тимчасовому зберіганні;

8) *належністю*: музейні предмети, які перебувають в оперативному керівництві музейної установи або на відповідальному зберіганні;

9) *терміном експлуатації*: музейні предмети з визначеним або невизначеним терміном експлуатації;

10) *особливостями вартісної оцінки*: оцінені за вартістю та неоцінені за вартістю музейні предмети

11) *порядком визнання з метою відображення в балансі*: визнані та не визнані музейні предмети;

12) *порядком відображення в системі бухгалтерського обліку*: музейні предмети, інформація про які відображена на балансових рахунках; музейні предмети, інформація про які відображена на позабалансових рахунках; музейні предмети, які не обліковуються на рахунках бухгалтерського обліку.

Запропонована класифікація дозволить розкривати різносторонню інформацію про музейні предмети, що сприятиме належній організації їх аналітичного обліку з метою формування корисної інформації для прийняття рішень.

Література:

1. Герасименко О.М. Дослідження активів спадщини як категорії термінологічного апарату бухгалтерського обліку. *Технологический аудит и резервы производства*. 2016. №6/4(32). С.4-9

2. Герасименко О.М. Облікова політика щодо активів спадщини як елемент державного регулювання їх бухгалтерського обліку. *Наукові праці НДФІ*. 2018. № 1(82). С. 144-159.

3. Про музеї і музейну справу: Закон України від 29.06.95 р. №249/95-ВР.

URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/249/95-%D0%B2%D1%80>

4. Про вивезення, ввезення та повернення культурних цінностей: Закон України від 21.09.99 р. №1068-XIV. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1068-14>

5. Інструкція з організації обліку музейних предметів: затв.наказом Міністерства культури України від 21.07.16р. № 580. URL: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/z1129-16>

Економічні науки

МІСЦЕ КРИПТОВАЛЮТИ В ЕКОНОМІЧНІЙ СИСТЕМІ

Гнатюк Назарій Степанович

Студент 4 курсу економічного факультету

Національний університет

«Острозька академія»

м.Острог

Світ швидко та впевнено просувається на шляху інформаційної економіки, про що свідчать численні приклади поширення інформаційно-комунікативних технологій у всі сфери суспільної діяльності. Дігіталізація реальності не тільки генерує додаткові ризики, але й створює нові можливості для подальшого розвитку економіки та суспільства. Не останню роль у цьому мають зіграти інноваційні технології, засновані на ідеях біткойну та блокчейну. Слід зазначити, що проблематика криптовалют і блокчейну ще не увійшла до академічного дискурсу і поки активно обговорюється лише програмістами-розробниками, технічними експертами, майнерами, біржовими спекулянтами та ризиковими інвесторами.

Метою статті є дослідження сильних та слабких сторін функціонування і використання криптовалюти на світовому ринку, а також її роль в сучасній економіці різних країн.

Вперше термін «криптовалюта» почав використовуватися після появи пірінгової платіжної системи Bitcoin, яка була розроблена в 2009 році людиною або групою осіб під псевдонімом Сатосі Накамото. Біткойн це одна з перших

криптовалют та на сьогодні — найпопулярнішою. Успіх Bitcoin спровокував понад 800 інших криптокультур за останні десять років. Про бурхливий розвиток нових технологій і грошей може свідчити капіталізація ринку криптовалют, яка на початок липня 2017 року складала \$ 90 млрд. при суттєвому домінуванні Bitcoin (понад \$ 90 млрд.) та Ethereum (понад \$ 90 млрд.). Проте вже на початок лютого 2020 року сумарна капіталізація Bitcoin перевищує \$ 180 млрд. Наступними найбільшими гравцями є Ethereum, що займає близько \$ 24 млрд. загальної ринкової вартості, капіталізація Litecoin — близько \$ 4,7 млрд. Litecoin існує з 2011 року і створений для прискорення обробки невеликих транзакцій у чотири рази швидше за Bitcoin. Ripple запущений у 2012 році як платіжна система і завдяки своєму унікальному програмному забезпеченню, дозволяє переводити кошти в будь-якій валюті іншому користувачеві в мережі Ripple протягом декількох секунд. Валюта Ripple прийнята як платіжний засіб деякими найбільшими банками світу з метою збільшення глобальної ліквідності. Проте найбільше вражає успіх Ethereum, що запущений тільки в 2015 році, але який на сьогодні обігнав всі інші криптовалюти, окрім Bitcoin, за капіталізацією.

Щодо поширення Bitcoin слід зазначити, що уряди США, Канади, Австралії та Європейського Союзу прийняли криптовалюти як законну форму оплати. Британський уряд також заявляє про свою зацікавленість у технології блокчейнів і біткойнів. Крім того, можливостями криптовалют зацікавилися провідні інвестиційні банки. Так, Citigroup займається розробкою власної криптовалюти CitiCoin, що має спростити процес міжнародних розрахунків. До того ж, Citigroup працює з біржою Nasdaq над створенням закритої системи для торгівлі акціями на блокчейні, яка повинна оптимізувати операції з цінними паперами між сторонами угод і за рахунок цього вирішити проблеми з ліквідністю на фінансовому ринку. Це дозволить зробити операції з цінними паперами більш прозорими з можливостями відстежування у реальному часі.

До основних переваг використання криптовалюти можна віднести:

1. Анонімність. Персональні дані власника електронного гаманця зберігаються в таємниці, причому історія транзакцій є відкритою.

2. Захист персональних даних. Персональні дані користувачів приховані від сторонніх очей, що сприяє захищеності від крадіжки особистих даних.

3. Свобода від втручання державних органів. Користувач самостійно контролює рух криптовалюти, адже владної установи, яка здійснювала б контроль щодо її перерахування, немає.

4. Свобода у виплаті. Криптовалюту можна відправляти та отримувати в будь-якій точці світу і у будь-який момент часу.

5. Інвестиційний інструмент. Криптовалюта може використовуватися не лише як платіжний засіб, але і як інвестиційний інструмент.

6. Дешевизна в обслуговуванні. Збори щодо здійснення платежів з використанням криптовалюти досить низькі, що робить її доступнішою у використанні, ніж застосування кредитних карток

До основних недоліків використання криптовалюти можна віднести:

1. Відсутність законодавчого регулювання статусу та обігу криптовалюти.

2. Нестабільність криптовалюти. За час існування bitcoin-а його курс коливався від одного centa до тисячі доларів за одиницю.

3. Хакерські атаки. Використання криптовалюти час від часу піддається хакерським атакам, що викликає недовіру у потенційних користувачів та не спонукає інвесторів вкладати значні кошти у цифрові активи.

4. Використання на чорному ринку або з метою ухилення від сплати податків. Не виключені варіанти коли національний регулятор може заборонити користуватися таким видом розрахунків.

5. Втрата паролю або доступу до електронного гаманця призведе до повної втрати криптовалюти.

6. Неможливість внесення криптовалюти до статутного капіталу юридичних осіб. Досить важливий аспект, оскільки невизначеність правового статусу криптовалюти не дозволяє використовувати її як актив.

Виходячи з вищевикладених переваг та недоліків криптовалюти як активу, констатуємо, що:

– популярність криптовалют загрожує стабільності національних валют,

підриваючи цим статус світових резервних валют. Інтерес до криптовалют стрімко зростає, в зв'язку з затребуваністю в світі «справедливих грошей», повною анонімністю і захистом від підробок;

– криптовалюта — більш зручний засіб платежу, зберігання та накопичення;

– різке коливання вартості криптовалюти приносить дохід світовим центральним банкам, у яких з'являється можливість заявляти про небезпечність зберігання коштів у системі Bitcoin;

– стабілізація курсу валют і відсутність інфляції стають причиною того, що економічно активна частина населення буде відмовлятися від національної валюти на користь криптовалюти. Через це центральні банки та фінансові установи будуть змушені вимагати заборони її використання.

Література:

1. Cryptocurrency market capitalizations. CoinMarketCap. URL: <https://coinmarketcap.com/> (дата звернення 10.02.2020).

2. Бурковська А. В. Переваги і недоліки використання. Обліково-аналітичне і фінансове забезпечення діяльності суб'єктів господарювання: освітньо-наукові та виробничі засади : зб. матеріалів II міжнарод. наук.-практ. конф., Миколаїв. Миколаїв : МНАУ, 2017. С. 165-168.

3. 4. Волосович С. В. Віртуальна валюта: глобалізаційні виклики і перспективи розвитку. Економіка України. 2016. № 4. С. 68- 78..

АНАЛІЗ СТАНУ ТА СТРУКТУРИ РИНКУ ІНТЕРНЕТ РЕКЛАМИ В УКРАЇНІ ЗА 2019 РІК

*Данькевич А.В.,
студент економічного факультету
Національний університет «Острозька академія»
м. Острог, Україна*

Сьогодні ринок реклами в Україні розвивається дуже стрімко та значними кроками (в середньому близько 20% за рік). І це не зважаючи на складну економічну та політичну ситуацію в країні. Але це і не дивно, адже реклама оточує нас всюди. Ми бачимо її на вулиці, по телевізору, в пресі та в інтернеті. Саме аналіз ринку digital (інтернет) реклами в Україні і буде представлений в даному дослідженні. Так як це найбільш динамічна частина всього ринку реклами, та з кожним роком вона займає все більшу частку у загальній структурі.

Реклама є інструментом маркетингової комунікаційної політики, тобто єдиного комплексу, який об'єднує учасників і методи комунікацій, і тому є всі підстави розглядати розвиток української реклами як еволюційний процес, безпосередньо пов'язаний із:

- розвитком економіки України;
- історією становлення і розвитку маркетингових комунікацій в Україні;
- розвитком засобів розробки, створення і поширення рекламної продукції (інтелектуальних ресурсів, писемності, графіки, живопису, поліграфії, преси, радіо і телебачення) [1, с. 63].

Завдяки глобалізації на розвиток рекламного ринку, а в особливості на інтернет рекламу, впливає загальносвітова економічна ситуація. Сьогодні, українська рекламна індустрія не відстає від світових трендів до збільшення частки в мережі інтернет в порівнянні з звичними методами рекламування, такими як телебачення, преса або радіо. Однак, реклама в Україні є доволі молодим інструментом для ведення бізнесу в порівнянні з світовими

практиками, і нараховує близько двох десятиліть. Проте, незважаючи на такий молодий вік, ринок сформувався і ефективно функціонує [2, с. 108].

Щороку Всеукраїнська рекламна коаліція проводить звітування, щодо обсягів ринку реклами в Україні та прогнозування майбутніх тенденцій даної сфери економіки. Майже всі українські рекламні агенції є частинами міжнародних рекламних холдингів.

