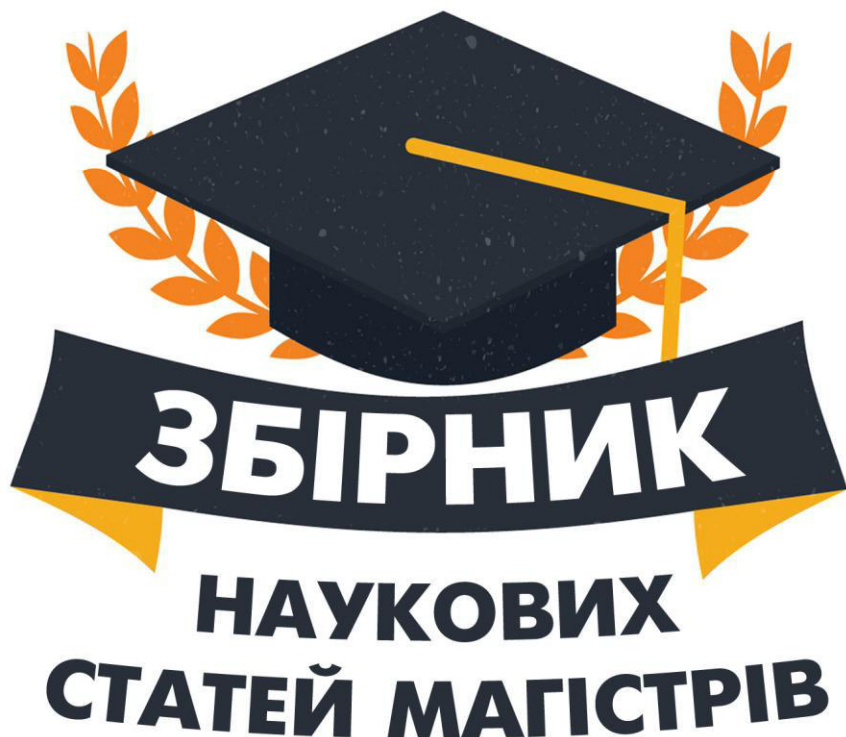


**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСІЛКИ  
“ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ”**



**НАВЧАЛЬНО-НАУКОВОГО ІНСТИТУТУ  
БІЗНЕСУ ТА СУЧАСНИХ ТЕХНОЛОГІЙ**



**ПОЛТАВА  
2020**

**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСІЛКИ  
«ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ»  
(ПУЕТ)**

# **ЗБІРНИК НАУКОВИХ СТАТЕЙ МАГІСТРІВ**

**НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ БІЗНЕСУ ТА  
СУЧАСНИХ ТЕХНОЛОГІЙ**

**Полтава  
ПУЕТ  
2020**

УДК 330:004(082)  
3-41

Друкується відповідно до наказу по університету № 112-Н від 01 вересня 2020 р.

Головний редактор – **О. О. Нестуля**, д. і. н., професор, ректор Вищого навчального закладу Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі» (ПУЕТ).

Заступник головного редактора – **О. В. Манжура**, д. е. н., доцент, проректор з науково-педагогічної роботи ПУЕТ.

Відповідальний секретар – **Н. М. Бобух**, д. філол. н., професор, завідувач кафедри української, іноземних мов та перекладу ПУЕТ.

#### **Відповідальний редактор**

**А. С. Ткаченко**, к. т. н., доцент, директор Навчально-наукового інституту бізнесу та сучасних технологій ПУЕТ.

#### **Члени редакційної колегії**

**Г. О. Бірта**, д. с.-г. н., професор (спеціальність Підприємництво, торгівля та біржова діяльність освітні програми «Товарознавство і комерційна діяльність» і «Товарознавство та експертиза в митній справі»), завідувач кафедри товарознавства, біотехнології, експертизи та митної справи ПУЕТ;

