ADMINISTRATION AND MANAGEMENT IN THE FUNCTIONING OF THE MODERN ECONOMY AND SOCIETY

Skierniewice
2023

Redakcja
Ewelina Kiełek-Więcławska
Jacek Stasiak

Akademia
Nauk Stosowanych
Stefana Batorego

Administracja i zarządzanie w funkcjonowaniu nowoczesnej gospodarki i społeczeństwa

REDAKCJA

EWELINA KIEŁEK-WIĘCŁAWSKA

JACEK STASIAK

Stefan Batory Academy of Applied Sciences, Skierniewice, Poland
Zhytomyr State University named after Ivan Franko, Zhytomyr, Ukraine
State University „Zhytomyr Polytechnic", Zhytomyr, Ukraine
Odesa National Economic University, Odesa, Ukraine
Academy of Economic Studies of Moldova, Chisinau, Republic of Moldova
Klaipėdos Valstybinė Kolegija / Higher Education Institution, Klaipeda, Lithuania
"St. Cyril and St. Methodius" University of Veliko Tarnovo, Bulgaria

2023

Recenzenci:

dr hab. Dorota Burzyńska – Polska, Akademia Nauk Stosowanych Stefana Batorego

dr hab. Joanna Fila -Polska Uniwersytet Łódzki

dr n.ekon. Tetjana Botsian, prof. – Ukraina, Uniwersytet Żytomierski im. I. Franki

dr n. ekon. Tetjana Ostapczuk, prof. – Ukraina, Politechnika w Żytomierzu

dr n. ekon. Natalia Łochanova, prof. – Ukraina, Narodowy Uniwersytet Ekonomiczny w Odessie

dr Lila Grigoroi - Mołdawia, Akademia Studiów Ekonomicznych Mołdawii

dr Slavi Dimitrov, prof. – Bułgaria, Uniwersytet im Cyryla i Metodego, Veliko Tarnovo

Redakcja wydawnicza i techniczna:
Katarzyna Seliga
Copyright by:
Akademia Nauk Stosowanych Stefana Batorego
ul. Batorego 64C
96-100 Skierniewice

Skierniewice 2023

Wszelkie prawa zastrzeżone. Książka ani żadna jej część nie może być przedrukowywana ani w jakikolwiek inny sposób reprodukowana czy powielana, fotooptycznie, zapisywana elektronicznie lub magnetycznie, ani odczytywana w środkach publicznego przekazu bez zgody wydawcy.

Wydawnictwo Akademii Nauk Stosowanych Stefana Batorego
ul. Batorego 64C
96-100 Skierniewice
Tel. 46 834-40-10, e-mail: kseliga@ansb.pl

ISBN 978-83-61467-21-2

WSTĘP/INTRODUCTION

Podmioty administracji publicznej oraz przedsiębiorstwa odgrywają kluczową rolę w kształtowaniu współczesnej gospodarki i społeczeństwa. W dynamicznym otoczeniu, gdzie zmiany są nieuniknione, skuteczne strategie zarządzania oraz sprawnie funkcjonujące struktury administracyjne stają się fundamentem dla osiągnięcia zrównoważonego rozwoju. W przedstawionej publikacji, przyjrzymy się roli administracji publicznej i procesom zarządzania w kontekście nowoczesnych wyzwań, identyfikując kluczowe aspekty wpływające na efektywność działań zarządczych w obszarze gospodarczym i społecznym.

Monografia powstała w ramach II Studenckiej Międzynarodowej Naukowo – Praktycznej Konferencji Internetowej „Administracja i zarządzanie w funkcjonowaniu nowoczesnej gospodarki i społeczeństwa", w której wzięli przedstawiciele uczelni z Polski, Litwy, Ukrainy, Mołdawii, Bułgarii i Rumunii.

Rozdział pierwszy poświęcono kwestiom zarządzania porządkiem publicznym, a więc planowanie, koordynowanie i egzekwowanie działań mających na celu utrzymanie bezpieczeństwa i porządku publicznego.

Rozdział drugi obejmuje zagadnienia dotyczące ekonomicznych i politycznych skutków globalizacji. Globalizacja obecnie odgrywa niezaprzeczalną rolę w kształtowaniu światowego krajobrazu gospodarczego, społecznego i kulturowego. Umożliwia swobodny przepływ dóbr, usług i kapitału, co sprzyja wzrostowi światowego handlu. Stawia także wyzwania, takie jak nierówności społeczne, zagrożenia środowiskowe i potrzebę współpracy międzynarodowej w rozwiązywaniu globalnych problemów.

Rozdział trzeci przedstawia problemy i wyzwania finansowe przedsiębiorstw. Kluczowe staje się elastyczne dostosowywanie strategii finansowych, inwestowanie w technologie, a także odpowiedzialne zarządzanie finansami.

Rozdział czwarty zawiera zagadnienia w zakresie zarządzania przedsiębiorstwem, które obecnie związane są z dynamicznymi zmianami rynkowymi, utrzymaniem konkurencyjności w erze cyfryzacji, zarządzaniem zespołem w środowisku hybrydowym. Kluczowe jest także skuteczne zarządzanie ryzykiem, innowacyjność i marketing.

Redaktorzy wydania dziękują wszystkim Autorom i Recenzentom za ich wysiłek i wkład w tworzenie wartościowej monografii.

SPIS TREŚCI/THE TABLE OF CONTENTS

I. ZARZĄDZANIE PORZĄDKIEM PUBLICZNYM/ MANAGING PUBLIC ORDER……10

Karolina Wegner

ASPEKTY RYNKU PARTNERSTWA PUBLICZNO – PRYWATNEGO W POLSCE ……11

Julia Markowska

OSP JAKO ISTOTNY UCZESTNIK W SYSTEMIE BEZPIECZEŃSTWA LOKALNEGO I KATALIZATOR INICJATYW SPOŁECZNYCH W MAŁYCH SPOŁECZNOŚCIACH…….17

Kalisiak Anna, Rukat Przemysław, Stępniak Dorota

METODY REKRUTACJI DO SŁUŻB MUNDUROWYCH W KONTEKŚCIE PROFESJONALIZACJI ZARZĄDZANIA BEZPIECZEŃSTWEM PUBLICZNYM 25

Panfilov M., Samenova Kateryna

АНАЛІЗ ОБСЯГУ ВИПУСКУ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ ГОТОВОЇ ПРОДУКЦІЇ НА ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ …….38

II. EKONOMICZNE I POLITYCZNE SKUTKI GLOBALIZACJI/ ECONOMIC AND POLITICAL EFFECTS OF GLOBALIZATION ……48

Zdzieszyński Krzysztof

BIOINTERNET – PROJEKT INNOWACYJNY ……..49

Simeonova Neil

APPROPRIATE BALANCE: OPPORTUNITIES AND PERSPECTIVES FOR THE DEVELOPMENT OF INTERNATIONAL TOURISM IN CRETE……55

Jankauskaitė Deivina, Bružas Almantas, Jonikaitis Ignas

INTERNATIONALITY AND ENTREPRENEURSHIP EDUCATION WHILE PERFORMING ACTIVITIES IN A PRACTICE ENTERPRISE ……..65

Ivanov Ionela

THE EVOLUTION OF IT FIELD AND THE BENEFITS OF IT PARK RESIDENTS IN MOLDOVA 73

Petrescu Corina, Brînzei Florin

ASSESSING THE RESILIENCE OF TRANSPORT INDUSTRY FIRMS IN TIMES OF CRISIS 83

Kovalevskaja Juliana, Jasas Edgaras, Ašmontas Eimantas

PRACTISE ENTERPRISE COLLABORATION WITH BUSINESS ENTERPRISES ……..93

Yotsov Ioan
PROBLEMS OF JAPAN'S SOCIAL SOCIETY DURING THE PERIOD 1868-2019 ……103
Trunko Victoria
МІГРАЦІЯ ДІЄЗДАТНОГО НАСЕЛЕННЯ УКРАЇНИ ПІД ЧАС ВОЄННОГО СТАНУ ……112
III. PROBLEMY I WYZWANIA FINANSOWE/ FINANCIAL PROBLEMS AND CHALLENGES …….121
Andrii Stelmakh
ANALYSIS OF THE ENTERPRISE CAPITAL STRUCTURE ……..122
Ioana Andrioaia, Nicolai Jieri
BIBLIOMETRIC EXPLORATION OF IFRS 15 FOR UNVEILING TRENDS, IDENTIFYING GAPS AND CHARTING FUTURE RESEARCH IN FINANCIAL REPORTING ……134
Irina Iavorschi
THE RELEVANCE OF DISCLOSURE NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS FOR DECISION MAKERS …….145
Lupașcu Margareta
REGULATORY APPROACHES TO ENTITY COMBINATIONS (ABORDĂRI TEORETICE PRIVIND COMBINĂRILE DE ENTITĂȚI: CAZUL REPUBLICII MOLDOVA) ……..152
Alina Butnaru, Ana-Maria Buzdugan
LACK OF QUALIFIED HUMAN RESOURCES AMONG THE CURRENT PROBLEMS RELATED TO THE ABSORPTION OF EUROPEAN FUNDS IN ROMANIA …….160
Buzduga Angelina, Baimastruc Olga,
INTRODUCTION TO THE CALCULATION OF THE EMPLOYEE SALARY USING THE DIFFERENTIAL EQUATION METHOD ……..169
Dănilă Daniela, Manolie Andreea
INFLUENȚA INTELIGENȚEI ARTIFICIALE ASUPRA CONTABILITĂȚII 175
Iulian Dascalu, Andrei Dumitriu
DEVELOPMENT OF AN ECONOMETRIC MODEL FOR DETECTING FISCAL EVASION IN THE CONSTRUCTION SECTOR OF RESIDENTIAL AND NON-RESIDENTIAL BUILDINGS……181
Alexandru Frunze
ARTIFICIAL INTELLIGENCE AND ITS IMPACT ON THE ACCOUNTING PROFESSION (INTELIGENȚA ARTIFICIALĂ ȘI IMPACTUL ACESTEIA ASUPRA PROFESIEI CONTABILE) ……191

Glazunova Lilia, Salcuțan Marina
PROFESIA CONTABILĂ ÎN LUMINĂ ȘI UMBRĂ: O ANALIZĂ A ASPECTELOR POZITIVE ȘI NEGATIVE ASUPRA IMAGINII EI 200
Ruxanda Harea
TECHNOLOGY IMPLEMENTATION: STREAMLINING MANAGEMENT ACCOUNTING PROCESSES FOR EFFICIENCY ……..…209
Hotnogu Marius, lavric Marius
PRACTICA PRIVIND TAXA PE VALOARE ADĂUGATĂ A REPUBLICII MOLDOVA COMPARATIV CU UNELE ȚĂRI EUROPENE 218
Daniela Loghin, Ivan Constantinov, Florence Olimpia
THE IMPORTANCE OF STUDYING ETHICS AND DEONTOLOGY FOR FUTURE ACCOUNTANTS ……226
Veronica Munteanu
CONTROL, ACCOUNTING EXPERTISE AND CREATIVE ACCOUNTING: CONCEPTUAL ASPECTS ……..……..……..233
Oksana Stelmakh
ANALYSIS OF FACTORS INFLUENCING IT COMPANIES' PROFITABILITY……..241
Adrianna Filutowska, Julia Chila
POZYSKIWANIE ŚRODKÓW EUROPEJSKICH …….……..253
Șoimu Sergiu, Cojocaru Victor, Jieri Nicolai
AUDIT OF INCOME AND EXPENSES.....260
Kriukovska Sofiia
SOME QUESTIONS OF THE ANALYSIS OF THE FINANCIAL STATE OF JSC "VINNITSIAOBLENERGO" …….271
Julia Anyszewska, Julita Fabicka
WEWNĘTRZNE ŹRÓDŁA FINANSOWANIA DZIAŁALNOŚCI PRZEDSIĘBIORSTWA ….278
Дарина Минзул
ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ ТА ОПОДАТКУВАННЯ СУБ'ЄКТІВ МАЛОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ В УКРАЇНІ ……..……285
Чумак Т.О.
ДИСКУСІЙНІ ПИТАННЯ ОБЛІКУ ЗОБОВ'ЯЗАНЬ НА ПІДСТАВІ ОГЛЯДУ НАЦІОНАЛЬНОЇ І МІЖНАРОДНОЇ ПРАКТИКИ ……296

IV. ZARZĄDZANIE STRUKTURAMI BIZNESOWYMI/ MANAGEMENT OF BUSINESS STRUCTURES……...301

Owczarek Alicja, Szymczak Julia, Majer Magdalena

CECHY JAKOŚCIOWE SEKTORA MSP I DUŻYCH PRZEDSIĘBIORSTW ……302

Dumitras Elisabeta-Georgiana, Racolciuc Adina-Cosmina, Sandu Raluca-Naomi

BIBLIOMETRIC ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF INTELLECTUAL CAPITAL ON BUSINESS INNOVATION …….311

Fruza Ana, Rusu Lilia

THE JUST-IN-TIME METHOD – A NEW APPROACH TO PRODUCTION MANAGEMENT.. 324

Adamiec Damian

ROLA I PROBLEMY MARKETINGU W NOWOCZESNYM ZARZĄDZANIU PRZEDSIĘBIORSTWEM……...333

Kiltinavičiūtė Erika, Girdenis Konradas, Kauliūtė Kornelija

INNOVATION IN THE PRACTICE ENTERPRISE …….……341

Петренко Вікторія

ВИКОРИСТАННЯ СУЧАСНИХ КОНЦЕПЦІЙ ТА СИСТЕМ МАРКЕТИНГУ В ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА …….…349

Поливяна Віта

МАРКЕТИНГ В РОЗДРІБНІЙ ТОРГІВЛІ ……..358

Wilka Ewa, Morawski Anna, Pokora Piotr

INNOWACJE SPOŁECZNE W BIZNESIE ……..……363

Shall Maksym

MANAGERIAL SKILLS OF A HOSPITALITY SPECIALIST: APPROACHES TO THE FORMATION OF HARD SKILLS AND SOFT SKILLS ……370

Чернецька Анна

БІЗНЕС ПЛАНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВА ……..376

Тетяна Рибачук

МАРКЕТИНГ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ, ЯК ІДЕЯ ДЛЯ БІЗНЕСУ ……382