Загалом рекламний ринок України можна розділити на такі категорії: телебачення, зовнішня реклама (реклама на вулиці), преса, радіо, інтернет та інші. За класифікацією IAB інтернет рекламу поділяють на:

- банерну рекламу;
- спонсорство;
- цифрове відео (включно Youtube);
- пошук (реклама в пошукових системах);
- інший діджитал.

Лідуючі позиції серед банерної реклами займають соціальні мережі (в основному Facebook), а серед цифрового відео – Youtube. Загалом по світу за 2019 рік Youtube заробив 15 млрд. доларів на рекламі.

Близько 70% реклами з цифрового відео та пошуку припадає саме на мобільний трафік, так як люди все частіше стають користуватися зручним доступом до мережі зі своїх кишенькових гаджетів.

Ключові гравці Інтернет ринку України на протязі останніх 10 років перманентно вдосконалюють методологію і підходи до вимірювання обсягу ринку. Поточний підхід використовує міжнародну класифікацію згідно IAB, а також враховує дані третіх сторін для оцінки раніше невидимих і невимірних категорій реклами Google і Facebook. Всі попередні підходи до вимірювання обсягу ринку зводилися до добровільного та анонімного надання даних агентств, які перевірялися даними селлером. У вимірі, проведеному навесні 2019 року, робочій групі IAB вдалося оцінити ринок набагато точніше, завдяки даним, наданим Kantar TNS частково по таким гігантам як Google і Facebook. Так, даним дослідженням вдалося відновити раніше недооцінену частку банерної реклами. [3]

Таблиця 1

Обсяги ринку інтернет реклами за 2019 рік (за класифікацією IAB) [3]

	Обсяги ринку, 2019 р., млн грн	Частка мобайла (трафік)	Відсоток змін 2019 р. до 2018 р.
Банерна реклама, оголошення в соціальних мережах, rich media	2 915	65%	20%
Спонсорство	180	60%	30%
Цифрове відео	2 645	70%	70%
Пошук	8 100	70%	36%
Інший діджитал	676		30%
ВСЬОГО ІНТЕРНЕТ РИНОК	14 516		34%

Зростання ринку інтернет реклами у 2019 році в порівнянні з 2018 складає близько 34%. Потрібно пам'ятати, що методи обрахунку обсягів даного ринку покращуються та змінюються з кожним роком, як і стрімке зростання даного ринку. Загальне зростання ринку становить 18%, що є меншим ніж у попередні роки, однак все одно залишається на високому рівні. Таким чином, бачимо що помітно тренд до зростання частки інтернет реклами у структурі загального ринку реклами.

Також, не слід забувати, що у 2019 році проходили президентські і парламентські вибори, що також могло спричинити значне зростання ринку в даний рік. Емпірична оцінка обсягу політичної реклами в інтернеті близька до обсягу політичної реклами в ТБ, а саме близько 1,3-1,5 млрд гривень було сумарно проінвестовано політиками в свої digital кампанії. [3]

З даної діаграми бачимо, що частка пошуку в інтернет рекламі становить 55,8%, що більше, ніж решта у сумі. Таку високу частину пошуку вийшло досягнути саме завдяки покращенню методів обрахунку обсягів інтернет реклами. Частки банерної реклами та цифрового відео дорівнюють 20% та 18% відповідно. Найменшу частку становить спонсорство, трохи більше 1%.

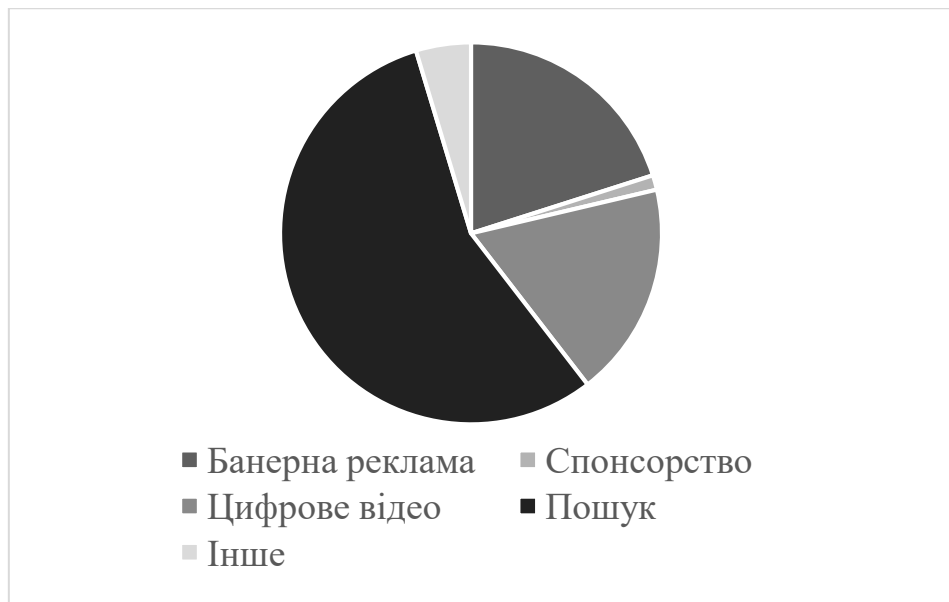


Рис. 1. Структура ринку інтернет реклами в Україні, 2019 р.

У 2020 зростання ринку Інтернет-реклами продовжиться, ключовими факторами зростання стануть домінуючі обороти глобальних гравців Facebook для банерної реклами, Google (Youtube) для онлайн-відео і пошуку, а також прогнозується подальше зростання частки мобільного трафіку, що пояснюється позитивною динамікою мобільного споживання Інтернету населенням України.

Через постійну зміну методології обрахунку прогнозувати рекламний ринок, та порівнювати його з минулими роками, інколи некоректно.

Отже, реклама постійно набирає оберти в своєму зростанні. Її розвиток має специфічні особливості у кожній країні, які залежать від багатьох факторів. Інтернет реклама займає все більшу частку у загальному обсязі ринку, завдяки розвитку сучасних технологій та діджиталізації різноманітних аспектів життя українця. Також, такий розвиток характеризується доступністю інтернету в Україні для пересічних громадян, та його незначна ціна у порівнянні з іншими країнами Європи.

Література:

1. Мезенцев Е. А. Реклама в коммуникативном процессе / Е. А. Мезенцев. – Омск : Изд. ОмГТУ, 2007. – 64 с.
2. Миронов Ю. Б. Основы рекламной деятельности : навч. посібн. / Ю. Б. Миронов, Р. М. Крамар. – Дрогобич : Посвіт, 2007. – 108 с.

3. Об'єм рекламно-комунікаційного ринку України 2019 і прогноз об'ємів ринку 2020. – 2019 [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://vrk.org.ua/ad-market/>

УДК 339.13.024

Економічні науки / Economic sciences

NEW PARAMETRES INFLUENCING THE TRADITIONAL THEORY OF THE GLOBAL MARKET

Dekhtyar N.,

Associate Professor of the Tourism Department

Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics

Kharkiv, Ukraine

Today's global market is in the process of structural transformation, driven by its expansion boundaries. Accordingly, some industries and individual economic processes are on the verge of growth – the resources and/or markets they have sought have been completely limited, and the struggle for ownership has been the real cause of the widespread geopolitical conflicts of recent years.

We are used to the terms of ecological, social, economic safety, which are the result of an accepted industrial production model. On the contrary, G. Ning and J. Zhao [1] consider the problem of industrial safety that the world countries face due to the lack of resources (such as energy, raw materials, labour etc.) for industrial production, altogether with tight environmental constraints. When a country loses its budget-forming enterprises, it provokes all other types of economic and social crises. The authors suggest to built an industrial safety evaluation system, which will determine the sufficient level of environmental protection and recalculate the resources distribution, thus giving the opportunity to develop national enterprises under severe restrictions by the international community. The above-mentioned publication is interesting in that the greening of the production model must be carried out within one country – i.e. closed economy, which is fundamentally different from the way that developed countries went in the middle of the last century. There are many other

examples of the world market challenges that national economies face now. The authors of book [2] have tried a retrospective analysis of low-income countries development on the basis of neoclassical growth theory, which implies that poorer countries must show higher annual growth rates in order to reach some international equilibrium. Nevertheless, the example of Malaysia and Bolivia, which had the same conditions for starting in the 60s, developed in a completely different way, contrary to the proven economic postulates. It has been explained finally by the influence of their political models, but these models appeared, in their turn, within the framework of different outer factors. Gries T. [3] tries to describe the theory of growth from the demand-side, while neoclassical ideas are based on the supply restrictions. The authors [4] attempt to describe the success of different regional economies through the concept of leadership as a driving factor of growth. They analyse various development scenarios originated from nearly the similar background. M. Jones [5] highlights the terms of "new localism" and "new regionalism" in describing the possible reasons of economic crises. He suggests that social and economic development, having been too centralised and having ignored the varying needs of different areas, caused inefficient regional policy which, in turn, jeopardised the country's national economy. So, we examined several issues that inevitably arise when trying to explain the behaviour of national economic agents in the global market – those which traditional political economy has not taken into account.

Regardless of the form of government, political regime and the state of economic system development, national economies of all countries are built on the concept of value added, respectively, development is possible only if the expansion of production is maintained. In the simplest terms, this means that the volume of goods and services produced by a particular economic unit (an enterprise, region or country on a global scale) must gradually increase in order to guarantee the income of the owner and the employees, therefore, the constant need to search for new markets emerges. With the saturation of the internal market, external buyers are attracted – to the extent that all existing consumers refuse to buy the products (of old model and the latest modifications) for various reasons. No marketing activities are effective, and

the product, and then the business, disappear from the market, instead new players come. This is the classical scheme of the life cycle, and there were no contradictions until the modern civilization came to the extreme state of saturation by all economic systems.

The rapid development of international trade theories in the XIXth and XXth centuries was a response to the increase in foreign trade between countries through the improvement of vehicles and the construction of new routes, and finally the emergence of the aviation industry. Despite the differences in approaches to treating the causes of trade intensification and finding better ways to secure foreign trade, they were all based on the unspoken assumption that foreign markets had no limits to growth. No theory asked the question – what to do when the resources of the international market run out? or was the domestic market exhaustive for domestic products? It is clear that, until the volume of operations reached critical levels, it was early to think about these issues, but the utter disregard led to situations when states began to interfere with the course of economic processes to secure a place in the world market for the companies they supported.

