

2020

**Всеукраїнська науково - практична
конференція здобувачів вищої освіти
та молодих учених**

**«Фінансово-економічні
механізми розвитку
підприємництва: теоретичний
та практичний аспекти»**

19 – 20 листопада 2020 р.

**ЧАСТИНА 1
Секції 1,2**



Інститут модернізації змісту освіти
Національна металургійна академія України
Українська інженерно-педагогічна академія
Одеський національний університет імені І.І. Мечникова
Львівський національний аграрний університет

***Збірник тез
за матеріалами Всеукраїнської науково -
практичної конференції здобувачів вищої
освіти та молодих учених***

**«Фінансово-економічні механізми
розвитку підприємництва:
теоретичний та практичний аспекти»**

19-20 листопада 2020 р.

м. Дніпро

Лист МОН України від 20.01.2020 №22.1/10-143

УДК 330.111.66:316.422

Фінансово-економічні механізми розвитку підприємництва: теоретичний та практичний аспекти: Збірник тез за матеріалами Всеукраїнської науково - практичної конференції здобувачів вищої освіти та молодих учених (19 – 20 листопада 2020 р.). Частина 1. – Дніпро: НМетАУ, 2020. – 299 с.

У збірнику містяться матеріали доповідей Всеукраїнської науково - практичної конференції здобувачів вищої освіти та молодих учених «Фінансово-економічні механізми розвитку підприємництва: теоретичний та практичний аспекти» (19 – 20 листопада 2020 р.). Для науковців, викладачів, фахівців-практиків, студентів економічних спеціальностей

Програмний комітет конференції:

Ковальчук К.Ф., д.е.н., професор, декан факультету економіки та менеджменту Національної металургійної академії України

Прохорова В.В., д.е.н., професор, завідувач кафедри економіки та організації діяльності суб'єктів господарювання Української інженерно-педагогічної академії

Журавльова Т.О., к.е.н., професор, завідувач кафедри фінансів, банківської справи та страхування Одеського національного університету імені І.І.Мечникова

Грицина О.В., к.е.н., доцент, завідувач кафедри фінансів, банківської справи та страхування Львівського національного аграрного університету

Сокиринська І.Г., к.е.н., доцент, завідувач кафедри фінансів Національної металургійної академії України

Божанова О.В., к.е.н., доцент, доцент кафедри фінансів Національної металургійної академії України

Аберніхіна І.Г., к.е.н., доцент, доцент кафедри фінансів Національної металургійної академії України

Мушнікова С.А., к.е.н., доцент, доцент кафедри фінансів Національної металургійної академії України

За додержання норм авторського права, достовірність наведених фактичних даних, посилань на джерела, імена та назви несе відповідальність автор матеріалів.