**О. О. Ємець**, д. ф.-м. н., професор (спеціальність Комп'ютерні науки), завідувач кафедри математичного моделювання та соціальної інформатики ПУЕТ;

**Є. А. Карпенко**, к. е. н., доцент (спеціальності Облік і оподаткування та Підприємництво, торгівля та біржова діяльність освітня програма «Публічні закупівлі»), завідувач кафедри бухгалтерського обліку і аудиту ПУЕТ;

**Н. В. Карпенко**, д. е. н., професор (спеціальність Маркетинг), завідувач кафедри маркетингу ПУЕТ;

**Т. А. Костишина**, д. е. н., професор (спеціальності Економіка освітня програма «Управління персоналом та економіка праці», Публічне управління та адміністрування освітня програма «Місцеве самоврядування»), завідувач кафедри управління персоналом, економіки праці та економічної теорії ПУЕТ;

**Г. В. Лаврик**, д. ю. н., професор (спеціальність Публічне управління та адміністрування освітня програма «Публічне адміністрування»), завідувач кафедри правознавства ПУЕТ;

**Л. М. Шимановська-Діанич**, д. е. н., професор (спеціальність Інформаційна, бібліотечна та архівна справа), завідувач кафедри менеджменту ПУЕТ;

**Л. С. Франко**, ст. викладач (спеціальність Міжнародні економічні відносини), завідувач кафедри міжнародної економіки та міжнародних економічних відносин;

**О. В. Яриш**, к. е. н., доцент (спеціальність Фінанси, банківська справа та страхування), завідувач кафедри фінансів та банківської справи ПУЕТ.

**Збірник наукових статей магістрів. Навчально-науковий**  
3-41 інститут бізнесу та сучасних технологій. – Полтава : ПУЕТ,  
2020. – 258 с.

ISBN 978-966-184-388-1

У збірнику представлено результати наукових досліджень магістрів спеціальностей: Інформаційна, бібліотечна та архівна справа освітня програма «Документознавство та інформаційна діяльність»; Комп'ютерні науки освітня програма «Комп'ютерні науки»; Облік і оподаткування освітня програма «Облік і аудит»; Фінанси, банківська справа і страхування освітня програма «Фінанси і кредит»; Публічне управління та адміністрування освітні програми «Публічне адміністрування» та «Місцеве самоврядування»; Економіка освітня програма «Управління персоналом та економіка праці»; Маркетинг освітня програма «Маркетинг»; Філологія освітня програма «Германські мови та літератури (переклад включно), перша – англійська»; Підприємництво, торгівля та біржова діяльність освітні програми «Товарознавство і комерційна діяльність», «Товарознавство та експертиза в митній справі», «Публічні закупівлі».

УДК 330:004(082)

*Матеріали друкуються в авторській редакції мовами оригіналів.*

*За виклад, зміст і достовірність матеріалів відповідальні автори.*

*Розповсюдження та тиражування без офіційного дозволу ПУЕТ заборонено.*

© Вищий навчальний заклад Укоопспілки  
«Полтавський університет економіки і  
торгівлі», 2020

ISBN 978-966-184-388-1

## ЗМІСТ

### ОБЛІК І ОПОДАТКУВАННЯ

#### Освітня програма «Облік і аудит»

<i>Горілко Н. А.</i> Напрями вдосконалення обліку основних засобів будівельних підприємств.....	8
<i>Манченко О. М.</i> Принципи та завдання організації обліку податку на прибуток .....	13
<i>Матюша Я. Ю.</i> Податок на прибуток: вплив податкової реформи 2020 .....	18
<i>Савченко Н. Г.</i> Організація системи внутрішнього контролю на підприємстві.....	24
<i>Фандєєва А. Ю.</i> Напрями вдосконалення приміток до річної фінансової звітності щодо необоротних активів та резервів.....	30
<i>Яновська К. А.</i> Класифікація власного капіталу: обліково-аналітичний аспект.....	36