The global world at the highest level has moved away from the postulates of the free market, however, while maintaining fair competition in smaller territories. It can even be argued that the smaller the economic territory is, the less it is regulated from above and the better the free market laws are. Therefore, the mechanisms, including the legislative ones, regulating the economic relations of SMEs and introducing the principles of sustainable development and ethical business are quite successful. However, as soon as this local market reaches a certain limit of expansion and the place of small businesses is occupied by large players, the situation begins to change rapidly. The usual factors – the parameters of the activity of economic agents (such as output and sales, prices, capacity of consumer demand), characterizing the business environment used to build typical mathematical models and forecasts, are unexpectedly complemented by other factors with unpredictable behaviour. That involves making decisions based on the manual control of the agents of influence, not the logic of operation of a particular model, which would be most plausible in a given

combination of parameters and their arguments. Moreover, this is observed not only at the level of counteraction between a national enterprise and the global market, but also within countries and regions. These external influences are accustomed to be perceived as too unpredictable, which makes no sense to include them into mathematical models because of non-unified behaviour, each time it is individual for a new industry or market. This provides a wide field for emerging theories of competition, international trade, consumer behaviour, etc., which perfectly describe the current economic situation in the global market or any particular industry, but suddenly cease to operate under the invariance of key parameters, which in itself becomes a paradox .

It is proposed to consider the current global economic system as a field of activity of closed integral subsystems as independent agents (they can be countries, industries, associations of enterprises, individual institutions, etc.) that are able to interact with each other on the basis of free market, and networks of external (in relation to these subsystems) factors of influence beyond the control of subsystems which may not be directly related to them, but may impose restrictions on the activities of other agents. Unlike simply unexpected variables (in general, force majeure), which suddenly arise, exist for some time and then suddenly disappear, giving the same competitive advantages or limitations to all market players affected, the above-mentioned networks are latent, individual structures, capable of personalizing influence on another actors depending on their own interests. Their presence may also be described by some degree of probability, or not be included in the model at all, but, unlike traditional force majeure, they are entities that purposely follow a defined line of behaviour and have a defined purpose – almost as much as institutions of the global market. However, according to the provisions of the institutionalism theory, the latter are entities for which it is simply difficult to establish nationality, but national interests can be defined and the rationality of behaviour can be substantiated. On the contrary, latent network activity is often irrational in terms of traditional benefit of producers or consumers.

For example, we understand and can reasonably explain typical consumer

preferences for a product or service – but these were explored at a time when free competition was dominating the market. When it turned into an oligopoly or monopoly, the real needs of consumers remained the same, but they showed different behaviour, buying different products under the influence of new conditions of competition between old and new manufacturers. In other words, we get a new model of consumer with fundamentally changed preferences, although in reality they have not changed, but have adapted to the existing supply of producers running now the market.

Thus, ensuring the validity of current theories describing existing economic phenomena and processes will require a clear delineation of the boundary values of the main arguments, and perhaps a stepwise approach to describing their main characteristics.

References:

1. Ning G., Zhao J. Research on Industrial Safety Evaluation Model under the Restriction of Resources and Environment // International Conference on Education, Management, Computer and Society (ISSN 2352-538X). – Atlantis Press, 2016. – Pp. 644-647. DOI: <https://doi.org/10.2991/emcs-16.2016.156>

2. Borner S., Brunetti A., Weder B. Political Credibility and Economic Development. – Springer, 2016. – 216 p.

3. Gries T. A New Theory of Demand-Restricted Growth: The Basic Idea // The American Economist. – 2019. – Vol. 65. – Issue 1. – Pp. 11-27. DOI: <https://doi.org/10.1177/0569434519846477>

4. Beer A., Ayres S., Clower T. et al. Place leadership and regional economic development: a framework for cross-regional analysis // Regional Studies. – 2019. – Vol. 53. – Issue 2. – Pp. 171-182. DOI: <https://doi.org/10.1080/00343404.2018.1447-662>

5. Jones M. Cities and regions in crisis: The political economy of sub-national economic development. – Cheltenham (UK) : Edward Elgar Publishing, 2019. – 320 p.

КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЯК СКЛАДОВА КУЛЬТУРИ ОРГАНІЗАЦІЇ

*Жайворонок В. В.,
студентка економічного факультету
Національний університет «Острозька академія»
м. Острог, Україна*

Вступ.

Тема корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) сьогодні одна з найбільш обговорюваних в діловому світі. У наш час все більше споживачів вимагають від компаній більшої прозорості та активної участі у вирішенні соціальних, культурних та екологічних проблем. Завдяки цьому роль КСВ у сучасному діловому світі зростає. Бізнес, який її ігнорує, ризикує втратити прихильність клієнтів та залишитись без співробітників. Тому інтеграція принципу корпоративної соціальної відповідальності у стратегію розвитку бізнесу стає характерною рисою провідних компаній.

Розуміння лідерами бізнесу свого ключового значення та провідної ролі у вирішенні поставлених перед світом соціальних проблем привело до народження в кінці 20-го століття поняття «корпоративної соціальної відповідальності», яке стало найважливішою частиною поняття про стійкий розвиток не тільки бізнесу, але й людства в цілому.

Основна частина.

Корпоративна соціальна відповідальність - це широке поняття, яке може приймати різні форми залежно від компанії та галузі. Г. Захарчин підкреслює, що корпоративна культура є системою відносин, які склалися в організації на основі прийнятих цінностей, базових уявлень і норм поведінки, необхідних для виконання її місії [1]. У свою чергу, В. Співак розглядає корпоративну культуру як систему матеріальних і духовних цінностей, проявів, які взаємодіють між собою і є притаманними цій корпорації, відображають її

індивідуальність та сприйняття себе та інших у соціальному і матеріальному середовищі та проявляються у поведінці, взаємодії, сприйнятті себе і навколишнього середовища [2, с. 13]. Завдяки програмам КСВ, філантропії та волонтерським зусиллям бізнес може принести користь суспільству, одночасно сприяючи розвитку своїх брендів. КСВ однаково цінний як для громади, так і для компанії. Діяльність з КСВ може допомогти налагодити міцніші зв'язки між працівниками та корпораціями; підвищити мораль; і допомогти працівникам та роботодавцям відчувати себе більш зв'язаними із навколишнім світом.

Корпоративна культура порівняно недавно отримала місце у вітчизняному бізнес-середовищі. Її низький розвиток на рівні бізнесу зумовлює відсутність якісних змін у рівні його соціальної відповідальності в суспільстві. Як правило, переважає декларативність і повчальність, ділова етика та культура поведінки всередині організації та за її межами розглядається у формі повчань і моральних норм, необхідних у бізнесі [3], рівень особистої відповідальності є надзвичайно низьким. З одного боку, персонал підприємства не має ефективних механізмів протидії та соціального спротиву, а з іншого – намагається пристосувати пострадянську соціокультурну традицію до нових трансформацій корпоративної культури. Органи влади, які є активним соціальним суб'єктом, впливають на трансформацію корпоративної культури та взаємодіють з іншими соціальними суб'єктами як на внутрішньополітичних, так і на зовнішньополітичних комунікативних рівнях [4].

Щоб компанія була соціально відповідальною, вона спочатку повинна бути підзвітною перед собою та своїми акціонерами. Часто компанії, які приймають програми з КСВ, розширюють свій бізнес до того, що можуть бути корисними суспільству. Таким чином, КСВ - це насамперед стратегія великих корпорацій. Крім того, чим більш помітна і успішна корпорація, тим більш відповідально вона має встановлювати стандарти етичної поведінки для своїх колег, конкурентів та галузі. Малий та середній бізнес також може створювати програми соціальної відповідальності, проте їхні ініціативи не так широко розкриваються як у великих

корпорацій. Для більшості керівників у світі корпоративна культура і залученість персоналу є пріоритетним питанням в управлінні бізнесом [5].

Задовго до своєї світової слави у 1992 році Starbucks був відомий своїм гострим почуттям корпоративної соціальної відповідальності та прихильністю сталому розвитку та добробуту громади. За даними компанії, Starbucks досяг багатьох важливих етапів з КСВ з моменту відкриття своїх дверей. Відповідно до його "Звіту про глобальний соціальний вплив" за 2018 рік, до цих етапів можна віднести "досягнення 99% кави в етичному стилі, створення глобальної мережі фабрик, новаторське будівництво екологічно привабливих для довкілля будівель, сприяння мільйонам годин громадського обслуговування та створення новаторської програми для своїх партнерів та співробітників".

Цілі Starbucks на 2020 рік і далі включають наймання 10 000 біженців у 75 країнах, зменшення впливу чашок на навколишнє середовище та залучення своїх працівників до екологічного лідерства. Сьогодні існує багато компаній із соціальною відповідальністю, бренди яких відомі своїми програмами з КСВ, такі як морозиво Ben & Jerry та роздрібний торговець одягом Everlane.

Компанія Visa співпрацює з органами місцевого самоврядування та неприбутковими організаціями для того, щоб люди, які раніше не мали доступу до банківських та фінансових послуг, нарешті змогли скористатися їхніми перевагами. Фонд Білла та Мелінди Гейтс установив, що це допомагає малозабезпеченим громадянам краще розпоряджатися своїми фінансами у скрутні часи, накопичувати активи та інтегруватися у глобальну спільноту.

У 2010 році Міжнародна організація зі стандартизації (ISO) випустила набір добровільних стандартів, які допомогли компаніям реалізувати корпоративну соціальну відповідальність. На відміну від інших стандартів ISO, ISO 26000 забезпечує керівництво, а не вимоги, оскільки природа КСВ є більш якісною, ніж кількісною, і її стандарти не можуть бути сертифіковані [6].

Висновки та пропозиції.

Отже, корпоративна соціальна відповідальність не лише покращує імідж підприємства, а й збільшує його конкурентні переваги на ринку. КСВ в

розвинених країнах світу вже давно стала частиною функціонування суспільства. Проте для більшості українських підприємств КСВ має несистемний періодичний характер. Сьогодні лідери українського бізнесу приєднуються до глобального руху за соціально відповідальний бізнес. На вітчизняному ринку КСВ матиме більшу ефективність, якщо вибудовувати цю діяльність у відповідності зі стратегією. Можна виділити такі напрями реалізації КСВ:

- відповідальність перед акціонерами (власниками) та інвесторами (підвищення довгострокової ефективності та стійкості господарської діяльності; взаємна довіра і повага, рівне ставлення до всіх акціонерів та інше);

- підтримка і розвиток персоналу (підвищення професійно-кваліфікаційного рівня працівників, забезпечення професійного зростання і кар'єри; програми адаптації співробітників; залучення та підтримка молоді; відсутність дискримінації та створення рівних можливостей тощо);

- взаємозалежність економічної ефективності виробництва та соціальної цінності продукції; екологічна збалансованість виробництва. охорона здоров'я та безпечні умови праці;

- забезпечення стійкого розвитку підприємств за основними принципами КСВ, формування соціального бюджету або спеціального документу, в якому закріплені витрати на проведення соціальної політики та заходів КСВ компанії;

- наявність у компанії затвердженої політики і дотримання стандартів якості продукції (товарів, послуг); соціальна цінність продукції тощо;

- дотримання традицій, правил, норм поведінки, притаманних компанії; відповідність якості корпоративного управління міжнародним стандартам.