Antonevska Anastasiia

ТЕРМІНОЛОГІЧНИЙ АПАРАТ ПОШУКОВОЇ ОПТИМІЗАЦІЇ САЙТУ (SEO) ЯК ІНСТРУМЕНТ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ ……..387

Stepanchuk Anastasiia

СТРАТЕГІЧНЕ ПОЗИЦІЮВАННЯ БІЗНЕСУ СФЕРИ ВІДНОВЛЮВАЛЬНИХ ДЖЕРЕЛ ЕНЕРГІЇ В ЦИФРОВОМУ ПРОСТОРІ ……..……....396

Владислав Лавренчук
РЕАЛІЗАЦІЯ ІННОВАЦІЙНОГО БІЗНЕС-ПРОЄКТУ ЗА ДОПОМОГОЮ СИСТЕМИ КРАУДФАНДИНГУ ……..…404
СВИСТАЄНКО АЛІНА
МАРКЕТИНГОВА СТРАТЕГІЯ ПІДПРИЄМСТВА (НА ПРИКЛАДІ ПрАТ “CARLSBERG UKRAINE”) ……..…..412
Мирончук Анна
УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ НА ПІДПРИЄМСТВІ ……..….421
Ciaciuch Hubert
NOWE KOMPETENCJE ZARZĄDZANIA W ODNIESIENIU DO RÓŻNORODNOŚCI KULTUROWEJ BĘDĄCEJ CECHĄ WSPÓŁCZESNYCH ORGANIZACJI ……430

I. ZARZĄDZANIE PORZĄDKIEM PUBLICZNYM
MANAGING PUBLIC ORDER

Student:
Karolina Wegner
Administracja I rok,
Opiekun naukowy:
mgr Konrad Wiśniewski
Akademia Nauk Stosowanych Stefana Batorego, Skierniewice, Polska
kwisniewski@ansb.pl

ASPEKTY RYNKU PARTNERSTWA PUBLICZNO – PRYWATNEGO W POLSCE

Key words: public entity, private sector, public procurement, concession, European Union

Abstract: Public-Private Partnership (PPP) is one of the methods of implementing tasks, which is based on a long-term agreement between a public entity and a private entity. The idea of this cooperation was born at the end of the 20th century in Great Britain. The aim is for the private partner to provide a specific service to the public partner for remuneration. The PPP formula allows for the effective spending of public funds and the use of knowledge, experience, and business know-how. Poland actively participates in PPP projects, being an active member of the European market.

1.Podstawy prawne polityki PPP

Członkostwo Polski w UE wymusiło na ustawodawcach wprowadzenie szeregu aktów prawnych pozwalających na współpracę między podmiotami prywatnymi i publicznymi. Pojęcie partnerstwa publiczno – prywatnego (PPP)[1] kojarzone jest najczęściej z długoterminowymi umowami pomiędzy stroną publiczna i strona prywatną. Pierwsze zapisy ustawodawcze pozwalające na funkcjonowanie takiej formuły współpracy zostały zawarte w zapisach ustawy przyjętej już rok po akcesji Polski do UE (DzU.2005 poz. 1420). Pomimo obowiązującej ustawy zasady wdrażania PPP w Polsce do czasu rozpoczęcia perspektywy finansowej UE (2024 – 2020) nie sprzyjały ich realizacji ze względu na brak przepisów wykonawczych. Sytuację zmieniło Parlamentu Europejskiego i Rady UE nr 1303/2013 z 17 grudnia 2013 roku [2] ustanawiające wspólne przepisy dotyczące Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego, Europejskiego Funduszu Społecznego, Funduszu Spójności, Europejskiego Funduszu Rolnego na Rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich i in. oraz ustawa z lipca 2014 roku o zasadach realizacji programów w obszarze polityki spójności finansowych [3].

Analogicznie jak inne akty prawne, również ta ustawa została znowelizowana po trzech latach funkcjonowania ze względu na znaczne niejasności i kontrowersyjne zapisy dotyczące porozumień między podmiotem publicznym i prywatnym. Obszerna nowela ustawy (DzU.2008, poz. 1058) wprowadziła m.in. obowiązek przeprowadzenia przez partnera publicznego oceny efektywności realizacji przedsięwzięcia. Ustawodawca, oprócz takich czynników jak sprawność organizacyjna,

otocznie instytucjonalno-prawne oraz społeczno – ekonomiczne i prawne, uznał ten obowiązek za jeden z kluczowych czynników sukcesu PPP. W 2009 roku weszła w życie nowa ustawa o PPP, która raz z ustawą o koncesji na roboty budowlane i usługi (Ustawa o umowie koncesji na roboty budowlane i usługi [4] doprowadziła do wzrostu liczby kontraktów zawartych w ramach PPP.

W lipcu 2017 roku Rada Ministrów przyjęła uchwałę nr 116/2017 o realizacji przedsięwzięć publicznych w formule PPP [5]. W celu zwiększenia efektywności i osiągnięcia maksymalnych korzyści ekonomiczno – społecznych powołano Centralną Jednostkę (CJ) ds. PPP. Celem jej funkcjonowania jest kompleksowe doradztwo w obszarze prawa, finansów, ryzyka, efektywności itp. Wsparcie to obejmuje również m.in. przeprowadzenie analizy projektu, wskazanie ryzyka na etapie jego realizacji, ocenę zasadności wdrożenia i ocen formuły PPP oraz wskazanie warunków niezbędnych do zrealizowania przyjętego projektu.

Obecnie podstawą prawną do realizacji przedsięwzięć PPP są głównie akty prawne dotyczące Partnerstwa Publiczno – Prywatnego (DzU.2023, poz.1637) [1], prawa zamówień publicznych (DzU. 2023, poz. 1605 z pozn.zm.) oraz prawa dot. koncesji na roboty budowlane i usługi (DzU. 2023, poz. 140 z pozn.zm.).

2. PPP w wybranych krajach UE

Powołana w Polsce Centralna Jednostka ds. Partnerstwa Publiczno – Prywatnego realizuje zadania analogiczne jak jednostki powołane w tym celu w innych krajach UE z uwzględnieniem jednak wielkości rynku, przepisów prawa itp. obowiązujących w danym kraju. W **Republice Czeskiej** obszarami związanymi z PPP zajmuje się Instytut Wstępnych Konsultacji Rynku. Odpowiedzialny jest on m.in. za komunikację z wykonawcami specjalizującymi się w realizacji konkretnych zadań. W przypadku **Litwy** realizacją porozumień w ramach PPP zajmuje się Centralna Agencja Zarządzania Projektami (CPMA). Opiniuje ona projekt) w przypadku projektów rządowych), który następnie oceniany jest przez Ministerstwo Finansów, Komisję PPP, Rząd i Parlament. Rozwiązanie to daje podmiotom pewność co do zgodności z prawem i pozwala na nadzór nad realizacją inwestycji. Na **Słowacji** zastosowania system pozwalający na precyzyjne przygotowanie postępowania PPP, badanie i analizę jego wpływu na zobowiązania sektora publicznego i minimalizowanie ryzyka. Specyficznym rozwiązanie powiazania PPP charakteryzuje się **Portugalia**. Zastosowana w tym kraju procedura pozwala na badanie powiazania okresu trwania umowy z konkretnymi okolicznościami i specyfiką każdego projektu. Projekt oceniany przez ministra finansów i odpowiedniego ministra odpowiedzialnego za dany sektor zawiera m.in. oszacowanie nakładów oraz wpływ ryzyka na sektor publiczny. W **Grecji** wybór partnera prywatnego koordynuje Specjalny Sekretariat ds. PPP. Opiniuje on jednak tylko wykonalność projektu oraz wysokość środków finansowych całego cyklu jego życia. Realizacja projektu wymaga pozytywnej oceny przez Międzyresortowy Komitet ds. PPP, który wpisuje go na listę i koordynuje wybór partnera prywatnego. We **Francji** zgodę na rozpoczęcie

procedury wyboru partnera prywatnego wyraża Ministerstwo Budżetu i Ministerstwo Gospodarki [6]. Odpowiadają one np. za doradztwo prawne, negocjacje umowy, formułę realizacji projektu oraz osiąganie przyjętych wskaźników [7]. W **Niemczech** ze względu na federalny charakter organizacji polityczno – administracyjnej kraju kwestie związane z PPP regulowane są na poziomie landów. Doradztwo organizacyjne oraz wsparcie w zakresie koncepcji i realizacji kompleksowych projektów dla wszystkich landów realizuje Partnerschaft Deuschland (PD) wskazywana jako centralna jednostka ds. PPP. **W Irlandii** obowiązkowe jest doradztwo jednostki centralnej dla projektów p/w 30 mln euro. Przekazuje ona uprawnienia związane z realizowaniem projektów PPP podmiotom publicznym będących kierownikami projektu grupując małe projekty PPP na poziomie regionalnym lub centralnym.

3. Ekonomiczne aspekty PPP w Polsce

Realizacja przedsięwzięć w formule PPP pozwala na optymalizację wydatkowana środków budżetowych. Pozwala również na podniesienie ilości i jakości usług publicznych. W ramach PPP mogą skorzystać również inne podmioty.

Schemat 1.

Beneficjenci PPP

Źródło: opracowanie własne na podstawie www.ppp.gov.pl.

Środki na finansowanie projektów i działań w ranach PPP pochodzą z budżetu państwa, Unii Europejskiej i pomocy udzielanej przez państwa Europejskiego Porozumienia o Wolnym Handlu (EFTA). W latach 2009 - 2022 roku wartość nakładów inwestycyjnych obejmujących budowę, rozbudowę, modernizację, infrastrukturę itp. wyniosła ok. 9 mld PLN. Można jednak zauważyć dość znaczny spadek wszczętych postepowań. Ich spadek w latach 2019 – 2020 to wynik pandemii COVID-19 i wywołanego tym zjawiskiem spowolnienie gospodarcze.

Wykres 1.

Liczba postępowań o PPP w latach 2009 – 2022

Źródło: opracowanie własne na podstawie CJPPP, www.ppp.gov.pl.

Niski odsetek zawartych umów wskazuje na brak zainteresowania partnera prywatnego z podmiotem publicznym. Główną przyczyną jest nieproporcjonalny podział ryzyka i wysokość przychodów, które nie pokrywały poniesionych przez stronę prywatną nakładów finansowych. Polski rynek PPP charakteryzuje się dość niską wartością zawartych umów. Są to głównie projekty realizowane w ramach koncesji. Ich średnia wartość w latach 2009 – 2022 wynosiła ok. 53 mln PLN. Wynika to głównie ze specyfiki polskiego rynku PPP. W ujęciu podmiotowym formuła PPP najczęściej wykorzystywana jest przez Jednostki Samorządu Terytorialnego (JST) oraz ich jednostki (spółki komunalne, jednostki budżetowe).

Wykres 2.

Liczba umów o PPP w ujęciu podmiotowym w 2022 roku

Źródło: opracowanie własne na podstawie załącznika do uchwały nr 177 RM z 25.09.2023 r., Polityka Rządu w zakresie rozwoju PPP do roku 2030.

W ujęciu przedmiotowym na koniec 2022 roku najwięcej projektów zostało zaakceptowanych do realizacji w sektorze infrastruktury transportowe (21,4%), budownictwa (19,6%), sportu i turystyki (14,3%), rewitalizacji (24,3%) i efektywności energetycznej (8,9%) itp.[8]

Wartość nakładów inwestycyjnych i stosunkowo niewielka liczba podpisanych umów o PPP wynika głównie z takich przyczyn jak:

1. Niewystarczający poziom wiedzy w podmiotach publicznych dot. zastosowania formuły PPP oraz brak kompetencji wśród pracowników Jednostek Samorządu Terytorialnego. Istotną barierą jest również brak funduszy w fazie przygotowawczej na ekspertyzy, analiz popytu, dokumentację techniczną [9],
2. Brak uwzględnienia formuły PPP jako sposobu realizacji zamierzeń inwestycyjnych, pomimo uchwały Rady Ministrów w sprawie przyjęcia Polityki zakupowej Państwa [10] jako alternatywy dla zamówień publicznych [11] ,
3. Problemy podmiotów publicznych w zarządzaniu realizacją umowy wynikające z braku dostosowania struktury organizacyjnej do zadań związanych z realizowanym projektem [12],
4. Brak wykorzystania finansowania hybrydowego. Zastosowanie na taką formę realizacji projektów w ramach PPP pozwalają środki Unii Europejskiej, ponieważ wpływają one na obniżenie opłaty za dostępność lub opłat od użytkowników końcowych,
5. Wysoki koszt pozyskania środków finansowych przez partnerów prywatnych. Brak uwzględnienia formuły PPP przez instytucje finansowe powoduje, że koszty mogą być wyższe niż w projektach tradycyjnych. Zwiększa się więc wartość oferty partnera prywatnego na rzecz partnera publicznego,
6. Niejasna klasyfikacja budżetowa zobowiązań partnera publicznego dla partnera prywatnego oraz brak systemowego podejścia do analizy inwestycji publicznych. Problem ten wiąże się z ryzykiem odmiennej klasyfikacji danej umowy przez organy sprawujące nadzór nad działalnością finansową jednostek publicznych oraz brakiem badania oceny efektywności i korzyści dla społeczeństwa.