### ПІДПРИЄМНИЦТВО, ТОРГІВЛЯ ТА БІРЖОВА ДІЯЛЬНІСТЬ

#### Освітня програма «Публічні закупівлі»

<i>Ляхно Р. В.</i> Окремі аспекти стану публічних закупівель в Україні.....	41
<i>Павленко О. С.</i> Особливості проведення спрощених закупівель .....	47

### Освітня програма «Товарознавство та експертиза в митній справі»

<i>Закотей В. Л.</i> Тенденції розвитку виробництва і споживання кави в Україні.....	51
<i>Кулинич С. В.</i> Особливості формування асортименту і споживання безалкогольних напоїв .....	56

<i>Сич А. М.</i> Дослідження використання ультрафіолетових ламп для пристроїв знезараження повітря .....	61
<i>Скоробагацький В. В., Бабенко О. Ю.</i> Стан та тенденції ринку пластмас в Україні .....	66
<i>Снежков В. О.</i> Ідентифікаційна експертиза апельсинів різних сортів .....	70
<i>Хоменко Ю. О.</i> Сучасні проблеми ідентифікації та фальсифікації шоколаду .....	75

### **Освітня програма «Товарознавство і комерційна діяльність»**

<i>Богасєвський В. В.</i> Шляхи підвищення якості та харчової цінності мармеладних виробів .....	80
--	----

### **ФІНАНСИ, БАНКІВСЬКА СПРАВА ТА СТРАХУВАННЯ**

#### **Освітня програма «Фінанси і кредит»**

<i>Дєєв О. С.</i> Методи оцінювання фінансової безпеки підприємства.....	85
<i>Зінченко А. В.</i> Особливості управління діловою активністю підприємства в умовах кризи .....	90
<i>Костюченко А. А.</i> Методи фінансового планування вітчизняних підприємств .....	95
<i>Кулиняк Н. А., Руденко А. А.</i> Формування моделі управління фінансовими ресурсами підприємств споживчої кооперації на основі фінансового контролінгу.....	99
<i>Опанасюк А. О., Пінчук А. Г.</i> Ефективне управління фінансовими ресурсами підприємства як умова успішної стратегії забезпечення його фінансової стійкості .....	103
<i>Павлишин Д. Г.</i> Фінансова децентралізація та її вплив на соціально-економічний розвиток Полтавського регіону.....	107
<i>Панченко К. В.</i> Теоретико-методологічні підходи до визначення сутності фінансової безпеки домогосподарств .....	112

жодних підстав та технічних можливостей для внесення замовником змін до оголошення не передбачається. У разі проведення процедури відкритих торгів замовник може вносити зміни до тендерної документації по закупівлі до моменту розкриття пропозицій учасників, тобто протягом 15 днів.

Загалом, тривалість спрощеної закупівлі з моменту публікації оголошення та до моменту укладення договору може складати близько 20 календарних днів, (в залежності від строків розгляду пропозицій учасників на відповідність вимогам, встановленим в оголошенні про проведення спрощеної закупівлі та визначення переможця). Натомість, процедура відкритих торгів з моменту оголошення про проведення закупівлі до моменту підписання договору може складати близько 30 днів та більше (залежно від ходу закупівлі, наявності вимог та скарг учасників, тощо).

Разом з тим, для учасників спрощених закупівель, на відміну від процедури відкритих торгів, можливість подавати скарги під час оголошеної закупівлі не передбачена.

Стаття 14 Закону України «Про публічні закупівлі» передбачає публікацію замовником такого електронного документу, як оголошення про проведення спрощеної закупівлі, яке повинно містити інформацію щодо предмету закупівлі та інші вимоги. Для здійснення процедури відкритих торгів замовник складає тендерну документацію відповідно до вимог ст. 22 Закону.