Безпосередні бізнес-вигоди від впровадження КСВ – створення стабільного ділового середовища, зниження операційних ризиків, зростання фінансових показників та продажів, підвищення продуктивності праці, розширення ринку і, як наслідок, збільшення ринкової вартості компанії у перспективі.

Література:

1. Захарчин Г.М. Теорія та методологія формування і розвитку організаційної культури машинобудівного підприємства [Текст]: [монографія] / Г.М. Захарчин. Львів: Вид-во Львівської політехніки, 2011. 384 с.
2. Спивак В.О. Корпоративная культура. Теория и практика / В.О. Спивак. СПб.: Питер, 2001. 352 с.
3. Кицак Т.Г. Інноваційні напрями розвитку корпоративної культури на вітчизняних підприємствах / Т.Г. Кицак, І.Ф. Коваленко // Соціально-трудова відносина: теорія та практика. 2014. № 1. С. 171–177. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/stvttp_2014_1_27.
4. Бондаренко О.В. Умови й чинники трансформації української корпоративної культури / О.В. Бондаренко // Соціальні технології: актуальні проблеми теорії та практики. 2013. Вип. 58. С. 38–46.
5. Михеєв А. Якою буде корпоративна культура майбутнього? URL: <https://www.ey.com/ua/uk/newsroom/pr-activities/articles/ey-article-mykheiev-anton-4-january-2018>.
6. James Chen. Corporate Social Responsibility. URL: <https://www.investopedia.com/terms/c/corp-social-responsibility.asp>.

УДК 330

Економічні науки

ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ SAP: ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ

Жайворонок В. В.,
*студентка економічного факультету
Національний університет «Острозька академія»
м. Острог, Україна*

У зв'язку зі стрімким розвитком технологій протягом останніх десятиліть з'явилося безліч нових шляхів використання комп'ютерних ресурсів та різних програмних продуктів для оптимізації та управління бізнес-процесами

підприємства. Великі підприємства часто стоять перед вибором тої чи іншої інформаційної системи для використання у власній господарській діяльності. Важливим фактором є те, що кожна система має свої особливості, переваги та недоліки функціонування, що варто враховувати при даному виборі для підвищення ефективності процесів його господарювання. Саме це пояснює актуальність дослідження ІС бухгалтерського обліку підприємств, що покращують процесу прийняття та обробки інформації та дозволяють підприємству оптимізувати процес прийняття рішень, що є дуже важливою потребою сучасності.

Актуальні проблеми застосування інформаційного забезпечення в управлінні діяльністю підприємства вивчали вітчизняні та зарубіжні вчені, зокрема В.М. Гужва [1], В.С. Пономаренко [2], В.Ф.Ситник [3], С. Г. Карпенко[4], Є. О. Іванов [4] та інші. В роботах цих учених висвітлюється актуальність впровадження інформаційних систем і технологій, їхня роль та перспективи. Проте, з нашої позиції варто більше уваги приділяти особливостям інформаційної системи SAP у зв'язку із стрімкими процесами глобалізації.

В процесі своєї діяльності підприємство використовує великий обсяг інформації. Тобто проводиться кілька етапів: її пошук, збирання, обробка, передача та збереження. Для того, щоб дана інформація була чіткою, правильною та якісною на підприємстві використовують програмне забезпечення.

Все більше уваги в існуючих умовах підприємства приділяють використанню ІС SAP. Система SAP Enterprise Resource Planning (ERP) розроблена німецькою компанією SAP AG, заснована п'ятьма колишніми співробітниками IBM у 1972 році. Компанія SAP SE має представництва в більше ніж 50 країн світу, а програмне забезпечення продається в 130 державах. Компанія SAP, один зі світових лідерів на ринку корпоративних додатків, допомагає організаціям будь-якого розміру і спеціалізації ефективніше управляти своїм бізнесом. Фахівці компанії розробляють автоматизовані

системи управління, переводять в електронний документообіг такі внутрішні процеси підприємства, як: фінанси, бухгалтерський облік, торгівля, виробництво, управління персоналом, управління складами і т.д., адаптують функціонал під законодавство конкретної країни[5].

Так, SAP R/3 – це програмне забезпечення, яке орієнтоване на підприємців середнього та великого бізнесу. Програма відтворює організаційну структуру підприємства різного типу з використанням базових компонентів, забезпечує підтримку бізнес-процесів господарської діяльності. Система SAP R / 3 складається з набору прикладних модулів, які підтримують різні бізнес-процеси компанії та інтегровані між собою в масштабі реального часу: фінанси (FI), контролінг (CO), управління основними засобами (AM), виробниче планування (PP), управління матеріальними потоками (MM), збут (SD), управління персоналом (HR) та інші. Модуль дозволяє автоматизувати введення бухгалтерських проводок, формувати зведені проводки, створювати спеціальні облікові реєстри.

Особливостями SAP є те, що програма використовується по всьому світу, вона відповідає стандартам ERP. Щодо функціональних можливостей, то єдина платформа SAP дозволяє автоматизувати будь-які напрямки: закупівлю, керування складами (WMS), транспорт (SAP TMS) та інші. SAP не має проблем з масштабними автоматизаціями. Ця ІС не дозволить Вам виправляти документи за попередній періодом, що є гарантом прозорості обліку [6].

Також варто відмітити захист даних в SAP. Функціонал системи дозволяє налаштувати доступ до інформації індивідуально для кожного користувача, щоб уникнути навмисного або ненавмисного псування даних.

Одним з найбільших недоліків SAP є ціна впровадження, оскільки впровадження інших ІС є значно дешевшим. Також для українського обліку недоліком SAP є неможливість проведення документації заднім числом. Проте враховуючи, що зміни в Україні останні роки відбуваються значно швидше, методи, яких дотримується SAP будуть повністю актуальні для нашого ринку в майбутньому [6].

Підсумовуючи все вищесказане, SAP має більше переваг, ніж 1С:Підприємство, оскільки є досить гнучкою системою, яка створює зручні умови для доступу до інформації співробітникам різних рівнів, необхідної для прийняття управлінських рішень. Також SAP постійно модернізується та адаптує свої функціональні можливості до змін в бізнес-середовищі, що однозначно збільшує конкурентоспроможність даної програми.

Література:

1. Гужва В.М. Інформаційні системи і технології на підприємствах Навч. посібник. – К.: КНЕУ, 2001. – 400 с.
2. Пономаренко В. С. Золотарьова І. О. Бутова Р. К. Плеханова Г. О. Інформаційні системи в економіці . – Вид. ХНЕУ, 2011. – 176 с.
3. Ситник В.Ф., Писаревська Т.А., Єрьоміна Н.В., Краєва О.С. Основи інформаційних систем: Навч. посібник / За ред. В.Ф. Ситника. – К.: КНЕУ, 1997. – 252 с.
4. Основи інформаційних систем і технологій: Навч. посіб. / С. Г. Карпенко, Є. О. Іванов. – 2-ге вид., стереотип. – К.: МАУП, 2006. – 264с.
5. SAP, що це за програма і її опис – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://proremontpk.ru/programms/programma-sap-chto-jeto.html>
6. What's SAP? В чому різниця між SAP та 1С? – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://alternativa1c.in.ua/sap/>
7. SAP R / 3 (SAP ERP) - Програмна система планування корпоративних ресурсів – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://bourabai.kz/cm/sap_erp.htm
8. Опис рішення SAP. Рішення SAP для малого та середнього бізнесу. Змініть свій бізнес разом з SAP Business One. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://events.sap.com/ua/b1ukraine/en/home>.
9. Система SAP R3 ERP - опис модулів програми – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.clouderp.ru/tags/sap_r3_erp/

MANAGEMENT OF CURRENT ASSETS OF THE ENTERPRISE

Zimina K.O.

*student of the Faculty of Economics
Oles Honchar Dnipro National University
Dnipro, Ukraine*

The current milestone of the global financial crisis of our time clearly indicates the rapidly growing role and importance of working capital of the enterprise as the most important financial component of its property. The current situation and the level of efficiency of the use of current assets is already one of the important parameters of the economically successful activity of the enterprise. In other words, the heat of the financial crisis from now on directly indicates other conditions for developing a policy for managing current assets and at the same time makes the problem of identifying the optimal level of investment in working capital topical and, following from the above, sets the direction for choosing tactics for financing them [1].

The issue of working capital security periodically arises before each enterprise that carries out certain activities depending on the industry. Most often, the lack of working capital is experienced by industrial enterprises. Not only the payment crisis, but also the inability to manage working capital, an underdeveloped management system at the enterprise are the reason. The following factors contribute to a decrease in turnover and a reduction in current assets:

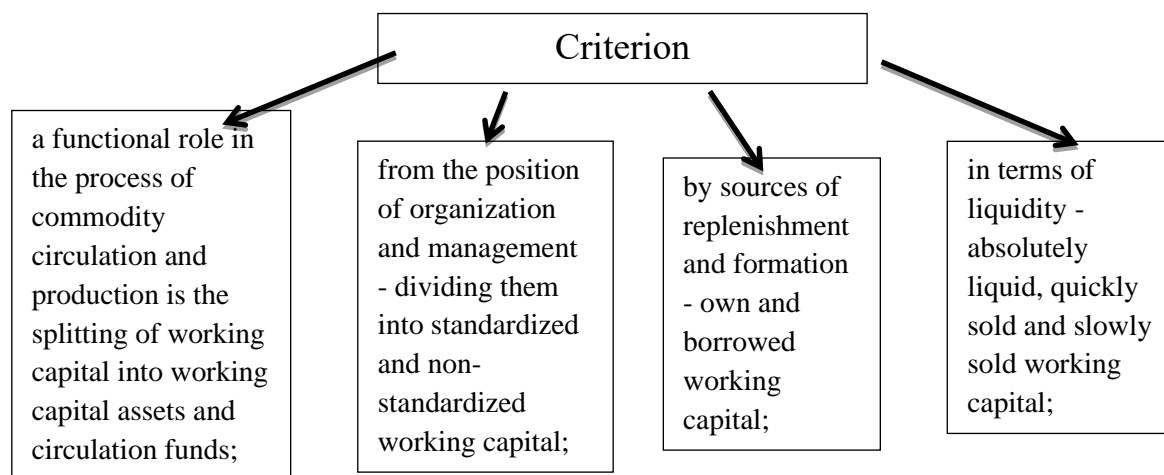
- accounts receivable;
- inefficiency in the use of finished products and raw materials;
- surplus stocks, unsold products (most often this is due to high costs, inconsistencies in price and quality).