Przedstawionym niedociągnięciom i uchybieniom ma zapobiec przyjęta polityka Rządu w zakresie PPP do 2030 roku, która ma na celu upowszechnienie tej formy współpracy między partnerem publicznym i prywatnym poprzez zapewnienie efektywności i jakości oraz korzyści społeczno – ekonomicznych. Cel strategiczny PPP jest spójny z celem Strategii na Rzecz Odpowiedzialnego Rozwoju, który został przyjęty przez Radę Ministrów 14 lutego 2027 roku [13].

Podsumowanie

Formuła PPP daje podmiotowi publicznemu możliwość zrealizowania swoich zadań bez znaczącego zaangażowania środków publicznych. Stwarza także możliwość lepszego planowania wydatków i równocześnie stwarza możliwość realizacji większej liczby usług publicznych. Przynosi również korzyści dla podmiotów prywatnych za sprawą stabilnego źródła przychodów wynikającego z podpisanej umowy/kontraktu.

Summary

The PPP formula gives a public entity the opportunity to complete its tasks without significant involvement of public funds. It also creates the possibility of better planning of expenses and at the same time creates the possibility of providing more public services. It also brings benefits to private entities due to a stable source of income resulting from the signed agreement/contract.

BIBLIOGRAFIA

1. World Bank Institute, PPIAF, Washington 2012, s.9
2. Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady, DzUrz. UE L347 z 20.12.2013 r., s. 320
3. Ustawa o zasadach realizacji programów w zakresie polityki spójności finansowych w perspektywie finansowej 2014 – 2020, DzU. 2016, poz. 217
4. Ustawa o umowie koncesji na roboty budowlane i usługi, DzU 2017, poz. 1920 z pozn.zm.
5. Polityka Rządu w zakresie Rozwoju Parnetrstwa Publiczno – Prywatnego, załącznik do uchwały nr 116/2017 Rady Ministrów z dnia 26 lipca 2017 roku
6. https://storage.Googleapis.com/wb-bid/Economy/Full/BID_2020_France_PPP_Full.pdf
7. https://www. Economie.gov.fr/fininfra
8. www.ppp.gov.pl
9. KPM 2030, Wyzwanie IX Poprawa zdolności inwestycyjnych miast
10. Uchwała nr 6 RM z 11.01. 2022, MP. Poz. 125
11. Prawo Zamówień Publicznych, DzU 2021, poz. 1129 z późn. zm.
12. Informacja o wynikach kontroli, NIK gov.pl/kontrole/1/20/007/KGP
13. Uchwała Nr 8 Rady Ministrów z 14.02. 2017 r.

Student:
Julia Markowska
Menadżerskie Studia Ekonomiczno-Prawne
Opiekun naukowy:
dr Konrad Rokoszewski
Akademia Nauk Stosowanych Stefana Batorego
markowska-julia@o2.pl

OSP JAKO ISTOTNY UCZESTNIK W SYSTEMIE BEZPIECZEŃSTWA LOKALNEGO I KATALIZATOR INICJATYW SPOŁECZNYCH W MAŁYCH SPOŁECZNOŚCIACH

Key words: Volunteer Fire Department, society, local community, security

Abstract: The article covers the legal basis on which the TSO operates and what functions it performs in small communities. It was presented what values the Volunteer Fire Service brings to the local society. These units are not just for providing security but build local identity. The purpose of the article was to present the TSO as a catalyst for community initiatives and an essential participant in the local security system.

Streszczenie: W artykule zostały ujęte podstawy prawne na jakich działa OSP oraz jakie funkcje pełni w małych społecznościach. Zostało przedstawione jakie wartości niesie ze sobą Ochotnicza Straż Pożarna dla lokalnego społeczeństwa. Jednostki te nie są tylko dla zapewnienia bezpieczeństwa, ale budują lokalną tożsamość. Celem artykułu było przedstawienie OSP jako katalizatora inicjatyw społecznych i niezbędnego uczestnika w systemie bezpieczeństwa lokalnego.

Wstęp

Bezpieczeństwo lokalne stanowiło ważny punkt dla państwa już od zarania dziejów. Pierwsze informacje o jednostkach ratujących mieszkańców przed ogniem w Polsce pojawiają się już w średniowieczu. Pierwszy odnotowane jednostki Ochotniczych Straż Pożarnych powstawały już w XIX wieku. Najstarszą odnotowano w Polsce jest osp w Śremie która została założona 12.07.1801 r. [1].

Ciągły rozwój społeczny wymusił na społeczeństwie oraz na ochotniczych strażach pożarnych poszerzenie zakresu swojej działalności. Ich zadania nie ograniczają się tylko do gaszenia pożarów, ale także do edukowania, budowania świadomości społecznej oraz reagowania na wszelkie potrzeby społeczności. Według badań straż pożarna znajduje się na pierwszym miejscu zaufania publicznego. [2] Według badanych straż pożarna to jedyna formacja, pod adresem której nie padła żadna negatywna opinia. Jedynym zarzutem jest przestarzały sprzęt w niektórych jednostkach. W

dzisiejszych czasach jednostki stawiają na ciągły rozwój ochotników, poprzez dodatkowe szkolenia, spotkania organizowane we własnym gronie oraz obywatelskie zaangażowanie w życie małych społeczności.

1. Uwarunkowania prawne

Działalność Ochotniczych Straży Pożarnych określona jest w „Ustawie o Państwowej Straży Pożarnej oraz Ochotniczych Strażach Pożarnych" z dnia 24 sierpnia 1991 r. Ustawa ta jasno określa działania, struktura oraz wszelkie najważniejsze zagadnienia. Strażacy ochotnicy są to zazwyczaj osoby z miejscowości, w której lokalna jednostka się znajduje. Niosą oni pomoc bez względu na porę dnia czy nocy.

Podstawowe przepisy prawne:

– Ustawa z dnia 7 kwietnia 1989 r. Prawo o stowarzyszeniach (Dz.U.2020.0.2261),

– Ustawa z dnia 24 sierpnia 1991 r. o ochronie przeciwpożarowej (Dz.U.2020.0.961)

Ustawy określają cele działalności OSP: strukturę, możliwości finansowania, nakładają obowiązek prowadzenia szkoleń i kształcenia swoich członków, nakreślają współpracę między OSP a PSP i stawiają Ochotników jako pierwszy front działań w przypadku sytuacji kryzysowych.

Następnym, ważnym dokumentem jest Statut Ochotniczej Straży Pożarnej, którego obowiązek tworzenia nakłada prawo oraz Statut Związku Ochotniczych Straży Pożarnych. Ustawa, która mówi o stowarzyszeniach pokazuje całą istotę OSP. Każde stowarzyszenie jest obowiązane do wpisania się do Krajowego Rejestru Sądowego. Zyskuje osobowość prawną i dzięki temu może korzystać z dotacji finansowych oraz prowadzić działalność gospodarczą. Statut powinien być zgodny z prawem. Każda jednostka jest zobowiązana stworzyć go indywidulanie określając działania jednostki, działania, cele i formy finasowania.

Statut powinien zawierać:

- Nazwa organizacji
    - Oficjalna nazwa
- Siedziba i teren działania
    - Dokładna lokalizacja
- Cele i sposoby ich realizacji
    - Opis celów
- Informacje o członkach stowarzyszenia (m.in. sposób nabycia, przyczyny utraty członkostwa, prawa i obowiązki członka)
- Informacje o władzach (m.in. rodzaje, sposób ich wyboru, kompetencje, tryb pracy)
- Informacja o wynagradzaniu członków zarządu za czynności wykonywane w związku z pełnioną funkcją (jeśli stowarzyszenie przewiduje taką możliwość)
- Sposób podejmowania decyzji, czyli warunki ważności uchwał

- Źródła majątku, czyli informacje o tym, skąd stowarzyszenie będzie miało pieniądze na działalność (sposób uzyskiwania środków i płacenia składek członkowskich)
- Sposób reprezentowania stowarzyszenia, w szczególności zaciągania zobowiązań majątkowych
- Zasady wprowadzania zmian w statucie
- Sposób rozwiązania się stowarzyszenia (Wytyczne co musi zawierać statut OSP zawarte są w art. 10 ust. 1 ustawy - Prawo o stowarzyszeniach)

2. Zewnętrzne formy finansowania działań:

Finansowanie ochotniczych straży pożarnych może obejmować różne źródła środków finansowych. Oto kilka źródeł finansowania dla ochotniczych straży pożarnych:

1. Lokalne budżety samorządowe:
    - Ochotnicze straże pożarne mogą ubiegać się o wsparcie finansowe z lokalnych budżetów samorządowych. Warto nawiązać współpracę z władzami lokalnymi i przedstawić potrzeby straży oraz plany na przyszłość.
2. Dotacje rządowe:
    - Np.: Program Rozwoju Organizacji Obywatelskich to wsparcie finansowe dla organizacji pozarządowych, w tym również dla OSP. „PROO to pierwszy w historii program bezpośredniego wsparcia rozwoju polskich organizacji obywatelskich" [7]. Głównym celem Programu jest wsparcie rozwoju instytucjonalnego organizacji społeczeństwa obywatelskiego oraz zwiększenie udziału tych organizacji w życiu publicznym i upowszechnianiu demokratycznych norm obywatelskości. Cele szczegółowe Programu to wzrost zaangażowania obywateli i organizacji obywatelskich w życie publiczne; wzmocnienie organizacji obywatelskich w wymiarze strategicznym; poprawa stabilności finansowej organizacji obywatelskich. Są to obszary, w których OSP może podejmować autorskie, wpisujące się w lokalny kontekst potrzeb inicjatywy. Co istotne wsparciem będą mogły zostać objęte działania tych organizacji, które zaprezentują wykonalny plan działań misyjnych i rozwoju instytucjonalnego, co wymaga od takich organizacji umiejętności planowania strategicznego [7].
    - Fundusz Inicjatyw Obywatelskich (FIO) to rządowy Program dotacyjny dla organizacji pozarządowych, w ramach którego dofinansowywane są projekty mające na celu zwiększenie zaangażowania obywateli i organizacji pozarządowych w życie publiczne. Obecnie NOWEFIO ma pięć priorytetów [8]:
        1. Mikro inicjatywy: skierowany do małych grup lokalnych, młodych ludzi i grup nieformalnych.

2. Organizacje obywatelskie na rzecz dobra wspólnego: aktywność społeczna na rzecz ogółu;
3. Organizacje obywatelskie w życiu publicznym: dotyczy to kształtowania, podejmowania decyzji, budowania potencjału i wszystkiego co może osiągnąć organizacji w życiu publicznym.
4. Wzmocnienie kompetencji organizacji obywatelskich: priorytet dotyczy poprawy zarządzania w organizacji
5. Pomoc techniczna.

Wsparcie w ramach FIO to doskonała okazja do realizacji inicjatyw społecznie użytecznych, np. we współpracy z innymi lokalnymi podmiotami. To sposobność do treningu diagnozy lokalnych potrzeb i poszukiwania niekonwencjonalnych sposób ich zaspokajania. Nie zawsze OSP musi dysponować wystarczającymi kadrami własnymi. Istotne jest, że OSP może być inicjatorem i animatorem lokalnych działań, w ramach projektu, angażując do ich realizacji odpowiednich ekspertów czy specjalistów. Generalnie rzecz biorąc, w takich Programach jak FIO, PROO czy Erasmus przede wszystkim chodzi o siłę takich organizacji jak OSP jako organizacji lokalnie zakorzenionych, znających zarówno specyfikę, charakter lokalnych potrzeb i społeczności.

3. Fundusze z krajów współpracujących:
   - Fundusze norweskie mogą finansować projekty związane z bezpieczeństwem publicznym, zarządzaniem kryzysowym czy prewencją zagrożeń.
4. Współpraca z przedsiębiorstwami:
   - Lokalne przedsiębiorstwa mogą być zainteresowane wspieraniem straży pożarnej w zamian za promocję swoich usług czy produktów.
5. Programy edukacyjne:
   - Erasmus+ który wspiera edukację i szkolenia. Może przyczynić się do rozwoju umiejętności, zwiększenia międzynarodowej współpracy i poszerzenia horyzontów. Straż nie jest typowym beneficjentem. Jednak bardzo dobrym przykładem jest jednostka z województwa Wielkopolskiego. Druhowie przez rok co kilka tygodni spotykali się i wzajemnie szkolili z zaprzyjaźnioną jednostką z Niemczech. Wymiana doświadczeń oraz wiedzy poszerza możliwości zawodowe jednostek.