Частиною 2 статті 20 Закону [1] встановлено, що для проведення відкритих торгів має бути подано не менше двох тендерних пропозицій. Вагомою перевагою застосування спрощених закупівель є те, що на відміну від процедури відкритих торгів, замовник має можливість укласти договір при наявності навіть однієї пропозиції учасника. Це зумовлено тим, що у разі подання однієї пропозиції учасника спрощеної закупівлі відбувається автоматичний перехід на етап кваліфікації, а електронний аукціон системою не призначається. Однак, у зв'язку з тим, що законодавець не, як передбачено для процедури відкритих торгів, існують певні ризики для замовника під час розробки оголошення про проведення спрощеної закупівлі, адже успіх її проведення залежить від того, наскільки детально викладені умови для участі в закупівлі та встановлені вимоги до учасників [3].

**Висновки.** Нова редакція Закону України «Про публічні закупівлі» є недосконалою та потребує суттєвих доопрацювань,

в тому числі стосовно розмежування понять «процедури закупівель» та «спрощені закупівлі», уточнення механізму здійснення спрощених закупівель, який досить схожий на процедуру відкритих торгів, проте має певні відмінності, встановлення кваліфікаційних вимог до учасників спрощених закупівель тощо.

### Список використаних джерел

1. Про публічні закупівлі [Електронний ресурс]: Закон України № 114-IX від 19.09.2019 р. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/114-20#Text>.
2. Лист-роз'яснення Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України № 3304-04/28729-06 від 05.05.2020 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://search.ligazakon.ua/l\\_doc2.nsf/link1/ME200403.html](http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/ME200403.html).
3. Інформаційний ресурс <https://infobox.prozorro.org/>.

## Освітня програма «Товарознавство та експертиза в митній справі»

УДК 339

### ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ВИРОБНИЦТВА І СПОЖИВАННЯ КАВИ В УКРАЇНІ

**В. Л. Закотей**, магістр спеціальності 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність освітня програма «Товарознавство та експертиза в митній справі»

**Є. В. Хмельницька**, к. т. н., доцент – науковий керівник

**Анотація.** У статті проаналізовано сучасний стан та проблемні питання світового ринку кави; розглянуто показники та динаміку споживання кави у світі, проаналізовано структуру та тенденції світового експорту, імпорту кави; визначено проблеми ринку кави та запропоновано шляхи їх вирішення.

**Ключові слова:** світовий ринок кави, виробництво кави, кавова індустрія, споживання, попит, експорт, загальносвітові тенденції

**Abstract.** The article is devoted state and problem questions of the world market of coffee are analysed in the article; indexes and dynamics of the consumption of coffee are considered in the world, structure and tendencies of world export, import of coffee are analysed; the problems of the coffee market are determined and solutions are offered.

**Keywords:** world market of coffee, production of coffee, coffee industry, consumption, demand, export, world tendencies.

**Постановка проблеми.** Кавова культура України набуває розвитку, має сталі традиції, але й спостерігаються зміни. Так, наприклад, у кав'ярнях третьої хвилі спостерігається зміна традиційному приготуванню кави на альтернативну. Замість звичного приготування у кавомашині, починають використовувати спеціальні посудини – кемекс, пуровер та аеропрес. Ці способи надають максимальної змоги розкрити смак кавових зерен. На даний час кількість людей, які п'ють звичайний американо зменшуються, що пояснюється не низькою якістю кави, а способом приготування кави та можливістю вибору різно-манітних кавових напоїв.

Ринок кав'ярень є досить перспективним і прибутковим бізнесом в Україні. Для розвитку у цієї сфері підприємства потребують не тільки унікальної ідеї бізнесу, але й моніторингу постійних змін на ринку, тобто аналізу змін різних зовнішні фактори, тенденцій та потреб споживачів.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблеми ринку кави в Україні описуються у роботах Б. В. Духницького, де досліджено особливості вирощування, виробництва, обробки та дистрибуції кавової продукції у світі, а також проаналізовано основних гравців на ринку кави в Україні, визначено пріоритети споживачів за видами продукції та цінами на неї. Оцінка якісних показників кавової продукції, реалізованої в Україні прослідковується у дослідженнях Т. О. Чорної та Г. О. Васильєвої [2, 3].