Competitiveness, financial condition, as well as the results obtained in the course of the enterprise, provide inventories, the ability to use them effectively.

Based on the foregoing, we note that effective management of working capital is real only on the basis of multilateral analysis and planning of all financial resources -

potential and current channels for financing the formation and replenishment of working capital. Denote the main classification features and the division of working capital for the purposes used in their management and organization. Figure 1 displays the criteria by which current assets are divided in the management of the organization.

As you can see, the most important of the key principles of management and organization of working capital is their rationing. In fact, the application of this principle makes it possible to find out economically feasible both the total volume of circulating assets and own, and thereby create financially important conditions for maintaining and improving production and trade processes. The most important principle of the effective organization and management of current assets, it is advisable to consider and use them exactly in accordance with the intended purpose.



**developed by the author based on [2]*

In order for the use of working capital to be sufficiently effective, it is first necessary to determine their composition and structure; sources of formation; plan the need; identify sources of funding. Let's consider in more detail on consideration of these aspects. Stocks - a kind of "airbag", an insurance reserve to ensure the smooth operation and sustainability of the enterprise.

Accounts receivable - the amount of money to be returned by other enterprises, organizations or firms. An enterprise can sell its goods to other organizations and receive money from the sale not immediately, but at a different time, for example, in a month. If an enterprise, in view of certain circumstances, does not receive money from other organizations, while selling its goods also on a deferred payment basis,

receivables increase, this negatively affects its activity, financial condition, and stability. Cash and securities represent liquid current assets received as a result of an enterprise. They are stored at the cash desk, on a credit deposit or in the current account of the enterprise [3].

The financial results can show how efficiently the company can manage working capital. One of the indicators of management effectiveness is their rational use. To do this, optimization of inventories, reduction of work in progress, improvement of forms of settlement.

Thus, the implementation of all principles will allow the use of working capital effectively and efficiently.

References:

1. Volkova M.N. Methods of financial planning at the enterprise - exporter / M.N. Volkova, P.N. Rozhkov // Concept. Special issue “Actual issues of economics and management”. - 2014. - No. 12. - S.33–37.

2. Belobritskaya N. M. Management of current assets of the enterprise in the complex of problems of improving the efficiency of their use // Young scientist. - 2017. - No. 50. - S. 135-137. – URL <https://moluch.ru/archive/184/47251/>

3. Kondratiev V. N. Management of working capital // Economics and Society, No. 3 (22), 2016. - p. 1-6.

НАСЛІДКИ МІГРАЦІЇ РОБОЧОЇ СИЛИ В УКРАЇНІ

Йосипенко К. В.

*студент кафедри підприємництва,
економіки та маркетингу
Черкаський державний бізнес-коледж
м. Черкаси, Україна*

Науковий керівник: к.е.н. Дернова І.А.

В сучасному світі міграційні процеси відіграють важливу роль у суспільному розвитку країн. Вони залишають свій відбиток у соціальному,

економічному та політичному житті, а також мають великий вплив на демографічні зміни в країнах. Міграційні процеси вважаються певними «індикаторами», які показують реакції населення на зміни, які відбуваються у суспільному житті. В основному про міграцію робочої сили в Україні говорять у негативному аспекті, але бути такими категоричними не варто. Тому що для України є і позитивні сторони, звичайно їх не багато, але вони є. Говорячи про трудову міграцію в Україні, варто зазначити, що міграційні потоки стають більш інтенсивнішими та масовішими, адже кількість українських громадян, які хочуть поїхати працювати за кордон з кожним роком лише збільшується.

Метою дослідження є розгляд міграції робочої сили, факторів та чинників, що впливають на еміграцію населення України за кордон, а також аналіз основних показників міграції в Україні.

Міграція робочої сили – це переміщення працездатного населення з однієї країни в іншу з метою пошуку роботи, кращих умов життя, а також для підвищення рівня життя [1].

Україна на світовому ринку праці виступає переважно експортером робочої сили. За результатами офіційної статистики, у 2019 році більше 5 млн. українців перебували за кордоном, з них – 2 млн. у країнах Європейського Союзу [2].

Визначено, що головними сферами де зайняті українські мігранти є – сфера ремонтних робіт (будівництво), сфера сільського господарства (в основному збирання врожаю), сфера торгівлі та сервісу, а також, сфера домашнього господарства, тобто догляд за дітьми, пенсіонерами та інвалідами.

За даними Держстату у 2018 році відбулося скорочення робочої сили працездатного віку в категорії «Зайняті» у порівнянні з 2017 роком. Якщо говорити про безробітне населення, то у 2018 році відбулося зменшення рівня безробіття відповідно до 2017 року, але це зменшення відбувається повільними темпами [2]. У 2019 році кількість безробітних скоротилась до 5,5%, а кількість тих безробітних які претендують на 1 вакансію зменшилася до 3 осіб – це є найнижчим показником за останні роки.

Внутрішні міграції в Україні, також мають велике значення як і зовнішні. Наймасовіші потоки внутрішніх мігрантів, як не дивно прямують в напрямках до Києва, Львова та Одеси. Найбільше втратили населення через міграцію такі області як – Донецька, Луганська, Дніпропетровська, Вінницька та Черкаська [2]. Основними країнами призначення українських мігрантів є – Росія, Польща, Італія, Чехія, Іспанія, Угорщина та Португалія.

Щодо негативних наслідків, то одним з ключових та головних є втрата висококваліфікованих кадрів, тобто «відтік інтелекту». За даними Державної служби статистики у період з 2000-2018 рр. Україну залишили близько 1500 кандидатів та докторів наук.

Негативним наслідком міграції, також є те що відбуваються зміни у кількості пропозиції робочої сили. Зокрема це виникнення дефіциту робочої сили у певних сегментах ринку праці, а саме у сфері інноваційної діяльності.

Ще однією проблемою, яка має негативний характер є нелегальна трудова міграція. А саме нелегальний найм іммігрантів в Україні та нелегальний найм українських мігрантів за кордоном. Звичайно не завжди нелегальне працевлаштування приносить найманому працівнику фінансову стабільність, в окремих випадках існує небезпека для особистості.

Якщо говорити про позитивні наслідки, одним з важливих є безперечно це зростання грошових переказів в Україну від мігрантів. Грошові перекази в Україну зросли, і як прогнозує Національний банк України, надалі будуть зростати. У 2018 році сума грошових переказів оцінена у 11,6 мільярда доларів, то у 2019 році ця сума становила 12,2 мільярда доларів [3, с.51].

Позитивним наслідком можна вважати, зменшення напруги на внутрішньому ринку праці, тобто відбувається зниження рівня безробіття.

Серед позитивних наслідків можна виділити і те, що для працеспроможних українських мігрантів існує можливість реалізувати свої здібності за кордоном, а також, підвищити рівень кваліфікації [4, с.171].

Як ми бачимо у міграції робочої сили є як і плюси та і мінуси. Звичайно держава повинна приймати такі заходи, щоб українцям не хотілося мігрувати за

кордон у пошуках кращої долі. Держава має займатися регулюванням міграційних процесів. Має бути правильна зовнішня і внутрішня міграційна політика держави.

Зовнішня міграційна політика має сприяти безпеці країни, зростанню добробуту населення та нарощуванню її економічного потенціалу. Її ключовими позиціями у сфері праці є – захист національного ринку праці, здійснення соціально-правового захисту трудящих мігрантів, залучення іноземних фахівців, якщо є потреба в цьому. Внутрішня міграційна політика в свою чергу, має забезпечувати свободу територіального пересування населення, а в галузі праці має бути оптимізація міжрегіонального перерозподілу громадян. Запровадження заходів, що стимулюють населення України працевлаштовуватися на території нашої держави.

Основним інструментом державної міграційної політики є міграційне законодавство, яке регулює правові відносини у сфері міграції робочої сили [4, с.173]

Отже, з вище зазначеного, можна зробити певний висновок про міграцію робочої сили в Україні. Звичайно варто зазначити те, що це явище не оминуло Україну, тому що її вважають однією із країн – донорів, яка найбільше постачає робочу силу. Міграційні потоки існують не лише за межі країни, а й всередині – так звана внутрішня міграція. Але враховуючи всі події, які відбулися за останні роки кількість емігрантів значно зменшилася, можливо у зв'язку з тим, що посилюється патріотизм у громадян, та збільшилася кількість рееміграції. Міграція має як позитивні, так і негативні наслідки, однак, враховуючи реалії сьогодення, більшість дослідників акцентують свою увагу на негативних наслідках. Безперечно Україна несе певні втрати у зв'язку з міграцією, можливо навіть набагато більші ніж інші країни, але не потрібно забувати про те, що до України, також приїждять іммігранти, і відбувається певне заміщення робочої сили на національному ринку праці.

Література:

1. Міграція робочої сили. Суть, причини та наслідки. – [Електронний ресурс]. Режим доступу:

https://pidruchniki.com/18000102/politekonomiya/migratsiya_robochoyi_sili_sut_pri_chini_naslidki

2. Державна служба статистики України. – [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

3. Чорна, О. Вплив трудової міграції на економіку України [Текст] / О. Чорна. // Факультет іноземних мов. – 2019. – С. 50-53

4. Кифяк, В. І., Василичук, М. І., & Шкрібляк, Д. Ю. Проблема трудової міграції в Україні та шляхи вирішення [Текст] / В.І. Кифяк, М.І. Василичук, Д.Ю. Шкрібляк // Причорноморські економічні студії. – 2019. – С. 169-173.

Економічні науки

УПРАВЛІННЯ ЗБУТОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Ковтуненко Вадим Анатолійович
Київський національний університет
імені Тараса Шевченка

Сьогодні раціональність і ефективність управління збутовою діяльністю є основою стійкого розвитку аграрних підприємств. Адже перед аграріями стоїть реальна проблема самостійного пошуку як оптового, так і роздрібного споживача продукції, що випускається. Тому, об'єктивно виникає необхідність вдосконалення існуючих збутових систем, що потребує розробки економічного механізму господарювання, який дозволяв би ефективно використовувати важелі управління збутом продукції на аграрних підприємствах.

Теоретичні та прикладні питання раціоналізації управління збутовою діяльністю аграрних підприємств відображені у роботах багатьох вітчизняних науковців, зокрема: Л. Балабанової, С. Близнюка, Н. Бородкіної, П. Гайдуцького, С. Гаркавенко, В. Герасимчука, В. Збарського, Ю. Коваленко, Х. Махмудова, П. Саблука, А. Старостіної, Г. Черевка, О. Шарапи.