     Program Erasmus tworzy okazje do realizacji projektów m.in. w sektorze Młodzież oraz Edukacja dorosłych. W tym pierwszym przypadku mogą być to Wymiany młodzieży i Partnerstwa strategiczne a także Działania wspierające uczestnictwo młodzieży. Praktyka Fundacji Rozwoju Systemu Edukacji jako Narodowej Agencji Programu Erasmus i Europejskiego Korpusu Solidarności wskazuje, ze również sektor

Edukacja dorosłych tworzy korzystne warunki do realizacji projektów, których beneficjentem może być OSP. Są to Partnerstwa w małej skali, które służą m.in. do budowania potencjału organizacji i budowania współpracy międzynarodowej. Tego rodzaju projekty mogą stanowić często pierwszy krok do budowania doświadczenia, które może być wykorzystane w większych projektach Partnerstw strategicznych.

3. Zadania OSP w systemie bezpieczeństwa lokalnego i inicjatyw społecznych

Podstawowym i najważniejszym zadaniem jest działalność ratowniczo-gaśnicza. Niegdyś do zadań strażaków należało tylko gaszenie pożarów, jednak wraz z rozwijającym się światem i zmieniającymi się potrzebami społeczeństwa musiała ona dostosować się do otaczającego mnie świata. Ze względu na rozpowszechnienie w lokalnych społecznościach (W Polsce jest około 16 000 jednostek Ochotniczych Straży Pożarnych – [6]) ochotnicze straże pożarne pierwsze mierzonym się zagrożeniami i innymi sytuacjami awaryjnymi. Poniżej najważniejsze z nich:

- **Gaszenie pożarów:**
  - Najbardziej podstawowym zadaniem OSP jest gaszenie pożarów. Strażacy ochotnicy są szkoleni do skutecznego działania w przypadku pożaru budynków, lasów, łąk czy pojazdów itp.
- **Ratownictwo techniczne:**
  - OSP dysponowana jest do zdarzeń drogowych przez co pierwsza na miejscu zdarzenia podejmuje działania związane z wypadkami drogowymi, wypadkami komunikacyjnymi czy innymi sytuacjami wymagającymi interwencji z użyciem sprzętu specjalistycznego, np.: narzędzia hydrauliczne.
- **Działania przeciwpowodziowe:**
  - W przypadku zagrożeń powodziowych, strażacy ochotnicy biorą udział w działaniach zabezpieczających, ewakuacyjnych oraz udzielaniu pomocy poszkodowanym.
- **Ratownictwo medyczne:**
  - Strażacy ochotnicy są szkoleni w udzielaniu pierwszej pomocy, co jest istotne zarówno w przypadku pożarów, jak i innych sytuacji awaryjnych. Sytuacjach awaryjnych takich jak brak dostępnych wolnych zespołów ratownictwa medycznego lub pomoc medykom (np.: w transporcie poszkodowanego do karetki lub ewakuacji poszkodowanego z miejsc zagrożonych).
- **Działania ratownicze w terenie trudno dostępnym:**
  - OSP może być zaangażowane w działania ratownicze w terenach trudno dostępnych, takich jak góry, lasy. Najczęściej przy poszukiwaniach osób

zaginionych. Wykorzystywany do pomocy jest zaawansowanie technologicznie sprzęt taki jak: drony, kamery termowizyjne lub quady.

- **Szkolenia i edukacja społeczności:**
    - Strażacy ochotnicy prowadzą szkolenia i działania edukacyjne dla lokalnych społeczności w zakresie przeciwdziałania pożarom, postępowania w sytuacjach awaryjnych, a także udzielania pierwszej pomocy.
- **Współpraca z innymi służbami ratowniczymi:**
    - Osp bierze udział w ćwiczeniach ratowniczo gaśniczych, które mają na celu zapoznanie się z obiektami wysokiego ryzyka, a co najważniejsze budować i ćwiczyć współpraca z innymi służbami lub jednostkami z danego terenu.

A zadania osp to nie tylko działania ratowniczo gaśnicze, ale także na rzecz lokalnych społeczności. Budują one zaufanie społeczne, zbliżają do siebie jednostki oraz angażują mieszkańców w działania społeczne. Na przestrzeni ostatnich lat wiele OSP włączało się w akcje charytatywne. Bardzo ważną funkcje spełniły podczas COVID-19, gdy podczas pandemii zaopatrywali mieszkańców wiosek w środki ochrony indywidualnej lub angażowali się w transport osób starszych do punktu szczepień. Ważnym punktem jest także propagowanie zdrowia fizycznego, poprzez coroczne zawody sportowo-pożarnicze, a także turnieje między jednostkami w np.: piłkę nożną. Poniżej przytoczone kilka przykładów inicjatyw, które nie są uznawane za tradycyjne zadnia straży pożarnej:

- **Współpraca z lokalnymi szkołami:**
    - Nawiązywanie współpracy z lokalnymi placówkami edukacyjnymi w celu organizowania prelekcji, pokazów sprzętu pożarniczego oraz działań edukacyjnych dla uczniów. Dzięki takim akcjom możliwe jest budowanie Młodzieżowych Drużyn Pożarniczych, które edukowane są przez starszych kolegów by po osiągnięciu pełnoletności być w pełni świadomym i pełnym praw i obowiązków członkiem Ochotniczej Straży Pożarnej.
- **Programy profilaktyczne:**
    - Realizacja kampanii profilaktycznych skierowanych do społeczności lokalnej, np. dotyczących zapobiegania pożarom w domu, bezpiecznego korzystania z ognia czy właściwego postępowania w razie ewakuacji.
- **Działania charytatywne:**
    - Organizowanie akcji charytatywnych na rzecz potrzebujących w społeczności lokalnej, wspieranie lokalnych organizacji charytatywnych czy udział w akcjach zbiórek środków na cele społeczne. Ostatnimi czasy dużo jednostek

bierze udział w challengach charytatywnych, które mają na celu zbiórkę pieniędzy na leczenie chorych osób.

- **Programy rekreacyjne dla społeczności:**
  - Organizowanie wydarzeń rekreacyjnych, takich jak festyny, pikniki czy zawody sportowe, które integrują społeczność i jednocześnie promują bezpieczne zachowania.
- **Działania promocyjne:**
  - Tworzenie stron internetowych, profili w mediach społecznościowych czy publikacji prasowych, aby promować działalność straży pożarnej, zwiększać świadomość społeczną i przyciągać nowych ochotników.
- **Projekty z zakresu bezpieczeństwa dzieci i seniorów:**
  - Realizacja programów edukacyjnych skierowanych do dzieci i seniorów, obejmujących tematykę bezpieczeństwa w domu, na drodze czy podczas korzystania z nowych technologii. Buduje to zaufanie społeczne i świadomość lokalnych mieszkańców, że w razie nagłych zdarzeń są osoby, które każdej chwili są gotowi do uniesienia pomocy.

Podsumowanie

Szczególną gwarancję bezpieczeństwa na miejscu zdarzenia zapewniają Ochotnicze Straże Pożarne. Zwykle jako pierwsi pojawiają się na miejscu zdarzenia. Poprzez wieloletnią działalność zdobyli bogate doświadczenie, a dzięki przeszkoleniu i wyposażeniu w specjalistyczny sprzęt profesjonalnie współpracują z Państwową Strażą Pożarną i ratownikami medycznymi. Wszystkich strażaków łączy chęć niesienia bezinteresownej pomocy. To właśnie takie organizacje lokalne najlepiej znają realia swojego terytorium i sposoby jego ochrony przed istniejącymi zagrożeniami.

Wszystkie te działania, zaufanie społeczne oraz założenia nie byłyby możliwe bez zaangażowania, poświęcenia oraz pasji wielu pokoleń, które przekazywały i przekazują nadal kolejnym młodym pokoleniom powyższe wartości. Pokładają wiarę, że zostanie ona dobrze wykorzystania i posłuży do czynienia dobra, by kolejne pokolenia mogły realizować wartości pożarnicze. Na podsumowanie tego artykułu pragnę załączyć fragment Hymnu Związku OSP RP.

Rysunek 1.
Fragment Hymnu ZOSP

Bo wszędzie gdzie życie i mienie człowieka
Gotowy potargać na strzępy los zły –
Spieszymy z pomocą – bo nie ma co zwlekać –
Rycerze Floriana – to my! ...

Źródło: Hymn Związku Ochotniczych Straży Pożarnych Rzeczypospolitej Polskiej przyjęty Uchwałą Zarządu Głównego Związku nr 97/XI/2000 dnia 27 października 2000 r.

Conclusion

A special guarantee of safety at the scene of an incident is provided by the Volunteer Fire Brigades. They are usually the first to appear at the scene of an incident. Through many years of activity, they have gained a wealth of experience, and thanks to their training and specialized equipment they cooperate professionally with the State Fire Service and paramedics. All firefighters are united by the desire to provide selfless assistance. It is such local organizations that best know the realities of their territory and how to protect it from existing dangers.

BIBLIOGRAFIA

1. „Ochotnicza straż pożarna w Polsce" Wikipedia. Pobrano z: https://pl.wikipedia.org/wiki/Ochotnicza_stra%C5%BC_po%C5%BCarna_w_Polsce dane z dnia 25.11.2023 roku
2. „Rośnie zaufanie Polaków do Straży Pożarnej – już 94%!" Strażacki.pl. Pobrano z: https://www.strazacki.pl/artyku%C5%82y/ro%C5%9Bnie-zaufanie-polak%C3%B3w-do-stra%C5%BCy-po%C5%BCarnej-%E2%80%93-ju%C5%BC-94 dane z dnia 25.11.2023 roku
3. Ustawa z dnia 7 kwietnia 1989 r. Prawo o stowarzyszeniach, Dz.U.2020.0.2261 dane z dnia 25.11.2023 roku. Pobrano z: https://isap.sejm.gov.pl/isap.nsf/DocDetails.xsp?id=wdu19890200104
4. Ustawa z dnia 24 sierpnia 1991 r. o ochronie przeciwpożarowej, Dz.U.2020.0.961. dane z dnia 25.11.2023 roku. Pobrano z: https://isap.sejm.gov.pl/isap.nsf/DocDetails.xsp?id=WDU19910810351
5. Ustawa z dnia 7 kwietnia 1989 r. Prawo o stowarzyszeniach art. 10 ust. 1 Dz.U. z 2020 r. poz. 2261 dane z dnia 25.11.2023 roku. Pobrano z: https://isap.sejm.gov.pl/isap.nsf/DocDetails.xsp?id=wdu19890200104
6. „DZIEŃ STRAŻAKA: Państwowa i Ochotnicza Straż Pożarna w liczbach" Remiza.pl Pobrano z: https://remiza.com.pl/dzien-strazaka-panstwowa-i-ochotnicza-straz-pozarna-w-liczbach/ dane z dnia 25.11.2023 roku
7. „PROO" Pobrano z: https://niw.gov.pl/nasze-programy/proo/ dane z dnia 30.11.2023
8. „NOWEFIO" Pobrano z: https://niw.gov.pl/nasze-programy/nowefio/ na dzień 30.11.2023

Studenci:
Kalisiak Anna, Rukat Przemysław, Stępniak Dorota
Specjalność:
Menedżerskie studia ekonomiczno-prawne,
Semestr I,
Tryb niestacjonarny
Opiekun naukowy:
dr Anna Kopytowska, ANSB Skierniewice
akopytowska@ansb.pl

METODY REKRUTACJI DO SŁUŻB MUNDUROWYCH W KONTEKŚCIE PROFESJONALIZACJI ZARZĄDZANIA BEZPIECZEŃSTWEM PUBLICZNYM

Key words: Recruitment; criteria; selection; army; police; state fire brigade.

Abstract: The fundamental function of a modern state, regardless of its size or international significance, is to ensure security in all areas related to countering both external and internal threats. Public safety [1] is a state in which citizens are not threatened by any danger, and state institutions can operate in a normal manner. Ensuring public safety is linked to threats that have become a reality over time. Major threats include natural disasters, technological failures, and war-related catastrophes, all of which have multifaceted consequences, posing a threat not only to the state but to society as a whole. Events of the past decades have directly influenced the contemporary perception of security. Ongoing changes have given security new meanings, emphasizing its deepening and broadening. The dynamics and intensity of these changes have led to both a new security order and introduced turmoil, which does not positively impact the situation. Achieving coherence requires shaping appropriate social attitudes and creating an organizational system adapted to the current situation. Uniformed services must rely on effective ways to solve problems to achieve their goals. The leadership of these services faces ever-new conditions and situations that must be addressed and met. Particularly important for leaders is the ability to plan and act towards achieving clear and far-reaching goals in the future, assisting in developing the potential of others, building a constantly evolving authority, and maintaining an ethical stance, as these provide direction to organizational development. To meet growing demands, new, often innovative solutions must be introduced, correcting current errors based on accurate and insightful analyses, allowing for effective leadership models and operational efficiency. The system of public administration and other entities responsible for security and public order is extremely complex and diverse. It consists not only of government administrative bodies but also inspection and guard services, as well as local government units. The need for security is a human need and, at the same time, the most important value occupying a special place. Article 5 of the Constitution states that the Republic of Poland safeguards its independence and

the inviolability of its territory, ensures freedom and the rights of man and citizen, and guarantees the security of its citizens.