<i>Маніло А.О., Захарова Н.Ю.</i> Експортні операції як елемент зовнішньоекономічної діяльності підприємств аграрної сфери економіки	218
<i>Матвійчук Т.С. Пойта І.О.</i> Методи управління маркетинговою діяльністю	220
<i>Махрачева А.Д., научный руководитель – Волкова О.В.</i> Собственные источники формирования финансовых ресурсов организаций	222
<i>Мироненко М.А., Король Р.М.</i> Функціонування та розвиток науково-дослідної установи державної форми власності в умовах пандемії COVID-19	224
<i>Мойсюк Н.В., О. В. Волкова</i> Роль заемного капитала на предприятии	227
<i>Наумович А.А., Макарецькая Т.Д.</i> Логистическая концепция JUST IN TIME как инновационный метод решения финансово-экономических проблем предприятия	229
<i>Nikola S.O.</i> Main problems and prospects of development of financial relations of enterprises in Ukraine	232
<i>Образок Д., науковий керівник: Сокиринська І.Г.</i> Тривалість фінансового та операційного циклу підприємства як критерій управління	235
<i>Пастушенко Д.С., Федосенко Л.В.</i> К вопросу ипотечного кредитования	237
<i>Пашинська В.А., Муляр О.С., Берташ Б.М.</i> Товарний асортимент: основні засади управління	240
<i>Педько А.Б.</i> Оцінка ефективності експортної діяльності підприємства	242
<i>Подобедова Е.В., Федосенко Л.В.</i> Проблемы и пути улучшения организации работы банка с проблемными кредитами	244
<i>Рубай О.В.</i> Управління бюджетними ресурсами органами державного казначейства	247
<i>Сабліна Н.В.</i> Методичні аспекти стратегічного фінансового контролінгу на підприємстві	250
<i>Севастьянов О. Є., Бічук Д. А., науковий керівник: Обруч Г.В.</i> Сучасний стан розвитку АТ «УКРЗАЛІЗНИЦЯ» як ключового гравця ринку залізничних перевезень в Україні	252
<i>Семенова Т.В.</i> Оцінка конкурентоспроможності ресурсного потенціалу металургійних підприємств	254
<i>Сенько В. В., Гринькевич В. М.</i> Пріоритети формування системи забезпечення фінансово-економічної безпеки підприємства	257
<i>Сіра Е.А.</i> Гостинність як індустрія	260
<i>Содома Р. І., Хірівський Р. П.</i> Сучасний механізм інвестування – міжнародні аграрні розписки	261
<i>Соц М. Я., Галкина М. Н.</i> Контроль и аудит, проблемы их функционирования в республике Беларусь	263
<i>Стахів С. Ф.</i> Оподаткування діяльності суб'єктів малого, середнього та великого підприємництва	266
<i>Сяська О. В.</i> Роль фінансового менеджменту в управлінні підприємством	268
<i>Толстокор М.Ю., Лишенко М.О.</i> Класифікаційні ознаки товарного асортименту підприємства	270
<i>Трофимов А.В., Федосенко Л.В.</i> Трансформація банківського бізнесу в умовах переходу к цифровой экономике	273

Список использованной литературы

1. Итоги белорусской экономики в первом полугодии 2020 года: бесконечный круг проблем [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://news.tut.by/economics/698437.html>. – Дата доступа: 11.11.2020.
2. Экономисты о курсе белорусского рубля: прогнозы неутешительные [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://sputnik.by/economy/20200921/1045723289/Ekonomisty-o-kurse-belorusskogo-rublya-prognozy-neuteshitelnye.html> – Дата доступа: 11.11.2020.
3. На рынке потребительского кредитования РБ начался кризис [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.belrynok.by/2020/06/03/na-rynke-potrebitelskogo-kreditovaniya-rb-nachalsya-krizis/>. – Дата доступа: 11.11.2020.
4. Ипотека в Беларуси [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://myfin.by/wiki/term/ipoteka-v-belarusi>. – Дата доступа: 10.11.2020.
5. Турбулентность на рынках может затормозить бум IPO ипотечных кредиторов США [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.finmarket.ru/database/news/5346332> – Дата доступа: 10.11.2020.
6. Ипотека в Европе: процентные ставки в 2019 [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://justreal.ru/articles/ipoteka-v-evrope-protsentnye-stavki/> – Дата доступа: 10.11.2020.
7. 10 стран с самой низкой ставкой по ипотеке [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://kursiv.kz/news/issledovaniya/2018-09/10-stran-s-samoj-nizkoj-stavkoj-po-ipoteke>. – Дата доступа: 11.11.2020.

Пашињска В.А.

здобувач вищої освіти II освітнього рівня «Магістр»

Муляр О.С.

здобувач вищої освіти II освітнього рівня «Магістр»

кандидат економічних наук Берташ Б.М.

Рівненський державний гуманітарний університет

viktoria.pashynska@icloud.com

ТОВАРНИЙ АСОРТИМЕНТ: ОСНОВНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ

В складних економічних умовах України зі зниженням купівельної спроможності населення спостерігається загострення конкуренції на ринку споживчих товарів, зростання зацікавленості у постійних клієнтах, що робить особливо актуальним управління асортиментом товарів підприємства.