Сільськогосподарський ринок займає важливе місце в структурі економіки України. Оскільки сільськогосподарська галузь вважається

провідною галуззю розвитку України, то, відповідно, і показником розвитку діяльності всієї країни.

Характерною особливістю розвитку сільськогосподарської галузі на теренах українських земель є те, що природний потенціал та ресурсне забезпечення українських земель повністю сприяє розвитку агропромислового комплексу. Але перешкодою такого ефективного функціонування с/г ринку є макроекономічні реалії розвитку економіки, коли немає домовленості між інтересами сторін, що забезпечували б задоволення споживачів та продавців даного ринку. Індикатором такого становища є обсяги сільськогосподарської продукції, що постійно знижуються, і лише в окремі періоди незначно зростають, що свідчить про неефективність функціонування ринку сільськогосподарської продукції.

Павленчик А.О. дотримується думки, що — ринок сільськогосподарської продукції можна трактувати як систему економічних відносин, яка формується за участю різних інституцій, забезпечує та регулює виробництво продукції аграрного сектора економіки та рух товару до споживача у сфері обміну [1].

Важливим етапом розвитку сільськогосподарського ринку є його кон'юнктура. Як зазначає Клімова І.О., розвиток кон'юнктури ринку залежить від кількості підприємств, які функціонують на ринку сільськогосподарської продукції, від якості їх функціонування, тобто від їхнього попиту.

В Україні переважаючою організаційно-правовою формою господарювання на селі є фермерські господарства, частка яких у загальній структурі становить 75 %. Наступною домінуючою організаційно-правовою формою діяльності на ринку сільського господарства є господарські товариства – 13% від загальної кількості с/г виробників. Приватні підприємства також займають порівняно високу частку ринку – 7% від загальної їх кількості. Решта структури ділиться між державними підприємствами, кооперативами та іншими господарюючими формами.

Слід також зазначити, що важливою особливістю вітчизняного аграрного сектору є те, що виробництво продукції в сільськогосподарській сфері займає основне місце в розвитку української економіки. Але в той час, виробництво сільськогосподарської продукції залежить від попиту на неї, що формується

внаслідок правильної організації збутової діяльності аграрного підприємства.

Як зазначає П. Белінський, природа збутової діяльності аграрного підприємства проявляється через узагальнене розуміння того, що збут являє собою процес просування готової продукції на ринок і організації товарного обміну з метою одержання підприємницького прибутку.

Варто також наголосити, що сільськогосподарська діяльність відрізняється певними економічними особливостями, що прямо чи опосередковано впливають на збутову діяльність аграріїв.

Економічними особливостями прямого впливу є:

- природно-кліматичні фактори, що суттєво впливають на зміну обсягів виробництва продукції рослинництва, а зміна обсягів виробленої продукції має безпосередній вплив на формування обсягів реалізації продукції у сільському господарстві.
- аграрне підприємство може ефективно функціонувати за умови ритмічного надходження матеріально-технічних ресурсів і вчасного збуту продукції;
- для аграрних підприємств характерне просторове розміщення виробництва, що забезпечує транспортні витрати на збут продукції. Згідно з цим виникають потреби в наявності оптових ринків майже в усіх областях і великих районних центрах;
- сільське господарство характеризується високим ступенем невизначеності й ризиків, недостатньо оперативним надходженням інформації та її опрацюванням, що негативно впливає на своєчасність прийняття управлінських рішень на підприємстві.

Опосередкований вплив мають такі особливості:

- значна іммобільність ресурсів цільового використання, високий рівень конкуренції і кредитозалежності галузі, низький рівень доходів населення, внутрішнє споживання частини продукції значною мірою впливають на збутову політику аграрних підприємств
- нееластичність попиту до доходів населення, що має враховуватись при формуванні збутової політики підприємств

- на сільське господарство суттєвий впливають економічні фактори – темпи росту ВВП; інфляційні процеси; платіжний баланс держави; стабільність та імідж національної валюти, зміна валютного курсу; податкова політика держави.

Враховуючи особливості розвитку сільськогосподарської галузі, можна наголосити, що важливим етапом організації діяльності аграрного підприємства є розробка ефективної збутової стратегії, що базується на стратегії розвитку власне ринку. Така стратегія повинна в першу чергу передбачати формування цілей та завдань збутової діяльності. При формуванні стратегічних цілей збутової стратегії сільськогосподарського підприємства необхідно виходити насамперед із системи цілей загальної корпоративної стратегії та розвитку основного бізнесу. Тому, спочатку збутові цілі можуть бути сформовані у вигляді проникнення та закріплення на нові ринки, забезпечення приросту капіталу, приросту рівня прибутковості інвестицій і суми доходу від інвестиційної діяльності, зміни технології вироблення продуктів чи надання послуг, зміна цільових сегментів тощо.

При цьому формування стратегічних цілей збутової стратегії аграрного підприємства має бути погоджене із основними фазами його інвестиційного циклу.

Окрім того, вибір ефективної збутової стратегії аграрного підприємства повинен базуватися на послідовному виконанні певних етапів:

1. Визначення прогностичного рівня попиту на товари, цілі та завдання організації щодо організації збуту.
2. Аналіз підприємства для роботи в цільовому сегменті.
3. Оцінка стану конкурентного становища та рівня конкуренції.
4. Визначення достатності витрат на організацію збуту
5. Визначення сегментів цільового ринку та ставлення споживачів до ціни.

Таким чином, в умовах невизначеності й волатильності вітчизняного ринкового середовища для сільськогосподарських підприємств стратегічним аспектом повинна бути спрямованість на забезпечення ефективної збутової стратегії. Ефективна збутова стратегія аграрного підприємства повинна оптимізувати структуру витрат і забезпечувати максимізацію доходів, а також визначати

припустимий рівень ризику. Адже особлива важливість формування й реалізації збутової політики для забезпечення збутової діяльності аграрних підприємств зумовлена тим, що між збутовою і виробничою діяльністю існує тісний взаємозв'язок, оскільки система збуту є однією з підсистем, що забезпечує відтворення процесу виробництва й функціонування підприємств, безпосередньо впливає на економічний ефект виробничої діяльності, обмежує зростання витрат на зберігання виробленої продукції та строки виконання замовлень, а тому і є важливою.

Література:

1. Клімова І.О. Ринок сільськогосподарської продукції: особливості розвитку та проблемні питання формування інфраструктури. – [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://eprints.zu.edu.ua/11658/1/Stattya_9.pdf.

2. Белінський П. І. Менеджмент виробництва та операцій : підруч. / П. І. Белінський. - К. : Центр навч. літ-ри, 2005. - 624 с.

3. Саблук П. Т., Малік М. Й., Коваленко Ю. С., Баланюк І. Ф., Березка Л. І. Внутрішньогосподарські організаційно-економічні механізми забезпечення прибутковості сільськогосподарських підприємств. К. : ІАЕ УААН. 2003. 204 с.

4. Потапюк І.П., Орехов М.І. Організація збутової діяльності сільськогосподарських підприємств. Інфраструктура ринку. 2017. С. 159-166. URL: <http://dSPACE.pdaa.edu.ua:8080/handle/123456789/165>.

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ КРЕАТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ В УКРАЇНІ

*Куцовол А. С.,
студентка економічного факультету
Черкаський державний бізнес-коледж
м. Черкаси, Україна*

Сьогодні креативна економіка є однією з провідних галузей національної економіки. Основною метою її розвитку є формування інноваційного творчого

середовища, а головним інструментом – розвиток креативних міст. Тому, на даний час, креативний людський капітал та інтелектуальна власність виступають основними цінними економічними ресурсами, а інтелект і креативність – джерелом економічної цінності.

Креативна економіка поєднує в собі творчих людей, які створюють нові креативні товари чи послуги, дає можливість творцям обмінюватися своїми знаннями, ідеями, роботами та разом створювати нові продукти.

Сьогодні мільйони людей працюють в даній сфері, розвиваючи, при цьому, національну економіку і підвищуючи рівень суспільної культури. В Україні набувають популярності різні види творчого бізнесу, що формують креативні індустрії, які в собі комерціалізують талант, уяву, інтелектуальну власність. Саме вони являються важливими складовими світової економіки та розвиваються набагато швидше, ніж ринок традиційних споживчих товарів і послуг.

Креативна економіка має важливе значення для України, оскільки її динамічний розвиток впливатиме на зростання рівня національної економіки загалом.

Основними передумовами розвитку креативної економіки в Україні стали суспільні масштабні трансформації та розвиток цифрових технологій; формування креативного класу – людей, здатних творчо мислити, створювати нові ідеї та швидко приймати нестандартні рішення; зміна структури споживання; поширення цифрової зайнятості та ін.

На розвиток креативної економіки має вплив багато різноманітних зовнішніх і внутрішніх факторів, оскільки світ розвивається дуже швидко, науково-технічний прогрес не стоїть на місці, що стимулює людей до створення постійно чогось нового і креативного.

Аналізуючи креативний сектор нашої країни, було виявлено, що Україна серед країн-лідерів посідає 42 місце у секції «Результати креативної діяльності». За дослідженнями ЮНЕСКО внесок креативних індустрій у ВВП України становить 4% [1].

Динаміка основних показників розвитку креативної економіки в Україні за 2015-2018 рр. має позитивну тенденцію, що свідчить про нарощення її

потенціалу та позитивні зміни в економічному житті України у майбутньому.

Аналіз розвитку креативних індустрій в Україні протягом 2015-2018 рр., продемонстрував тенденцію зростання кількості підприємств, які функціонують у таких сферах креативного бізнесу, як інформація та телекомунікація, розробка комп'ютерних ігор, архітектура та дизайн. Зміна у структурі підприємств показує, що найбільша частка належить підприємствам у сфері інформації та телекомунікацій - їх кількість зросла майже на 52%. Також спостерігається зростання кількості підприємств, що розробляють комп'ютерні ігри - майже на 45%, архітектури - на 25%, дизайну - на 35%. Проте зменшилась кількість підприємств у сферах видавничої діяльності на 8%, радіомовлення та телевізійного мовлення - на 11%, фотографії майже в 2 рази, бібліотек та архівів - на 12%, музеїв - на 15%, пам'яток культури - на 7% та мистецтва, спорту, розваг та відпочинку - на 9% [2].

Аналізуючи зайнятість в креативній економіці протягом 2015-2018 р.р., виявлено, що найбільша кількість населення зайнята у сфері інформації та телекомунікацій (їх зайнятість зросла на 46%), у сфері розробки комп'ютерних ігор (ріст склав 35%) та у сфері дизайну (зростання склало майже 40%). Найменше зайнято населення в таких сферах, як фотографії (їх зайнятість зменшилася на 33%) та радіомовлення та телевізійне мовлення - на 15% [2].