Building Polish statehood occurred after 123 years of partitions, after the struggle to establish the borders of the Second Polish Republic, after turbulent political and social transformations, and the fight for our independence for national identity. This process involved nurturing respect for those for whom all these values became a priority, where their commitment and dedication were put into rebuilding the internal security of the state. Independence Day, celebrated on November 11, is a national holiday commemorating the independence and sovereignty of the country, the anniversary of Poland regaining its independence. Thanks to the heroism, cunning, and military skills of the Home Army Soldiers, thousands of Poles were saved. Thanks to this, we have a free, sovereign, and above all, independent Poland.

1. Funkcjonowanie i organizacja służb mundurowych

Nierzadko z narażeniem własnego zdrowia i życia, czasem po służbie, ale zawsze pod presją czasu każdego dnia pomagają i chronią tę najważniejszą z wartości, jaką jest ludzkie życie. Codziennie, zakładając mundur podejmując tysiące różnych interwencji. Każda z nich wymaga wszechstronnej wiedzy, umiejętności oraz szybkiej oceny sytuacji, jak również indywidualnego podejścia. Wykonując te zadania są świadomi jakie ryzyko za sobą niosą.

Jak żołnierz u granic kraju dumny z zaufania swego narodu, tak i funkcjonariusz policji w wolnym społeczeństwie powinien być i czuć się tym mężem zaufania swych współobywateli, na nim bowiem, w znacznej mierze ciąży zabezpieczenie ładu i porządku wewnątrz kraju. Aby jednak tak było, trzeba, żeby policja stale i bacznie miała przed oczami ideał służby dla dobra swego społeczeństwa, pamiętając, że posiadany przez nią zakres władzy służyć winien tylko przestrzegania praw, a nigdy nadużywania ich dla własnej korzyści. Tym większa hańba, tym cięższa kara dla tego, kto swych praw nadużywa [R.Socha, 2022, str. 89]

W 1989 roku w Polsce wydarzyły się gruntowne zmiany gospodarcze i polityczno-ustrojowe. Reforma objęła również instytucje chroniące porządek i bezpieczeństwo publiczne. Organizacje porządkowe w systemie państw komunistycznych były upolitycznione. Jednak stwierdzić możemy, że sytuacja społeczno-polityczna w Polsce była liberalna.

Polskie społeczeństwo żywiło przekonanie o wartościach odpowiedzialnych za utrzymanie porządku i bezpieczeństwa rodaków oraz przekazywanie najszlachetniejszych wartości, gdzie rola służb mundurowych to wartość etyczna w praktycznym, czynnym funkcjonowaniu formacji, zwany często zawodem zaufania społecznego, moralną postawą, która odgrywa kluczową rolę ze względu na jej charakter. Największe formacje mundurowe w Polsce mają bardzo duży wpływ i duże znaczenie w społeczeństwie. W toku wykonywania czynności służbowych funkcjonariusze mają obowiązek respektowania godności obywateli oraz przestrzegania i ochrony praw człowieka.

W ostatnich latach pojawiło się kilka trendów w obszarze zarządzania bezpieczeństwem publicznym „Integracje technologiczne", gdzie Agencje Bezpieczeństwa Wewnętrznego [M. Zdyb, J. Stelmasiak, K. Sikora, 2015. s. 78] włączają zaawansowane technologie do swoich działań między innymi sztuczna inteligencję uczenie maszynowe na potrzeby predykcyjnych działań oraz danych w czasie rzeczywistym analiz oraz lepszą komunikację i wymianę informacji z pośrednictwem bezpiecznych aplikacji mobilnych i systemów opartych na chmurze. Zarządzanie bezpieczeństw publicznym stoi przed kilkoma wyzwaniami, które mogą różnic się w zależności od lokalizacji i kontekstu np. „Alokacja zasobów" personel, sprzęt i fundusze w celu rozwiązania najlepszych problemów obawy dotyczące bezpieczeństwa publicznego. Kolejnym działaniem jest analityka danych, czyli podejmowanie decyzji w oparciu o dane a jednocześnie budowanie zaufania wśród społeczeństwa poprzez szkolenie i edukację w zakresie bezpieczeństwa publicznego – Cyberbezpieczeństwo czyli zaangażowanie społeczności poprzez technologię. Zdrowe psychiczne reagowanie w sytuacjach kryzysowych, czyli partnerstwo publiczno – prywatne inaczej współpraca, równość. Technologia odgrywa kluczowa role w poprawie bezpieczeństwa publicznego na różne sposoby. Zwiększa skuteczność, wydajności szybkość reakcji np. „Aplikacje mobilne" służące obywatelom umożliwiające zgłaszania incydentów, wiadomości tekstowych, połączenia wideo, czyli ulepszona komunikacja - usprawnienia reagowania w sytuacja kryzysowych. 5 lutego 2020 roku szefowie służb Komendant Główny Policji i dowódca WOT oraz Komendant Państwowej Straży Pożarnej podpisali porozumienie (https://www.wojsko-polskie.pl/articles/tym-zyjemy-v/2020-02-05r-terytorialsi-z-policja-i-panstwowa-straza-pozarna-wspolnie-dziaaja-na-rzecz-bezpieczenstwa/ [dostęp: 07.11.2023 r.]). o współpracy w zakresie zarządzania kryzysowego, ratowania życia ludzkiego i poszukiwania osób zaginionych oraz w zakresie działalności szkoleniowej. Podpisane porozumienie szczegółowo doprecyzowuje reguły i tryb współpracy usprawniając zasady wzajemnych kontaktów i zakresów kompetencji poszczególnych komórek organizacyjnych tych właśnie służb.

2. Rekrutacja jako instrument doboru funkcjonariuszy

W dobie XXI wieku rynek pracy proponuje wiele ciekawych ofert młodemu społeczeństwu, które rozpoczyna swój życiorys zawodowy szukają pracy dającej stabilizację finansową oraz możliwość rozwoju i awansu. Aby dotrzeć do momentu stałej pozycji w życiu oraz trwałego stanu równowagi uzyskując formę doskonałą, jednocześnie zajęcia odpowiedniego poziomu w hierarchii, młodzi ludzie muszą zmierzy się z szeregiem procesów lub czynności stanowiących kolejne etapy, na które składa się poszukiwanie właściwego zatrudnienia oraz jednocześnie sformalizowania tego procesu. W języku potocznym przyjęło się nazywać tę czynność „rekrutacją", a polega ona głównie na pozyskaniu zainteresowania osób szukających zatrudnienia. Nie jest to proces bezproblemowy, stanowi najważniejszy punkt a jednocześnie przygotowanie pozycji w obszarze zarządzania oraz podejmowania decyzji. Osoby pełniące funkcję w formacjach obronnych oraz ochrony państwa

muszą mieć szczególne cechy związane z umiejętnościami, których posiadanie nadaje się do wykonywania oraz reprezentowania tych formacji. Przede wszystkim uwagę skupia się na poziomie kultury, czyli umiejętności taktownego zachowania jednostki w każdej sytuacji. Kolejnymi elementami są: moralność – zasady uważane za właściwe; stan zdrowia – czyli w jakim stanie znajduje się organizm i jaką posiada sprawność fizyczną; nastawienie zachowania wobec rzadkich wydarzeń, zdarzeń oraz osób zwane postawa etyczną; chęć działania oraz czynniki motywujące jak również skłonności i umiejętności psychiczne. Rekrutacja ludzi polega między innymi na sprawdzeniu określonych cech co przedstawia obraz posiadanych zdolności przez kandydata. Formacja mundurowa stojąca na straży porządku publicznego kształtuje i utrzymuje pożądany stan bezpieczeństwa oraz zapewnia ład wewnętrzny państwa. Organizacja umundurowana i uzbrojona posiadająca cechy szybkości, skuteczności, której działania przynoszą oczekiwany rezultat, posiadająca gruntową wiedzę oraz umiejętności w ochronie życia i zdrowia ludzkiego, w której prowadzona jest „największa akcja rekrutacyjna w naszym kraju i jednocześnie bardzo dobra okazja na zdobycie wymarzonej pracy. Praca w tzw. służbach mundurowych to zawody dla ludzi z pasją, którzy dużo wymagają od siebie i dużo dają w zamian. Atrakcyjność podjęcia służby dla wielu ludzi młodych bez względu na płeć stanowi względna stabilizacja zatrudnienia, stałe wynagrodzenie czy dodatki funkcyjne. Dla wielu osób będzie to także możliwość wykonywania wymarzonego zawodu. Trzeba jednak mieć świadomość, że wykonywanie zawodu w specyficznych warunkach niesie za sobą konieczność bezwarunkowego dostosowania się do nich. Atuty do zatrudnienia powinny być rozpatrywane na równi z wyrzeczeniami, jakie niesie za sobą praca/służba w tzw. „mundurówce”.

3. Nowoczesne podejście Wojska Polskiego do potencjalnych kandydatów do zawodowej służby wojskowej

Inicjatywy, które podejmuje Wojsko Polskie od lat skutkują tym, że szeregi polskiej armii sukcesywnie zwiększają się. Wdrożone zostały również zmiany w sposobie naboru do służby wojskowej, które zachęcają do podjęcia kroku o wstąpieniu do Wojska Polskiego. Od 2017 roku w strukturach Wojska Polskiego zaczęto tworzyć i rozwijać na wzór zachodni Wojska Obrony Terytorialnej, które już wielokrotnie wspierały działania wojsk operacyjnych w sytuacjach kryzysowych np. pandemia COVID 19, kryzys migracyjny na granicy z Białorusi oraz wsparcie logistyczne napływających uchodźców z ogarniętej wojną z Rosją Ukrainy. Ten rodzaj służby jest dedykowany dla osób chcących łączyć szkolenie wojskowe ze swoimi codziennymi obowiązkami.

Kolejną nowością funkcjonującą w Wojsku Polskim od 2017 roku jest szkolenie wojskowe dla studentów. Program nosi nazwę Legia Akademicka i jest podzielony na część teoretyczną odbywającą się w trakcie roku akademickiego oraz część praktyczną, podczas której studenci odbywają szkolenie na terenie wybranych jednostek wojskowych w przerwie wakacyjnej.

Zupełną nowością jest Dobrowolna Zasadnicza Służba Wojskowa, która w 2022 roku zastąpiła funkcjonującą służbę przygotowawczą. O tej jak również pozostałych formach służbyw Wojsku Polskim powiem szerzej w dalszej części pracy.

Wraz z tworzeniem nowych form służby zmienia się podejście do osób ze środowiska cywilnego. Wszystkie w/w kroki zostały poczynione zgodnie z zasadą „(…) to nie kandydat ma być dla nas, a my dla niego (…). Od dnia 23 kwietnia 2022 roku „(…) zaczęła obowiązywać ustawa o obronie ojczyzny, a wraz z nią pojawiło się wiele zmian dotyczących funkcjonowania armii (…)". Na bazie dotychczasowych Wojskowym Komend Uzupełnień zaczęły funkcjonować Wojskowe Centra Rekrutacji, na których spoczywa zadanie sprawnego przeprowadzanie naboru kandydatów do służby. Proces ten polega na przeprowadzeniu w stosunku do kandydatów „(…) podstawowych badań lekarskich i psychologicznych oraz rozmowy kwalifikacyjnej (…)" i w rezultacie pomyślnego przejścia tego procesu wydania kart powołania na szkolenie wojskowe.

Rekrutacja w jakiej w jakimkolwiek obszarze nie będzie sprawnie funkcjonowała bez przemyślanie prowadzonego procesu promocji, w tym także i w wojsku. W 2018 roku Ministerstwo Obrony Narodowej uruchomiło kampanię promocyjno - informacyjną „Zostań Żołnierzem Rzeczypospolitej". „Spoty informacyjno - promocyjne pojawiły się lokalnej prasie i telewizji, były też udostępniane m.in. w środkach transportu miejskiego i na wiatach przystankowych". Banery z logo kampanii zawisły na ogrodzeniach większości jednostek wojskowych w całym kraju, oklejono nimi także busy transportowe sił zbrojnych." Ich zadaniem było nie tylko promowanie służby w Wojsku Polskim, ale również informowanie o zbliżających się wydarzeniach, podczas których można było zetknąć się ze sprzętem wojskowym, porozmawiać z żołnierzami i zapytać o ich motywacje wstąpienia do wojska, o charakterystykę służby, zobaczyć wyposażenie, broń, na której na co dzień szkolą się żołnierze poszczególnych jednostek.

Funkcję informacyjno - promującą spełniały również tzw. mobilne zespoły rekrutacyjne w skład, których wchodzili pracownicy wojska i żołnierze. „Pojawiły się one w centrach handlowych, ośrodkach sportu, na rynkach miejskich, a także w popularnych kurortach letnich i zimowych podczas ferii czy wakacji".

W odniesieniu lokalnym misję informacyjno - promującą realizuje Wojskowe Centrum Rekrutacji w Skierniewicach, na terenie miasta Skierniewice i powiatów skierniewickiego, rawskiego, łowickiego, kutnowskiego. W dniach 17-18 marca 2023 roku, przy współpracy z Akademią Nauk Stosowanych Batorego Ministerstwo Obrony Narodowej, Centralne Wojskowe Centrum Rekrutacji i Dowództwo Generalne Rodzajów Sił Zbrojnych za pośrednictwem WCR w Skierniewicach zrealizowało wydarzenie pod nazwą Wojskowe Targi Służby i Pracy. Celem tego wydarzenia było nie tylko zaprezentowanie sprzętu

i wyszkolenia żołnierzy poszczególnych jednostek, ale przedstawienie oferty podjęcia służby w Wojsku Polskim jak najszerszemu gronu odbiorców.