Аналіз асортименту товарів забезпечує визначення основних напрямків його розширення і можливості реалізації на ринку, так як потреби та бажання споживачів постійно змінюються, як і умови на ринку. Саме тому товарний асортимент - основний інструмент, що визначає політику і ринки, на які необхідно орієнтуватися.

Грамотно сформований товарний асортимент дозволяє залучити платоспроможного споживача і досягти головної мети підприємницької діяльності – отримання максимально можливого прибутку. Для забезпечення цього необхідні сучасні ринкові знання з управління товарним портфелем і регулярний його моніторинг [1].

Дослідження управління товарним асортиментом свідчать про сформовану систему знань з його формування та управління ним завдяки науковим працям вітчизняних і зарубіжних науковців, серед яких Азарян О., Апопій В., Базилев В., Берман Б., Бергер І., Гаркавенко С., Гросул В., Дайновський Ю., Діанич-Шимановська Л., Ільченко Н., Мізюк Б., Міценко Н., Павленко А., Друкер П., Котлер Ф., Еванс Дж., Кент Т., Ламбен Ж.-Ж., Лавлок

К., Моріарті С., Якобуччі Д. та ін., які широко розкрили соціально-економічне значення і закономірності формування товарного асортименту.

Торговий асортимент є усією сукупністю товарної продукції, яку пропонує торгове підприємство своїм покупцям.

Товарний асортимент характеризується сімома вимірами:

- ширина - кількість різних пропонованих продуктивних лінійок;
- глибина - кількість різновидів продуктів в продуктивній лінійці;
- висота - середня ціна продуктової лінійки;
- новизна - здатність підібраних продуктивних лінійок відповідати змінам ринку за рахунок пропозиції нових товарів. Коефіцієнт новизни характеризується появою нових різновидів товарів за певний часовий проміжок. З параметром новизни пов'язані такі поняття як актуальність (затребуваність) і рухливість (гнучкість і адаптивність асортименту);

- сумісність - рівень взаємного доповнення і сполучуваності різних асортиментних груп;

- повнота - відповідність фактичної наявності усіх видів товарів розробленого асортиментного переліку угодам з постачальниками;

- стабільність – здатність зберігати асортиментну матрицю з товарів, що користуються найбільшим попитом і, поряд з цим, є найбільш дохідними [2].

Фактори управління асортиментом діляться на дві групи:

- загальні (економічні, соціальні, демографічні, природно-кліматичні, національно-побутові);

- специфічні (чисельність населення, його склад, а також тип магазину, інфраструктура, транспортне сполучення, наявність і кількість конкурентів, умови завезення продукції).

Головний фактор формування асортименту, - попит споживачів. Тому необхідно чітко відслідковувати споживчі тенденції і підлаштовувати асортимент під цей показник.

Для цього управління товарним асортиментом має бути циклічним процесом, що включає формування, аналіз, коригування асортименту, аналіз його змін і ринку.

Виходячи з цього, управління товарним асортиментом - це формування і підтримка оптимального асортименту конкурентоспроможних товарів.

Основні принципи управління товарним асортиментом:

- поєднання товарів (сполучуваність), що передбачає наявність стратегії, націленої на розвиток цінової, комунікаційної політики, а також збут вироблених товарів;

- орієнтація на покупців-клієнтів, що забезпечує високі показники з продаж через чітке розуміння потреб і побажань покупців;

- розвиток, який враховує вимоги покупців до якості і виду товарів, що постійно змінюються і зростають. Саме тому асортимент повинен зазнавати змін і навіть передбачати потреби клієнта;

- професіоналізм, під яким розуміють, що тільки висококваліфікований фахівець здатний ефективно управляти асортиментом і грамотно оцінювати його параметри;

- ефективність, яка спрямовує управління широким асортиментом на підвищення прибутку через дохідність кожної товарної лінії [3].