Але варто зазначити, що на даному етапі розвитку та діяльності кавової індустрії в нашій країні, потрібно докласти зусилля аби удосконалити даний сектор ринку, зробити його більш привабливішим для покупців.

**Формулювання мети.** Метою статті є аналіз тенденцій розвитку виробництва і споживання кави в Україні.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Вкладання значних коштів у розвиток кавової культури є незмінною тенденцією. Останні п'ять років кавова культура набула масовості завдяки проведенню світових та національних чемпіонатів, де українські бариста займають призові місця. Ознайомлення із закордонними плантаціями, освітні курси бариста, різноманітні кавові фестивалі дають змогу покращувати навички. Завдяки фінансовим внескам у кавову культуру почали відкриватись



якісні кав'ярні із професійним обладнанням, а бариста почали виділяти як професію, що стає трендом.

Спостерігається зміна смаків споживачів. Окрім звичних американо чи еспресо з молоком або без молока, вони починають надавати перевагу кавовим напоєм із додаванням прянощів або сиропів. Так, популярною є кава із додаванням кориці, горіху чи кардамону. Серед жінок популярним напоєм є латте із додаванням сиропу, різноманіття якого у даний час є великим: персик, банан, яблуко, вишня, шоколад, карамель, лікери амаретто, бейліс чи блоу курасо. Також поціновувачі кави надають перевагу додаванню різних екстрактів, як ваніль чи кокос, що є стандартними, або ж м'ята, сливовий чи ромовий екстракт. В Україні жінки частіше п'ють кавові напої. Саме тому найбільш популярними є напої із додаванням молока, як капучіно та латте, стрімко набуває розвитку флет-вайт. Також масовими є нові поєднання (як купаж (суміш двох видів кавових зерен), різні смаки, комбінації температури, але в основному цінується смак зерна.

У домашньому приготуванні кави набувають розголосу фільтр-кави. Вони мають змогу повністю змінити американо і ручне заварювання. Домашні кавомашини залишаються у людей, в яких обмаль часу перед роботою. Проте все одно найбільш популярним формат «Coffee to go» – кава з собою. Також масовості набуває послуга «підвішеної» кави. Послуга з'явилася в Італії і носить соціальний характер. «Підвішена» кава розглядається як традиція в деяких закладах, суть якої полягає в тому, що відвідувач платить за дві кави, випиває лише одну, а бариста на помітному місці клеїть наліпку про покупку другої кави, щоб потім її могла випити безкоштовно будь-яка інша людина, що не має змоги собі дозволити напій. Девіз такого добровільного руху – «Віддай, якщо можеш. Візьми, якщо хочеш».

Поява мережевих кав'ярень відбулася в Україні не так давно за рахунок розвитку таких мереж, як CoffeTime, CoffeeHouse і DoubleCoffee. В останні роки в Україні значно розвинулася кавова індустрія, в тому числі і за рахунок фірм, які просувають натуральну каву і обладнання для його приготування. Продовжують активно розвиватися нові напрямки, такі як мобільні кав'ярні, міні-кав'ярні.

Оскільки велика частина кавових автоматів та кавоварок імпортується з Європи, зниження курсу євро сприяло динаміці

розвитку кавової індустрії. Однак фінансова нестабільність і низька купівельна спроможність серйозно вплинули на зниження темпів розвитку багатьох операторів ринку [6].

В Україні зародилися нові варіанти кавового споживання, до яких можна віднести формат «кава на винос». На сьогодні, на думку операторів ринку, це найперспективніший напрямок кавового бізнесу: у таких точках в порівнянні з великими закладами низькі витрати і висока рентабельність. Щоб підвищити попит, виробники і дистриб'ютори експериментують зі смаком, обсажуванням і упаковкою. Важливим фактором є і ціна, яку компанії намагаються тримати на одному рівні.