Podczas targów merytoryczną wiedzą służyli również studenci uczelni wojskowych: Akademii Wojsk Lądowych we Wrocławiu, Lotniczej Akademii Wojskowej w Dęblinie, Akademii Marynarki Wojennej w Gdyni i Wojskowej Akademii Technicznej. Wiedzy na temat specyfiki służby wojskowej udzielali również żołnierze z jednostek wojskowych współorganizujących to dwudniowe wydarzenie.

Wydarzeniem współorganizowanym przez WCR w Skierniewicach mającym na celu przybliżenie tematyki obronnej w kontekście samoobrony, były bezpłatne zajęcia z instruktorami sztuk walki pod nazwą „Samoobrona Kobiet – Zaufaj Wojsku" zorganizowane w dniach 5 i 6 sierpnia 2023 roku.

Również krokiem naprzód w kierunku osób zainteresowanych podjęciem służby w Wojsku Polskim jest dostępność Wojskowych Centrów Rekrutacji w każdą pierwszą sobotę miesiąca w godzinach od 08:00 do 14:00 oraz infolinia „Zostań Żołnierzem" za pośrednictwem, której można zdobyć odpowiedź na pytania związane ze służbą wojskową.

Skończone 18 lat, posiadanie obywatelstwa polskiego oraz zdolność fizyczna i psychiczna do pełnienia służby wojskowej, niekaralność i chęć sprawdzenia swoich możliwości i sił w Wojsku Polskim nie wiąże się od razu z koniecznością zabiegania u pracodawcy o dzień urlopu wypoczynkowego, aby załatwiać wszystkie sprawy we właściwym terytorialnie dla swojego miejsca zamieszkania Wojskowym Centrum Rekrutacji.

Od jesieni 2020 roku w systemie rekrutacji do Wojska funkcjonuje z powodzeniem nowość w postaci portalu rekrutacyjnego Wojska Polskiego zostazolnierzem.pl „umożliwiający aplikację do wojska przez internet." Już na tym etapie będziesz można określić wstępnie jakim rodzajem służby jest się zainteresowanym (dobrowolna zasadnicza służba wojskowa, terytorialna służba wojskowa lub szkolenie wojskowe dla studentów „Legia Akademicka").

Rekruterzy z „poinformują Cię o terminie i miejscu stawiennictwa w Wojskowym Centrum Rekrutacji". Wszystkie niezbędne procedury naboru, w tym: rozmowa kwalifikacyjna i rozmowa z psychologiem oraz badanie lekarskie potrwają maksymalnie dwa dni. Kartę powołania na szkolenie w ramach jednej z form służby otrzymasz po pomyślnym ukończeniu wstępnego etapu.

4. Rekrutacja jako instrument doboru funkcjonariuszy do służby w Policji

W świetle obowiązującej ustawy z 6 kwietnia 1990 roku o Policji, określając jej status, ustawa nazywa ją umundurowaną i uzbrojoną formacją, wskazując przy tym na formę oraz rolę jaką pełni ta formacja służąc społeczeństwu, oraz przeznaczoną do ochrony bezpieczeństwa ludzi oraz do utrzymywania bezpieczeństwa i porządku publicznego. Skuteczność działań Policji w dużym stopniu zależy od sprawnie funkcjonujących struktur tej formacji jak również szybkie reagowanie

i natychmiastowe przeciwdziałania w obliczu powstałych zagrożeń bezpieczeństwa publicznego. Istotnym elementem oraz dużym i ważnym znaczeniem dla policji są właściwie dobrani kandydaci ubiegający się do pełnienia funkcji Policjanta. Osoby wstępujące w szeregi Policji muszą mieć szczególne cechy związane z umiejętnościami, których posiadanie nadaje się do wykonywania oraz reprezentowania tych formacji. Przede wszystkim uwagę skupia się na poziomie kultury, czyli umiejętności taktownego zachowania w każdej sytuacji. Kolejnymi elementami są: moralność – zasady uważane za właściwe; stan zdrowia – czyli w jakim stanie znajduje się organizm i jaką posiada sprawność fizyczną; nastawienie zachowania wobec rzadkich wydarzeń, zdarzeń oraz osób zwane postawą etyczną; chęć działania oraz czynniki motywujące jak również skłonności i umiejętności psychiczne. Podstawowym celem rekrutacji jest potwierdzenie czy kandydat spełnia określone wymogi i przede wszystkim wybór najlepszych spośród kandydujących, którzy przeszli postępowanie kwalifikacyjne i posiadają określone predyspozycje.

5. Kryteria przyjęcia do służby w Policji

Zgodnie z art. 25 pkt. 1 Ustawy z dnia 6 kwietnia 1990 r. o Policji, rozbijając powyższe na czynniki pierwsze uzyskujemy obraz wymagań, iż każdy kto chciałby wstąpić w szeregi tej formacji musi spełniać następujące warunki, które są zgodnie z ustawą o Policji.

„(..) może pełnić obywatel polski o nieposzlakowanej opinii, który nie był skazany prawomocnym wyrokiem sądu za przestępność lub przestępstwo skarbowe, korzystający z pełni praw publicznych, posiadający co najmniej średnie wykształcenie lub średnie branżowe oraz zdolność fizyczną i psychiczną do służby w formacjach uzbrojonych, podległych szczególnej dyscyplinie służbowej, której gotów jest się podporządkować, a także dający rękojmię zachowania tajemnicy stosownie do wymogów określonych w przepisach o ochronie informacji niejawnych”[Artykuł 25, Ustawa z dnia 6 kwietnia 1990 r. o Policji].

Rekrutacja do Policji coraz bardziej wymaga od kandydatów umiejętności interpersonalnych, w oparciu o posiadane kompetencje. Szczególnie ważna w Policji jest umiejętność sposobu planowania, działania zamierzający do osiągnięcia istotnych i sięgających w daleką przyszłość jasnych celów, konieczność rozwijania potencjału, stałego budowania autorytetu oraz etyczna postawa, ponieważ to one nadają kierunek rozwoju organizacji, aby zapewnić obywatelom bezpieczeństwo i utrzymania porządku publicznego w państwie. Rekrutacja do służb w Policji jest obowiązkiem surowym, który ma na celu wybranie najlepszych kandydatów. Rekrutacja jako podstawowe narzędzie pozwala wyodrębnienie najlepszych kandydatur do danej roli o wysokich możliwościach, zdolnością oraz potencjale. Dzięki temu można uzyskać wykwalifikowaną oraz przeszkoloną kadrę, która jest przygotowana do wykonywania swoich obowiązków co powoduje większy profesjonalizm oraz dążenie do podniesienia standardów, co jest niezwykle istotne. Ważne jest, aby proces rekrutacji prowadzony był zgodnie z wymaganym

prawem oraz zasadami etycznymi, jak również w taki sposób, aby przyciągnąć jak największą grupę kandydatów o odpowiednich umiejętnościach, kwalifikacjach. Dlatego też rekrutacja ma ogromny wpływ na słuszny oraz właściwy dobór kandydatów do służby w Policji, ponieważ bezpieczeństwo jest „procesem obejmującym szereg różnorodnych działań (m.in. w dziedzinach zdrowotnej, ekologicznej, edukacyjnej, społecznej, gospodarczej, prawnej, psychologicznej, weterynaryjnej i sanitarnej), którego zasadniczym celem jest zapewnienie bezpieczeństwa ludności cywilnej, a zarazem stanem uzyskanym w wyniku zorganizowanej ochrony życia i zdrowia ludzi, dóbr materialnych i kulturalnych oraz środowiska naturalnego – w zakresie niezbędnym do przetwarzania ludzi" . W sferze bezpieczeństwa publicznego główną i pierwszoplanową rolę odgrywa Policja. To ona jest głównym realizatorem zadań, to ona dąży do ograniczania przestępczości oraz jest organizatorem działań wspólnych z podmiotami poza policyjnymi wpisującymi się w podsystemy bezpieczeństwa państwa.

„*Ja, obywatel Rzeczpospolitej Polskiej, świadom podejmowanych obowiązków policjanta, ślubuję: służyć wiernie Narodowi, chronić ustanowiony Konstytucją Rzeczpospolitej Polskiej porządek prawny, strzec bezpieczeństwa Państwa i jego obywateli, nawet z narażeniem życia. Wykonując powierzone mi zadania, ślubuję pilnie przestrzegać prawa, dochować wierności konstytucyjnym organom Rzeczpospolitej Polskiej, przestrzegać dyscypliny służbowej oraz wykonywać rozkazy i polecenia przełożonych. Ślubuję strzec tajemnic związanych ze służbą, honoru, godności i dobrego imienia służby oraz przestrzegać etyki zawodowej*" [Artykuł 27, Ustawa z dnia 6 kwietnia 1990 r. o Policji].

6. Działania rekrutacyjne

Prowadzenie rekrutacji do policji wymaga specjalistycznej wiedzy oraz umiejętności, a także koordynacji z lokalnymi władzami i społecznością. W zależności od wymogów i standardów proces obejmuje odpowiednią promocję procesu rekrutacji, aby zainteresować potencjalnych kandydatów. Działania są prowadzone w mediach poprzez wywiady, spoty reklamowe pojawiające się w prasie i telewizji a także aktywność w mediach społecznościowych, plakaty, ulotki, wydarzenia społeczne. Organizowane są bezpośrednie spotkania z uczniami szkół średnich oraz uczelni wyższych i innych Placówek Oświatowych, których absolwenci mogliby być potencjalnymi kandydatami do służby w Policji. Podczas organizowanych Targów Pracy pod tytułem „Kariera w mundurze" przez Wojewódzki Urząd Pracy, Centrum Informacji i Planowania Kariery Zawodowej, Wyższe Uczelnie Wojewódzkie Komendy Ochotniczego Hufca Pracy, Centrum Edukacji i Pracy Młodzieży Ochotniczego Hufca Pracy, ale również na różnego rodzaju wydarzeniach kulturalnych festynach, piknikach, wydarzeniach sportowych itp.

W spotkaniach tych borą udział funkcjonariusze Policji pionu Prewencyjnego i Dochodzeniowo - Śledczego - Technik Kryminalistyki, Przewodnik Psa służbowego. Policjanci

promując zawód policjanta, opowiadają o swojej codziennej służbie o swojej drodze zawodowej w Policji oraz wykorzystywaniu zdobytej wiedzy.
Szczegółowo omawiany jest proces rekrutacyjny do służby w Policji warunki oraz wymagania, które należy spełnić.

Sztuka życia w społeczeństwie wywodzi się od umiejętności funkcjonowania w grupie. Zakres przygotowań do postępowania kwalifikacyjnego kandydatów ubiegających się o przyjęcie do służby w Policji obejmuje przyswojenie wybranych aspektów specjalistycznej wiedzy z dziedziny bezpieczeństwa oraz zapoznanie z podstawowa wiedzą o Policji i jej kulturze organizacyjnej. Takim przygotowaniem do służby są utworzone w szkołach ukierunkowane na ten profil klasy, których koncepcją jest przygotowanie ucznia poprzez codzienne pracowanie i budowanie nastawienia wobec siebie i świata, które tworzą społeczeństwo, odkrywanie wiedzy a nie tylko gromadzenie dostarczanych informacji. Dokonywanie dokładnego zbadania oraz zgromadzenia informacji, traktując swoją aktywność jako wartościową przygodę. Gdy adepci przekonani są, że sprawdzają się w tym polu mogą zacząć rozwijać swoje zainteresowania myśląc o przyszłości zawodowej. Zajęcia edukacyjne związane z funkcjonowaniem Policji są prowadzone przez policjantów będących w czynnej służbie lub przez emerytów policyjnych, którzy są repelentami środowiska zawodowego i panującej w nim kultury organizacyjnej.

7. Państwowa Straż Pożarna - podstawy prawne funkcjonowania

Państwowa Straż Pożarna jako formacja zawodowa, umundurowana i wyposażona w specjalistyczny sprzęt, przeznaczona jest do walki z pożarami, klęskami żywiołowymi i innymi miejscowymi zagrożeniami [B. Starzec, 2012, str. 251].

Państwowa Straż Pożarna (PSP) to służba publiczna, która ma za zadanie zabezpieczenie życia, zdrowia i mienia przed skutkami pożarów, wypadków i innych sytuacji kryzysowych. Podstawy prawne jej funkcjonowania określa ustawa z dn. 24 sierpnia 1991 r. o Państwowej Straży Pożarnej [Tekst jedn.: Dz. U. z 2013r poz. 1340 z pózn. Zm], a także ustawa z dnia 24 sierpnia 1991 r. o ochronie przeciwpożarowej. Jak wynika z ustawy o ochronie przeciwpożarowej, jednostkami ochrony przeciwpożarowej są:

1) Jednostki organizacyjne Państwowej Straży Pożarnej;
2) Jednostki organizacyjne Wojskowej Ochrony Przeciwpożarowej;
3) Zakładowa straż pożarna;
4) Zakładowa służba ratownicza;
5) Gminna zawodowa straż pożarna;
6) Powiatowa (miejska) zawodowa straż pożarna;
7) Terenowa służba ratownicza;
8) Ochotnicza straż pożarna;

9) Związek ochotniczych straży pożarnych;

10) Inne jednostki ratownicze [A. Misiuk, Warszawa 2013, s. 177-178].