Позитивні зміни спостерігаються і в обсягах реалізованої креативної продукції. Так, за останні три роки було виявлено зростаючу тенденцію даного показника в 4 рази у сферах театральної та концертної діяльності, інформації та телекомунікації, мистецтва, спорту, розваг та відпочинку - в 2,5 рази. В таких сферах діяльності, як дизайн, архітектура, кіно- та відеофільми, телевізійні програми, видання звукозаписів, обсяг реалізованої продукції зріс майже втричі. Проте, за період діяльності з 2015 до 2018 р.р. зменшили обсяги реалізованих продукції та послуг музеї - на 32%, бібліотеки та архіви - на 57%, підприємства сфери фотографії - на 51%, радіомовлення та телевізійного мовлення - на 62% [2].

На нашу думку, основними проблемами, що перешкоджають ефективному розвитку креативної економіки в Україні є: недосконалість законодавства з

захисту прав інтелектуальної власності та авторського права, недостатня якість людського капіталу, відсутність системного розуміння сфери креативної економіки на державному рівні, низький рівень інноваційного розвитку національної економіки, брак кваліфікованих працівників з нестандартним мисленням, проблема фінансування креативних стартапів, низький рівень зацікавленості інвесторів щодо фінансування сфери креативного бізнесу тощо.

Перспективним для України в даній ситуації буде створення сприятливих умов для розвитку та реалізації творчого потенціалу креативної молоді, а саме: формування системи державної підтримки молодіжних інноваційних проєктів, спрямованих на розвиток нових технологій, винаходів в різних сферах креативної діяльності. Особливу увагу потрібно приділити захисту прав інтелектуальної власності, оскільки на сьогодні існує високий рівень правопорушень, присутнє інтелектуальне піратство, масово розповсюджується підроблена продукція. Створення нормативно-правової бази, зміна стандартів вищої школи, використання успішного світового досвіду та міжнародне співробітництво в креативній діяльності дозволять створити належні умови для розвитку креативної економіки в Україні [3].

Все це потребує великих зусиль і стимулу змінювати світ на краще, оскільки креативна економіка дає можливість розвивати національну економіку, підтримувати рівень зайнятості та підвищувати рівень дохідності в країнах.

Література:

1. Розвиток креативної економіки в Україні – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.epravda.com.ua/news/2019/08/21/650775/>
2. Офіційний сайт Державної служби статистики – [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
3. Проблеми та перспективи розвитку креативної економіки в Україні – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://cyberleninka.ru/article/n/perspektivnost-razvitiya-kreativnoy-ekonomiki-v-ukraine/viewer>

СИСТЕМА ЗБАЛАНСОВАНИХ ПОКАЗНИКІВ ЯК АНАЛІТИЧНИЙ ЗАСІБ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ

*Кушнір І.І.,
студентка економічного факультету
Національний університет «Львівська політехніка»
м. Львів, Україна*

В системі стратегічного управління контроль - інструмент, який повинен зменшити розрив між стратегічними цілями та щоденними діями співробітників. Однак більшість систем операційного та управлінського контролю організацій побудовані навколо фінансових індикаторів та цілей, які мають невелике значення для досягнення компанією своїх довгострокових стратегічних цілей.

Система збалансованих показників орієнтована на вирішення двох важливих проблем:

- 1) ефективну оцінку результатів діяльності підприємства, що базується на синтезі фінансових показників із не фінансовими;
- 2) сприяння досягненню стратегічної мети діяльності підприємства.

Розроблена Р. Капланом та Д. Нортоном для вимірювання ефективності реалізації стратегії підприємства. Вони стверджують, що система збалансованих показників є інструментом стратегічного планування та управління, який слугує для встановлення стратегічних цілей та оцінки ефективності діяльності підприємства з точки зору реалізації стратегії за допомогою визначених ключових показників результативності [1, с. 320].

Збалансована система показників транслює місію та загальну стратегію організації у систему взаємопов'язаних цілей та показників, оскільки, на думку розробників системи, управління – це, по суті, переведення стратегії в цілі, які можуть бути виміряні.

Процес розробки збалансованої системи показників починається з визначення конкретних стратегічних завдань на основі ухваленої стратегії. Для

визначення фінансових завдань необхідно вибрати головну мету, якою може бути або збільшення прибутковості і завоювання ринку, або генерування потоку готівки. Досягнення таких цілей як прибутковість зайнятого капіталу, рентабельність інвестицій і створення економічної доданої вартості оцінюється загальними показниками успіху фінансової стратегії, а саме збільшенням прибутковості, скороченням витрат і розширенням використання активів.

Клієнтська складова розглядається як споживча база і сегмент ринку, в яких конкурує підприємство, а також як показник результативності його діяльності в цільовому сегменті ринку. Ключовими показниками цієї складової є задоволення потреб клієнта, його лояльність, прибутковість, збереження і розширення клієнтської бази[3].

Задля вдалого впровадження системи збалансованих показників на підприємстві потрібно ретельно розробити кожний з її етапів.

До першого етапу можна віднести постановку цілі та переведення її у стратегію підприємства. Це дає можливість управлінцям більш чітко розуміти організацію та її стратегію, яку вони безперешкодно та чітко зможуть донести до працівників нижчих рівнів[2, с.79].

На другому етапі потрібно звернути увагу на комунікацію та зв'язок. Це дозволяє менеджерам довести стратегію до усіх рівнів організації та пов'язати її з цілями підрозділів та індивідуальними цілями працівників. Тому кожен підрозділ оцінюється за своїми фінансовими показниками, а цілі працівників пов'язані з короткостроковими фінансовими винагородами[2,с.81].

На третьому етапі здійснюється планування та постановка цілі, яка надає змогу підприємствам об'єднувати бізнес та фінансові плани. Менеджерам важко поєднати різні ініціативи для досягнення стратегічних цілей компанії – така ситуація веде до частих розчарувань у результатах цих програм. Тому важливою умовою є чітке розуміння цілі та бажання координувати та вести компанію до досягнення її довгострокових цілей[2,с.82].

На четвертому етапі важливим є стратегічний зв'язок та навчання. Підприємство дає змогу для стратегічного навчання. За допомогою системи

збалансованих показників підприємство може стежити за досягненням короткострокових результатів, а саме: стосунках з клієнтами, внутрішніх процесах підприємства, навчанні та розвитку працівників[4, с.75].

Отже, збалансована система показників допомагає виявити структуру багатьох критичних управлінських процесів: цілепокладання підрозділів та окремих працівників, бізнес-планування, розміщення капіталу, стратегічні ініціативи, зворотній зв'язок та навчання, які часто є нескоординованими та націлені на досягнення короткострокових операційних цілей.

Література:

1. Каплан Р. Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию / [Р. Каплан, Д. Нортон; пер. С англ.]. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Олимп-Бизнес, 2004. – 320 с.

2. Батанова Т. В. Методологічні аспекти розробки системи збалансованих показників діяльності підприємства / Т. В. Батанова. // Вісник соціально-економічних досліджень. – 2014. – №3. – С. 79-83.

3. Лоханова Н. О. Застосування системи збалансованих показників у системі стратегічного управлінського обліку [Електронний ресурс] / Н. О. Лоханова // Ефективна економіка. – 2015. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=4600>.

4. Лаговська О. А. Система збалансованих показників у вартісно-орієнтованому управлінні: напрями використання / О. А. Лаговська. // Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу. – 2014. – №2. – С. 70–80.

ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ЛІНІЙНИХ ПАРАМЕТРИЧНИХ МЕТОДІВ У ПРОГНОЗУВАННІ ІМПОРТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ УКРАЇНИ

Ларіна Д.Є.,

студентка економіко-правового факультету

Маріупольський державний університет

м. Маріуполь, Україна

На сьогодні дослідження динаміки макроекономічних процесів, фінансових і товарних ринків більшою мірою спираються на аналіз індикаторів соціально-економічного розвитку, які мають вигляд часових рядів. Саме співвідношення часової структури даних із реальним станом економічних процесів дає адекватне відображення результатів економіко-математичних моделей. Це дало поштовх до стрімкого розвитку і появи специфічних лінійних параметричних методів щодо аналізу та прогнозування макроекономічних процесів. У зв'язку з цим, актуальним є дослідження особливостей використання цих методів на прикладі прогнозування імпоротної діяльності національної економіки.

Для дослідження та виявлення основних тенденцій в імпорті товарів в Україну за 1992-2018 рр. нами було побудовано криві зростання та лінійні параметричні моделі, серед яких можна виділити:

1) адаптивні моделі (моделі Брауна, Хольта) – методи, що дозволяють при побудові прогнозних моделей враховувати більшою мірою поточну інформацію про імпорт товарів, меншою – минулу [1];

2) авторегресійні моделі (моделі Бокса-Дженкінса та ОЛІМП) – методи, що враховують тенденцію зміни (тренд), сезонну та випадкову компоненти [1].

Кожна модель була оцінена з позиції чотирьох критеріїв, табл.1:

□ відносна помилка апроксимації – для визначення точності прогнозування;

□ критерій Дарбіна – Уотсона – для визначення наявності автокореляції, правильності розкриття специфікації регресії і типу залежності;

- коефіцієнт детермінації (R^2) - для відображення адекватності моделі з огляду тісноти зв'язку змінних рівняння функції;
- критерій Фішера – для визначення, наскільки адекватно модель відображає тенденцію розвитку показника.

Таблиця 1

Зведена таблиця оцінки моделей Брауна, Бокса-Дженкінса, Хольта та ОЛІМП

Критерій	Крива зростання	Лінійні параметричні методи			
		Брауна	Хольта	Бокса-Дженкінса	ОЛІМП
Відносна помилка апроксимації	0,47	0,24	0,252	0,212	0,263
Критерій Дарбіна-Уотсона	0,7	1,912	1,411	1,897	2,03
Коефіцієнт детермінації (R^2)	0,629	0,607	0,651	0,730	0,741
Критерій Фішера	20,309	35,577	42,823	62,103	65,903

У результаті проведеного аналізу, з позиції адекватності моделей з огляду тісноти зв'язку та відображення тенденції розвитку найбільш оптимальною є модель ОЛІМП, що має найбільше значення коефіцієнту детермінації та критерію Фішера.

Значення відносної помилки апроксимації в усіх оцінених моделях перевищує 15%, що дає змогу констатувати про неточність прогнозу з використанням наведених моделей (згідно моделі ОЛІМП помилка апроксимації дорівнює 0,263 тобто 26, 3%).

Критерій Дарбіна-Уотсона має значення 2,03, тобто знаходиться в інтервалі від табличного параметру авторегресії $1,5 < DW < 2,5$. Таким чином, автокореляція відсутня, специфікація регресії виконана правильно.