Дотримуватися цих принципів може допомогти категорійний менеджмент, при якому кожен товар розглядається як окрема категорія в якості самостійної відособленої бізнес-одиниці, що об'єднує в собі функції закупівлі і продажу, і за все, що відбувається в її рамках, несе відповідальність єдина людина.

Саме в цьому відмінність категорійного менеджменту від інших технологій. Грамотне управління товарним асортиментом дозволяє досягти відмінних результатів в короткі терміни. Категорійний менеджмент враховує практично всі фактори, які можуть вплинути на продаж того чи іншого товару або цілої групи.

Завдання даної технології полягає в тому, щоб оптимізувати весь цикл, починаючи з таких складових, як закупівля і логістика, і закінчуючи реалізацією товару. Категорійний менеджмент відповідальний за весь шлях руху товарів, що входять в певну товарну категорію.

Таким чином складні умови господарювання, що склалися на ринку України, вимагають від підприємств, незалежно від їх спеціалізації і розміру, для збереження та росту конкурентних переваг активної ринкової поведінки та розробки асортиментної політики на засадах маркетингу. Найважливішим елементом має бути перегляд та формування структури товарного асортименту підприємства, спрямованого на задоволення попиту покупців, максимального використання можливостей підприємства та підтримання прибуткової діяльності.

Список використаної літератури

1.Павлюк Н.М. Маркетингове управління товарним асортиментом / Н.М.Павлюк, В.В.Шарко // Економіка та підприємництво. – 2016. - №34-35. Ч. I. – Режим доступу: <http://wiki.kneu.edu.ua/bitstream/2010/19313/1/333-341.pdf>.

2.Абрамович І.А. Товарний асортимент підприємства: сутність та умови формування / І.А.Абрамович // Науковий вісник Ужгородського національного університету. Випуск 12, Ч. 1. - 2017. С. 6–9.

3.Павлова М.Б. Управління асортиментом товарів в роздрібних мережах крупноформатних підприємств торгівлі [Текст]: дис. ... канд. економ. наук: 08.00.04 / Павлова Марина Борисівна; Центр. спілка спожив. т-в України, Львів. торг.-екон. ун-т. Львів, 2018. 247 с.

4.Марченко В.М. ABC-XYZ-аналіз як засіб управління асортиментом машинобудівного підприємства / В.М.Марченко, В.П.Башилова // Економіка і суспільство Вип.13. - 2017. С. 597–601.

*Педько А.Б., к.е.н., доцент
доцент кафедри економіки та підприємництва ім. Т.Г. Беня
Ковалець А.В.
магістр кафедри економіки та підприємництва ім. Т.Г. Беня
Національна металургійна академія України
a.kovalets@gmail.com*

ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ЕКСПОРТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Експортна діяльність є важливою складовою господарської діяльності багатьох українських компаній. Здійснення експортних операцій стає вагомою передумовою для розширення ринків збуту, збільшення обсягів виробництва та підвищення якості продукції, що, в свою чергу, дозволяє створити сприятливе підґрунтя для зміцнення конкурентних позицій підприємства на внутрішньому ринку. В даний час практично немає жодної галузі, яка б не мала контактів із зовнішніми ринками.

Питанням оцінки ефективності експортної діяльності підприємства присвячені праці багатьох вітчизняних та зарубіжних науковців, серед яких Т. Бондарєва, А. Осадчук, А. Бондаренко, Ю. Лясова, П. Манін, Н. Невская, А. Фатенко-Ткачук та інші.

Аналіз робіт вищенаведених вчених показує, що для дослідження ефективності експортної діяльності підприємств застосовуються різні підходи. Одні базуються на використанні кількісних методик, що ґрунтуються на розрахунку і аналізі комплексу показників, які характеризують експорт. Широко застосовуються також і експертні методи, що базуються на використанні думки фахівців (експертів). Часто обидва підходи застосовуються разом.