W kwietniu 1991r, zdecydowano się powołać Zespół do Zorganizowania Państwowej Straży Pożarnej, który przy pomocy środowiska pożarniczego miał przygotować koncepcję nowej organizacji ochrony przeciwpożarowej. 24 sierpnia uchwalono dwa akty normatywne: ustawę o ochronie przeciwpożarowej (Tekst pierwotny: Dz. U. Nr.81, poz. 351) oraz ustawę o Państwowej Straży Pożarnej (Tekst pierwotny: Dz. U. Nr.88, poz. 400).

Aktualne szczegółowe zasady organizacji Krajowego Systemu Ratowniczo-Gaśniczego określa wydane na podstawie art.14 ust.2 ustawy o ochronie przeciwpożarowej rozporządzenie Ministra Spraw Wewnętrznych i Administracji z dnia 18 lutego 2011 r. w sprawie szczegółowych zasad organizacji krajowego systemu ratowniczo-gaśniczego (Dz. U. Nr. 46, poz. 239). System ten ma na celu ochronę życia, zdrowia, mienia lub środowiska poprzez:

1) Walkę z pożarami lub innymi klęskami żywiołowymi
2) Ratownictwo techniczne
3) Ratownictwo chemiczne
4) Ratownictwo ekologiczne
5) Ratownictwo medyczne
6) Współpracę z jednostkami systemu Państwowego Ratownictwa Medycznego oraz systemem powiadamiania ratunkowego.

8. Zasady rekrutacji do służby i pracy w PSP - SŁUŻBA PRZYGOTOWAWCZA.

W celu podjęcia służby w Państwowej Straży Pożarnej, kandydat musi spełnić szereg wymagań, które określa ustawa z dnia 24 sierpnia 1991 r. o Państwowej Straży Pożarnej tj. z dnia 29 września 2021 r. [Dz.U. z 2021 r. poz. 1940 ze zm.]

Służbę w Państwowej Straży Pożarnej może pełnić obywatel polski, niekarany za przestępstwo lub za przestępstwo skarbowe, korzystający z pełni praw publicznych, posiadający co najmniej średnie wykształcenie oraz zdolność fizyczną i psychiczną do pełnienia tej służby (art. 28 cyt. ustawy).

Oceny zdolności fizycznej i psychicznej do służby w Państwowej Straży Pożarnej dokonują komisje lekarskie podległe ministrowi właściwemu do spraw wewnętrznych (art. 29 cyt. ustawy). Przyjęcia do służby dokonuje właściwy terytorialnie, ze względu na położenie jednostki organizacyjnej PSP, komendant wojewódzki, komendant powiatowy (miejski) lub kierownik jednostki organizacyjnej PSP w miarę posiadanych możliwości etatowych.

Zgodnie z art. 34 cyt. ustawy, osobę podejmującą służbę w Państwowej Straży Pożarnej mianuje się strażakiem w służbie przygotowawczej na okres 3 lat. Mianowanie strażaka może

nastąpić po odbyciu zasadniczej służby wojskowej lub po przeniesieniu do rezerwy bez odbycia tej służby albo po zwolnieniu od obowiązku służby wojskowej. Warunku tego nie stosuje się do kobiet.

Ponadto, by umożliwić podjęcie służby w PSP najlepszym kandydatom prowadzi się postępowanie kwalifikacyjne, w którym przyjmuje się system punktacji gratyfikujący posiadane uprawnienia kandydata określa to Rozporządzenie MSWiA z dnia 29 marca 2018 r. w sprawie postępowania kwalifikacyjnego o przyjęcie do służby w PSP.

9. Służba kandydacka

Możliwością podjęcia służby w strukturach Państwowej Straży Pożarnej jest ukończenie służby kandydackiej w jednej ze szkół PSP kształcących w systemie dziennym. Kształcenie kadr oficerskich odbywa się w Szkole Głównej Służby Pożarniczej w Warszawie. Absolwenci tej szkoły otrzymują tytuł inżyniera pożarnictwa lub magistra inżyniera pożarnictwa i stopień służbowy młodszego kapitana Państwowej Straży Pożarnej. Kształcenie na poziomie aspiranckim realizują trzy szkoły: Centralna Szkoła Państwowej Straży Pożarnej w Częstochowie, Szkoła Aspirantów Państwowej Straży Pożarnej w Krakowie, Szkoła Aspirantów Państwowej Straży Pożarnej w Poznaniu. Słuchacze tych szkół otrzymują tytuł technika pożarnictwa i stopień służbowy młodszego aspiranta Państwowej Straży Pożarnej. Po ukończeniu szkoły (służby kandydackiej) absolwenci kierowani są przez Komendanta Głównego Państwowej Straży Pożarnej do pełnienia służby stałej w jednostkach organizacyjnych Państwowej Straży Pożarnej na terenie całego kraju. O przyjęcie do ww. szkół (służby kandydackiej) mogą ubiegać się obywatele polscy, którzy uzyskali:

- świadectwo dojrzałości i nie przekroczyli 25 roku życia,
- spełniają wymagania określone w postępowaniu rekrutacyjnym oraz zdały test sprawności fizycznej, zgodnie z zasadami określonymi w rozporządzeniu wydanym na podstawie art. 28 ust. 14 ustawy z dnia 24 sierpnia 1991 r. o Państwowej Straży Pożarnej,
- nie byli karani sądownie,
- złożyli zobowiązanie do pełnienia służby w Państwowej Straży Pożarnej po ukończeniu służby kandydackiej,
- złożyli z wynikiem pomyślnym egzamin wstępny.

Nabór do szkół pożarniczych odbywa się poprzez egzaminy wstępne, na które składa się część teoretyczna i część praktyczna – test sprawnościowy. Określone limity wiekowe, jak i egzaminy wstępne wraz z testem sprawnościowym obowiązują mężczyzn i kobiety. Szczegółowe informacje sposobie naboru oraz przebiegu kształcenia można znaleźć m. in. na stronach internetowych szkół Państwowej Straży Pożarnej:

- Szkoła Główna Służby Pożarniczej: www.sgsp.edu.pl,

- Szkoła Aspirantów Państwowej Straży Pożarnej w Krakowie: www.sapsp.pl,
- Szkoła Aspirantów Państwowej Straży Pożarnej w Poznaniu: www.sapsp.edu.pl,
- Centralna Szkoła Państwowej Straży Pożarnej w Częstochowie: www.cspsp.pl

Conclusion

Service in uniformed formations is constantly evolving, adapting to the needs of citizens and local communities. Young officers joining these formations have their expectations and visions, but with that comes the anxiety of whether they will cope with new challenges, duties, and responsibilities in protecting the vulnerable, maintaining public order, fighting evil, i.e., ensuring the safety of us all. The choice is just or accidental. The values contained in the ethos of the formations, gaining knowledge about the organization and its functioning, and simultaneously promoting and shaping positive attitudes and behaviors such as respect, love, and dedication to the Fatherland should be of paramount importance for future officers of uniformed services. The recruitment process, through which the best candidates are selected, can pose a lot of challenges. It is essential to ensure that it is free from errors, and candidates are evaluated based on clear and objective criteria. Procedures for error elimination by independent assessors can help ensure fair and effective selection. One aspect of the employment relationship of uniformed service officers is availability, which is expressed not only by readiness to change elements of this relationship but also by the willingness to expose themselves, sometimes at the risk of their own health and life, sometimes after duty, but always under time pressure, every day helping and protecting the most important value, which is human life.

BIBLIOGRAFIA

- A. Gołębiowska, Prawo do wolności i bezpieczeństwa osobistego w prawie międzynarodowym oraz Konstytucji Rzeczypospolitej Polskiej, [w:] Paradygmaty badań nad bezpieczeństwem. Jednostki, grupy i społeczeństwa, (red.) M. Korczewski, A. Kurkowska, S. - Mikołajczak, Poznań 2015,
- E. Sobol, Mały Słownik Języka Polskiego, Warszawa 1997,
- S. Sulowski, M. Brzeziński, Bezpieczeństwo wewnętrzne państwa, Warszawa 2009,
- M. Zdyb, J. Stelmasiak, K. Sikora, System bezpieczeństwa i porządku publicznego, Warszawa 2015,
- A. Zgieb, Pod red. Bogusława Nietrzebka, Dyrektora Muzeum Mazowsza Zachodniego w Żyrardowie, Instrukcja Organizacji Pracy Policji Państwowej Powiatu Błońskiego w Grodzisku Mazowieckim, Muzeum Mazowsza Zachodniego w Żyrardów 2019,
- R. Socha, Historyczne i współczesne postrzeganie policji w Polsce, Wydawnictwo Dyfin, Warszawa 2022,

- M. Zdyb, J. Stelmasiak, K. Sikora, System bezpieczeństwa i porządku publicznego, Warszawa 2015,
- P. Galińska, Droga ku liczniejszej armii, s. 1, [w: Polska Zbrojna], Nr 5, Maj 2022, Broszura informacyjna, Kandydat Zostań Żołnierzem RP, Wrzesień 2023,
- B. Starzec, Instytucje zabezpieczające, M. Pazdzior, B Szymulik (red), Instytucje bezpieczeństwa narodowego Warszawa 2012,
- A. Misiuk, Wyspecjalizowane organy państwowe podległe Ministrowi Spraw Wewnętrznych, Instytucjonalny system bezpieczeństwa wewnętrznego, Warszawa 2013.

Artykuły:

- Rozporządzenie Ministra Spraw Wewnętrznych i Administracji z dnia 22 marca 2023 r
- Załącznik (pozycja 171) W sprawie postępowania kwalifikacyjnego w stosunku
- do kandydatów ubiegających się o przyjęcie do służby w Policji.
- Akt prawny, Ustawa z dnia 6 kwietnia 1990 r. o Policji,
- Artykuł 25, Ustawa z dnia 6 kwietnia 1990 r. o Policji.
- Artykuł 27, Ustawa z dnia 6 kwietnia 1990 r. o Policji.
- Art. 9 ustawy o Państwowej Straży Pożarnej
- Dz. U. Nr. 46, poz. 239
- Dz. U. z 2013r poz. 1340

Źródła internetowe:

- https://www.wojsko-polskie.pl/articles/tym-zyjemy-v/2020-02-05r-terytorialsi-z-policja-i-panstwowa-straza-pozarna-wspolnie-dziaaja-na-rzecz-bezpieczenstwa/ [dostęp: 07.11.2023 r.].
- https://www.gov.pl/web/kppsp-glubczyce/zasady-rekrutacji-do-sluzby-i-pracy-w-psp

Student:
M. Panfilov,
Speciality: accounting and taxation
Faculty of Accounting, Management and Information Technologies,
maxpanfilov23@gmail.com
K. Semenova,
Doctor of Economic Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Accounting, Analysis and Audit, Odesa National University of Economics
ka_sta@ukr.net

АНАЛІЗ ОБСЯГУ ВИПУСКУ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ ГОТОВОЇ ПРОДУКЦІЇ НА ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Keywords: activity of industrial enterprises, volumes of production and sales, micro-level and macro-level management, analysis tools, macroeconomic statistics, sales price.

Abstract: The article examines the analysis of the activities of industrial enterprises at different levels of management - micro- and macro-levels. Information on the general state of the volume of production and sale of products in Ukraine will be obtained from macroeconomic statistics. The volume of industrial products sold in Ukraine is determined. The importance of support from international institutions for Ukraine, in particular in the field of industry, during and after hostilities. It focuses on the role of the International Finance Corporation (IFC) and the Multilateral Investment Guarantee Agency (MIGA) in providing financial support and stimulating economic growth in Ukraine. It is noted that the support of international organizations is necessary to create jobs, grow the technological sector and ensure food security through grain exports. The text also reveals the negative consequences of the lack of policy support for strategic industries, including the inefficient use of industrial potential and insufficient assessment of the importance of the development of the industrial sector. The need to allocate financial assistance to critical industries, as well as the importance of flexibility and responsiveness to changing conditions of today. In conclusion, the development of industry is a key factor in the stability of the economy and calls for the provision of targeted financial support and priority planning for the recovery and development of the industrial sector of Ukraine.

Постановка проблеми у загальному вигляді

В сучасних умовах господарювання процеси виробництва та реалізації продукції вимагають системного вивчення та аналізу. Протягом останніх років процеси економічної діяльності досить мінливі та несприятливі для ведення бізнесу. Не встигла економіка відновитися після черги фінансових криз, політичні коливання з 2014 року на ринку

промисловості далися в знаки. Поряд з цим негативного впливу завдала пандемія 2019 року, наслідком якої стала світова економічна стагнація. З початком повномасштабного вторгнення та початком війни в Україні умови виробництва і реалізації продукції мали катастрофічні показники. В таких реаліях аналіз обсягів випуску та реалізації буде мати різні характеристики та ускладнений впливом зовнішніх факторів, роблячи показники складно порівняними. Однак, фінансово-господарська діяльність за всіх умов проводилась та проводиться, підприємства працюють за різних умов, а тому можна проаналізувати вплив чинників на параметри, показники та результати роботи промислових підприємств в умовах сьогодення. В останній час якісний аналіз показників випуску продукції та її реалізації є вкрай важливим для прийняття ефективних рішень проведення фінансово-господарської діяльності на всіх рівнях управління.