Коефіцієнт детермінації дорівнює 0,74, що більше 0,7, отже зв'язок є тісним.

Критерій Фішера $F_{\text{крит.}} = 23$, а $F_{\text{розрах.}} = 65,903$. З імовірністю 95% $F_{\text{розрах.}} > F_{\text{крит.}}$, отже модель ОЛІМП адекватно відображає тенденцію розвитку імпорту товарів.

Виходячи з цього, можна побудувати прогноз на наступні 5 років (табл. 2):

Прогнозні значення імпорту товарів та послуг в Україну на 2019-2023 рр. на основі моделі ОЛІМП, млн. дол.

Роки	Точковий прогноз	Песимістичний прогноз	Оптимістичний прогноз
2019	55370,12	36577,32	74162,91
2020	53544,39	34751,25	72337,53
2021	53228,02	34434,83	72021,19
2022	52652,77	33859,59	71445,96
2023	52243,28	33450,09	71036,46

Таким чином, проведений аналіз імпортої діяльності України у період з 1992 р. дозволяє зробити висновок, що динаміка імпорту товарів в Україну не має чіткої тенденції, рис.1.



Рис.1. Динаміка обсягів імпорту товарів в Україну з прогнозними значеннями на основі моделі ОЛІМП [2]

Так, у період 1992-2008 рр. імпорт товарів в Україну має позитивну динаміку із незначним скороченням у 1999 році. В цілому за вказаний період імпорт товарів збільшився на 78436,3 млн. дол. або на 1204,9%. Однак, у 2009 році та у період 2013-2015 рр. можна спостерігати різке падіння імпортої діяльності України – об'єми імпорту товарів впали на 40 048,3 млн. дол. або на 188% (порівняно з 2008 р.) та на 47122 млн. дол або на 225,6% (порівняно з 2012 р.). Причиною цих явищ стали світова фінансова криза у 2008 р. та

ведення військових дій на сході України за 2013-2015 рр. Перехід до позитивної динаміки в імпорті товарів почався з 2016 р. по сьогоднішній день, тобто обсяги імпортової продукції зросли на 17794 млн. дол. або на 145,3%.

За прогнозом моделі ОЛІМП у 2019 р. імпорт товарів в Україну впаде на 103% і зіставить 55370,12 млн. дол. Така ж сама тенденція спостерігатиметься й наступні 4 роки (2020-2023 рр.): у 2023 році імпорт товарів дорівнюватиме 52243,28 млн. дол. за точковим прогнозом, а за песимістичним та оптимістичним 33450,3 млн. дол. і 71036,46 млн. дол. відповідно. Більш оптимістичним є прогноз за моделлю Хольта (у 2019 р. імпорт дорівнює 59648 млн. дол.), однак ця модель не була обрана нами для оцінки імпортової діяльності через низькі коефіцієнт детермінації та критерій Фішера.

Підбиваючи підсумок необхідно зазначити, що наведена система моделей цілком адекватно відображає тенденцію розвитку імпортової діяльності України та може використовуватися для прогнозування інших макроекономічних індикаторів господарської діяльності.

Література:

1. Прогнозування та аналіз часових рядів. Методичні вказівки до практичних занять та самостійної роботи студентів спеціальності 051 «Економіка» освітня програма «Економічна кібернетика», «Економічна аналітика». (2018). Чернігів: ЧНТУ.
2. Офіційний сайт Державного комітету статистики України (2018). Вилучено з <http://www.ukrstat.gov.ua>.

ОПЕРАЦІЙНА ОРЕНДА АКТИВІВ: ПРОБЛЕМНІ АСПЕКТИ ОБЛІКУ

Никіфорова К.Г.,*студентка факультету**обліку та податкового менеджменту***Озеран А.В.***доктор економічних наук,**професор кафедри обліку і оподаткування,**ДВНЗ «Київський національний економічний**університет імені Вадима Гетьмана»,**м. Київ, Україна*

Орендні відносини є на сьогодні важливою частиною економічного механізму, від якого залежить результативність діяльності значного сектору економіки України. Завдяки оренді готових виробничих потужностей підприємство отримує змогу значно пришвидшити налагодження виробничого процесу, а, отже, і отримання прибутку.

Суттєва частка орендних операцій припадає на операційну оренду виробничих, складських та офісних приміщень. На сьогоднішній день все більше підприємств не бажають вкладати кошти у власну нерухомість, надаючи перевагу орендованій. В свою чергу на ринку з'являється дедалі більше підприємств, які мають в своєму активі певну нерухомість, передача в оренду якої стає їхньою основною діяльністю.

Об'єкт операційної оренди, переданий орендарю, орендодавець продовжує обліковувати у складі активів. Дохід від оренди відображається за кредитом субрахунку 713 «Дохід від операційної оренди активів», якщо така оренда не є основним видом діяльності. Проте, якщо вона є основним видом діяльності підприємства, дохід у вигляді орендної плати варто показувати за кредитом субрахунку 703 «Дохід від реалізації робіт і послуг». [1]

Разом з послугами оренди зазвичай орендодавці надають своїм покупцям супутні експлуатаційні послуги у вигляді освітлення, опалення, обслуговування

технічних мереж, вивезення твердих побутових відходів тощо та послуг з ремонту орендованих приміщень. Залежно від умов договору такі послуги може бути включено у вартість оренди, проте частіше їхнє відшкодування виокремлюється. Розрахунки з орендарями за різними видами послуг (безпосередньо оренда, експлуатаційні послуги та послуги з поліпшення та ремонту приміщень, що надані в оренду) варто обліковувати на окремих аналітичних рахунках субрахунку 361 «Розрахунки з вітчизняними покупцями»: 361.1 «Розрахунки за орендними операціями», 361.2 «Розрахунки за експлуатаційними послугами та технічним обслуговування приміщень», 361.3 «Розрахунки за ремонтними та іншими послугами». Таке розмежування дозволить легше відстежувати зміни рентабельності окремих послуг.

З метою визначення прибутковості кожного виду послуг оренди необхідно передбачити за кожним видом послуги окремий облік прямих витрат, собівартості реалізації та доходів від реалізації на відповідних аналітичних рахунках до рахунків 23 «Виробництво», 90 «Собівартість реалізації» та 70 «Дохід від реалізації».

Згідно з Інструкцією № 291 на рахунку 23 «Виробництво» за дебетом накопичується прями матеріальні, трудові та інші прями витрати, а також розподілені загальновиробничі витрати і втрати від браку продукції (робіт, послуг) з технологічних причин. У випадку орендних операцій об'єктом витрат виступають послуги з утримання переданого в оренду приміщення. Послуги з ремонту та поліпшення приміщень, виконані власними силами з використанням власних будівельних матеріалів, можна ідентифікувати з окремим орендарем, тому витрати на матеріали та їх доставку, на оплату праці та відрахування на соціальні заходи працівників, які були безпосередньо задіяні в ремонті, можуть бути прямо віднесені на рахунок 231.3.

При наданні експлуатаційних послуг також можливо виокремити частину витрат, які прямо відносяться до конкретного орендаря. Зокрема, це вартість придбаних у постачальників електроенергії, води, газу, спожитих конкретним орендарем, кількість замінених ламп, вивезених баків з твердими побутовими

відходами. Проте, частину витрат, наприклад на освітлення та охорону території, неможливо пов'язати з конкретним орендарем. Такі витрати мають непрямий характер, тому їх слід обліковувати у складі загальновиробничих витрат.

Якщо розглядати власне орендні операції, виокремити прямі матеріальні витрати дуже важко. Для надання готового приміщення в оренду не використовуються матеріали та сировина, відсутній персонал, безпосередньо задіяний в орендних операціях, заробітна плата якого (а, відповідно, і відрахування на соціальні заходи) прямо була би пов'язана з орендними послугами. З усіх можливих варіантів витрат, що стосуються орендних операцій, залишаються тільки амортизаційні відрахування. В тих випадках, коли один орендар займає всю будівлю або адміністративно-побутовий комплекс, віднесення амортизаційних відрахувань на прямі витрати не викликає жодних заперечень. Коли офісну будівлю розділено на багатьох орендарів, і кожен з них згідно з договором винаймає виключно кімнату (з визначеною площею, закріпленою на план-схемі), а дохід від оренди формується залежно від використання кімнат, віднесення амортизації цих приміщень прямо на виробничі витрати також є логічним. Проте в будівлі, яка є окремим цілісним об'єктом, є також коридори та допоміжні приміщення, які використовуються як орендарями, так і орендодавцями. Кімнати, не передані в оренду через відсутність орендарів або ремонт, не формують прямо дохід. Тому, вважаємо, амортизаційні відрахування варто відносити до загальновиробничих витрат.

Разом з тим, амортизація будівель – витрати постійного характеру. Постійні загальновиробничі витрати за П(с)БО 16 «Витрати» розподіляються на кожен об'єкт витрат з використанням певної бази. Однак, виникає проблема з вибором бази розподілу. По-перше, прямі витрати в таких операціях відсутні. По-друге, якщо в штатному розкладі немає жодного працівника, який задіяний безпосередньо у «виробництві» орендних послуг, некоректно обирати базою розподілу години праці або заробітну плату. Щодо обсягу виробництва, то на відміну від продукції, яка до етапу споживання перебуває у різних виробничих

стадіях, послуги, зокрема послуги оренди, споживаються в момент їх надання. Через це у них не може бути залишку незавершеного виробництва. [2] Процес споживання орендних послуг є безперервним від моменту передачі об'єкта оренди і до завершення в момент його повернення. До реалізації послуги оренди фактично не існує, тому застосування в цьому випадку терміну «обсяг виробництва» не зовсім коректне, доцільно застосовувати термін «обсяг реалізації». Своєю чергою обсяг реалізації не залежить лінійно від метражу, зданого в оренду, та ціни (яка є неоднорідною), тому обирати базою розподілу витрат обсяг реалізації економічно необґрунтовано. Отже, базуючись на принципі превалювання суті над формою, усі постійні загальновиробничі витрати доцільно вважати нерозподіленими та відносити одразу на рахунок 903.1 «Собівартість реалізованих послуг оренди».

Запропонована методика дозволить уникнути зайвих проведеннь без порушення принципів бухгалтерського обліку і фінансової звітності та підвищити корисність достовірність бухгалтерської інформації.

Література:

1. Інструкція про застосування плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій, затверджений наказом Міністерства фінансів України від 30.11.1999р. №291, зареєстрованим у Міністерстві юстиції України 21.12.1999р. № 893/4186.

2. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 "Витрати", затверджений наказом Міністерства фінансів України від 31.12.1999р. №318, зареєстрованим в Міністерстві юстиції України 19.01.2000 р. за №27/4248.