Стимулюють розвиток ринку і кав'ярні, які намагаються запропонувати клієнтам бренди з різними смаками. З'явилися нові методи приготування: ручні способи заварювання, фільтр-кави, «колд брью» (кава холодного заварювання), «нітро кава» (газована холодна кава). Масове споживання кави в Україні помітно тільки в великих містах, регіони поки відстають. Конкурси та кавові фестивалі всередині країни і на міжнародному рівні є ще одним двигуном розвитку культури пиття кави. Останнім часом професія бариста стала справжнім трендом і аксіомою розвитку кавової індустрії. Участь в конкурсах мотивує показати, наскільки українські спеціалісти з кави, можуть конкурувати із західними.

Ринок кави в Україні буде тільки розростатися, і основними трендами, що впливають на його тенденції розвитку, будуть наступні:

- високий рівень якості: українці у міру поліпшення рівня життя переходять від дешевих товарів низької якості до високоякісних і дорогих брендів кави;
- збільшення інвестицій у кавову індустрію: учасники ринку все жвавіше вкладають фінанси у будівництво нових заводів і фабрик із виробництва кави;
- користь від вживання кавових напоїв: учені зараз говорять та досліджують можливість застосування кави як засобу, що допоможе уникнути такі хвороби, як цукровий діабет, рак печінки або хвороба Альцгеймера [1].

Однією з найважливіших тенденцій розвитку кавового ринку в Україні – є збільшення вживання натуральної кави. Подальший розвиток ринку натуральної кави буде здійснюватися за

рахунок збільшення числа кав'ярень і перехід споживачів з розчинної кави на натуральну зернову. Експерти також припускають, що подальший розвиток сегмента розчинної кави буде виконуватися за рахунок перерозподілу часток на користь преміальної кави, а ключові учасники цього ринку будуть змагатися між собою на марочному рівні. Крім того, не можна не помітити позитивну динаміку за останні п'ять років на українському кавовому ринку, у першу чергу, підвищилася якість обсмаженої кави, простежується перехід споживачів на більш дорогую натуральну каву, з'явилося безліч компаній, які спеціалізуються тільки на каву. [4].

Цікавою та сучасною тенденцією розвитку кавового ринку в Україні є питання доставки кави: зараз у кожного жителя мегаполісу є як мінімум один додаток для доставки їжі.

Оскільки в Україні кавовий бізнес наповнюють саме кав'ярні, то аби тенденції розвитку кавового ринку в Україні стали реальними та повноцінно здійснились, варто дотримуватись певних рекомендацій: уникнути некомпетентності персоналу, це дасть змогу вплинути на рівень обслуговування; впровадження вигідних акцій та пропозицій, розроблення дитячих меню в кав'ярнях – сприятиме залученню потенційних споживачів кави; щорічне проведення фестивалів кави у містах України на прикладі «Lviv Coffee Festival»; створення унікальних кавових турів та квестів на кавову тематику; активне просування продукції за допомогою стратегічно продуманої і ефективної піар-компанії українських ЗМІ [5–7].

**Висновки.** Підсумовуючи вищесказане, можна зробити висновки, що головними тенденціями до розвитку кавового ринку в Україні є: тенденція до домінування натуральної кави над розчиною; тенденція до збільшення імпорту кави на пряму від виробників; тенденція на цінову політику світового ринку кави; тенденція на смакові вподобання споживачів; тенденція до розширення мережі кав'ярень не тільки у великих містах; тенденція до впровадження новітніх технологій обсмажування зерен кави та її кінцевої подачі; тенденція до наслідування світових брендів стандартів обслуговування споживачів; тенденція на збільшення підприємств із якісного виробництва кави та кавових продуктів і подальшого їх експорту.