Аналіз досліджень і публікацій останніх років

Питання обсягів випуску промислової продукції вивчаються вченими, дослідниками досить активно, оскільки процеси виготовлення продукції та її подальшого продажу є вкрай важливими для отримання доходів і прибутків промисловими підприємствами [1-4;6]. Попри глибоке аналітичне вивчення даних питань, ринкові умови настільки мінливі, що ситуацію на ринку слід вивчати вже за нових умов, оскільки втрачається актуальність чинників і статистичних даних для оцінки. А тому доповнення аналітичної точки зору на дане питання з часом актуалізується.

Метою статті є вивчення питань аналізу обсягу випуску та реалізації продукції на промислових підприємствах в останні звітні періоди.

Виклад основного матеріалу

Діяльність промислових підприємств, а в тому числі і обсяги випуску і реалізації продукції можна вивчати з різних сторін та рівнів управління. Аналіз можна провести як на мікрорівні, так і на макрорівні. Вибір інструментів аналізу залежать від поставлених цілей та завдань від користувачів аналітичної інформації. Для формування думки щодо стану обсягів випуску та реалізації продукції промисловими підприємствами в цілому по Україні для аналізу слід звернутися до даних макроекономічної статистики.

У макроекономічній статистиці в Україні обсяг реалізованої промислової продукції (товарів, послуг) визначається за ціною продажу відвантаженої готової продукції (товарів, послуг), що зазначена в оформлених як підстава для розрахунків з покупцями (замовниками) документах (уключаючи продукцію (товари, послуги) за бартерним контрактом). Дані щодо обсягів реалізації за видами промислової діяльності сформовано за функціональним підходом (по однорідних продуктах).

Для проведення аналізу ефективності роботи промислових підприємств розглянемо динаміку обсягів виробництва і реалізації промислової продукції підприємствами України за останні роки (рис. 1). Попри поступову позитивну динаміку зростання обсягів реалізованої промислової продукції в Україні за 2014-2021 рр., навіть за умов пандемії та політичної кризи 2014 року, у 2022 році українська економіка значно втратила досягнуті показники зростання 2021 року [8].

Критичні темпи скорочення обсягів промислового виробництва пов'язані із зупинкою роботи промислових потужностей виробництва продукції, насамперед у північній та східній частині України. Також суттєво порушені виробничі зв'язки між підприємствами. Європейський банк реконструкції та розвитку провів оцінку і визначив, що регіони, в який ведуться або були в останній час активні бойові дії, виробляють до 60 % продукції, що формує ВВП України. Відтак, прямим є негативний вплив війни та руйнувань промислових обєктів сходу та півдня на обсяги виробництва і реалізації продукції в Україні [4]. Якщо зробити спробу відійти від географічної ознаки та розглянути потенціал релокації промислового виробництва, це стає неможливим через низьку розвиненість індустріальної інфраструктури та брак кваліфікованого персоналу у центральній Україні і її західних регіонах.

Рис. 1.
Обсяг реалізованої промислової продукції в Україні за 2014-2022 рр., млн. грн. [8]

Умови сьогодення та економічні наслідки останніх подій точно відображені на графіку динаміки промислової продукції в Україні. Скорочення у 2022 році має бути стабілізоване, адже робота промисловості надає доходи державі та сприяє стабілізації добробуту населення. Підприємства промисловості в Україні обмежені внутрішнім ринком та прямою залежністю

від сировини, тому умови їх роботи економічно нестабільні. З метою допомоги промисловому сектору важливо звернутися до її реструктуризації та сприяти нарощенню доданої вартості через державну підтримку стратегічних галузей, стратегічних технологій і забезпечення промислового ринку сировиною та матеріалами для їх нормальної роботи.

На рис.2 представлено структуру обсягів реалізації промислового ринку України у 2022 році. Переважною є переробна промисловість, вона займає 53,6% у структуру обсягів реалізації промислового ринку України. Видобувна промисловість має тільки 14% у структурі промислового ринку України, проте експортна частина доходів України та її промислового сектору суттєво формується самец им сектором.

Рис. 2.

Структура обсягів реалізації промислового ринку України у 2022 році, % [5]

У структурі промисловості на ринку України суттєве місце має енергетика, як для експортної частини доходів, так і для внутрішнього ринку. В останній час складно сказати про розвиток енергетичного сектору промисловості, оскільки він постраждав наразі найбільше. Проте, його стратегічна важливість для України не втрачається, а ще більше загострюється, а тому варто мати правильний шлях її фінансової підтримки вже сьогодні.

В цілому, можемо сказати, що промисловий ринок України показав рекордні падіння. Це видно за ключовими макроекономічними показниками. Так, у 2022 році ВВП знизився на 29,2%. Обсяги його скорочення, насправді, є меншими від прогнозів експертів. Цьому посприяла ефективність реалізації угоди щодо зерна за посередництва ООН. Також позитивним стало повернення близько 4 млн. мігрантів. Це сприяло зростанню ділової активності активність у 3 кварталі 2022 року. Однак, в кінці 2022 року були атаки на

електроенергетичну інфраструктуру. Через збої в роботі маємо скорочення ВВП на 31,4% порівняно з минулим роком за останній кварталі 2022 року.

ЄБРР наголошує на тому, що основаною із проблем українського ринку є профіцит рахунку поточних операцій України, що становив 5,7% від ВВП у 2022 році. Через надходження грантів частково компенсовано зростання дефіциту торговельного балансу, який сягнув рівня 16% ВВП. Так, річний експорт втратив третину свого обсягу, тоді як імпорт втратив тільки 4% ВВП (рис. 3).

Рис. 3.
Обсяги виробництва промислової продукції в Україні та частка її продажу за кордон, млн. грн., 2022 р. [5]

Отже, можемо відзначити, що частка продажу промислової продукції за кордон є малою, однак, за скорочення загального промислового виробництва ціклом зрозумілим є зростання внутрішньої потреби ринку у споживанні промислової продукції. Наявність торгівлі за умов війни - це вже непоганий показник можливого нарощення потенціалу промислового ринку.

Також проаналізовано експертні, аналітичні оцінки змін на ринку промислової продукції та визначено динаміку доходів промислових підприємств за секторами в 2022 році. **Аналітичні дані свідчать, що тисяча найбільших підприємств протягом 2022 року заробили доходів майже на 6 трильйонів гривень. Більшість з таких належать до галузей паливно-енергетичного та аграрно-промислового комплексу. Більшість підприємств складають компанії із 15-30 річним досвідом.** Ринок в Україні досить розшарований. Найбільші підприємства надають понад половину загального обсягу доходів усіх підприємств країни.

Найбільшими за чисельністю секторами великого бізнесу виявились: нафтогазовий сектор, харчова промисловість, електроенергетика, сільське господарство. Більше 50 підприємств серед найбільших за виручкою працює у таких галузях: оптова та роздрібна торгівля, хімічна промисловість, металургія. Зазначимо, що коксохімічна промисловість, тютюнове виробництво, вугільна галузь, металургія, не зважаючи на відносно нижчу кількість великих підприємств, мають значно вищі рівні доходів у розрахунку на одне підприємство. А от базовою основою великого промислового підприємництва в України досі залишаються галузі, що використовують природні ресурси. Попри явне зростання ролі сфери інформаційних технологій, секторальний профіль і експортну спеціалізацію України досі визначають агрокомплекс та харчову промисловість, а також такі важкі індустрії як: металургія, хімічна промисловість та енергетика. Їх місце лишається суттєвим, незважаючи на вищу чутливість до негативних прямих і опосередкованих наслідків воєнних дій [6].

На рисунку 4 представлена динаміка індексу промислової продукції в Україні у 2022 році. За цим графіком можна побачити, що у 2022 році найбільше у промисловому виробництві постраждала важка промисловість, в тому числі виробництво металевих руд та металургія загалом, а також виробництво нафти і нафтопродуктів. Виробництво автотранспортних засобів має зростання – одна категорія з усіх зростає.

Рис. 4.
Динаміка індексу промислової продукції в Україні у 2022 році [5]

До 70% і трохи більше відсотків у динаміці зростання змогли забезпечити виробничі підприємства харчових продуктів, напоїв, текстильного виробництва, медикаментів. Це є свідченням того, що в умовах війни продукти та медикаменти мають попит для населення більше, ніж інші категорії, а от промисловість важка зупиняється через обмеження зовнішньої торгівлі. Виокремлюючи чинники, які негативно вплинули на загальну роботу підприємства в умовах воєнного часу, аналітики вказують на проблеми зі збутом продукції. До 30% опитаних

підприємств зазначали також проблеми із втратою постачальників, нестачу робітників через їхнє вимушене переміщення чи мобілізацію. Воєнний 2022-й рік негативно вплинув на найбільші компанії України. Попри номінальне зростання сумарних доходів, інфляційні процеси повністю його нівелюють і в реальному виразі фіксується спад ділової активності. При цьому найбільше зниження спостерігалось в доходах великих компаній сектору металургії, роздрібної торгівлі, автотрейдингу, транспорту, будівництва та нерудної промисловості. Проте, низці галузей вдалося навіть наростити виручку. Зростання доходів компаній України спостерігаються в енергетиці, нафтогазовій, вугільній промисловості [3].

Проаналізуємо структуру виробництва і реалізації промислової продукції в Україні. Харчова і добувна промисловості у 2022 році формують половину промислового ринку України. Харчова промисловість має близько 31% від загального промислового виробництва та реалізації. Важливе місце також займає металургія - 15% він загального обсягу. Всі інші галузі промислового виробництва розподіляють між собою 23% промислового ринку.

Рис. 5.
Структура обсягів реалізованої продукції ключових галузей промисловості України за 2022 р., % [7]

Порівняємо структуру промислового ринку у 2022 році із даними за 2021 рік. Отже, бачимо, що добувна промисловість не змінила обсягу свого виробництва. А от харчова промисловість має додаткові 6%. Обсяги переробної промисловості скорочені через пошкодження та руйнування значної частини активів ключових галузей – чорної металургії, хімічної, машинобудівної промисловості. Внаслідок цього скорочені їх частки у структурі промисловості, а натомість зросли частки менш технологічних галузей промисловості –

добувної, харчової, деревообробної. Тільки не втратила свої обсяги галузь машинобудування, яке залучилося підтримкою оборонного сектору [9].

Наразі важливим є відхід від сировинного напрямку розвитку, що вимагає системних дій держави щодо формування нової розвиненої структури промисловості. Важливо посприяти зростанню часток машинобудування, технологічних галузей харчової, фармацевтичної, хімічної та нафтохімічної промисловості, підгалузей добувної промисловості та кольорової металургії, які виробляють сировину для технологічних виробництв.

Рис. 6.
Структура обсягів реалізованої продукції ключових галузей промисловості України за 2021 р., % [7]

Підтримка з боку міжнародних інститутів наразі важлива як ніколи. Міжнародна фінансова корпорація (IFC) надає оборотний капітал підприємствам та допомагає підтримувати роботу торгових ліній України. IFC інвестувала загалом 95 мільйонів доларів США, включаючи вливання капіталу, щоб допомогти створити робочі місця, прискорити зростання технологічного сектору України та зробити свій внесок у забезпечення продовольчої безпеки за рахунок пошуку та експорту зерна з України. Багатостороння агенція з гарантій інвестицій (MIG) видала понад 116 мільйонів доларів гарантій Україні з початку війни. MIGA видало понад 116 мільйонів доларів гарантій Україні з початку війни. MIGA також співпрацює з ЄБРР для підтримки короткострокових гарантій фінансування торгівлі для України, щоб задовольнити гуманітарні потреби та допомогти зберегти такі галузі, як сільське господарство, одночасно забезпечуючи важливий імпорт, необхідний для виробництва [10]. Отже, важливо підтримати промисловість України, особливо її стратегічні напрями.

Сформулюємо найбільш негативні наслідки відсутності політики підтримки стратегічних галузей промисловості:

1. Відсутність системності при формулюванні завдань промислового розвитку та при розробці стратегічних документів у сфері повоєнного відновлення. Не слід допускати фрагментарності і неоднорідності масштабних проєктів у рамках національних програм.

2. Неефективне використання промислового потенціалу, допущення безперешкодного вивезення цінних критичних ресурсів з України. Такі дії пригнічують потенціал розвитку високотехнологічних галузей, які їх використовують. Зазначимо, що в Україні знаходиться 117 видів корисних копалин із загального списку 120 видів корисних копалин, що споживаються у світі. Однак, протягом багатьох років Україною імпортовано достатньо багато ресурсів, сировини для роботи промисловості (також і оборонної), в тому числі рідкоземельні метали, мінеральну сировину тощо. Це не може бути допущено надалі [3].

3. Також слід не допустити недостатньої оцінки важливості розвитку промислового сектору України у відновленні економіки після та під час війни. Особливо, коли проектуються інвестиційні механізми міжнародної фінансової допомоги [6].

На сьогоднішній день найбільші обсяги фінансової підтримки від міжнародних організацій спрямовуються до оборонних, гуманітарних, інфраструктурних проєктів, що визначені пріоритетними в умовах війни. Проте дослідження ОЕСР засвідчують, що розподіл допомоги зазвичай не має суттєвих відмінностей між мирними та поствоєнними країнами. Наприклад, у країни поствоєєні отримували до виробничого сектору тільки 8 % міжнародної допомоги. Проте, аналізуючи ефективність такої зовнішньої фінансової допомоги, цікавим є її результативність для відновлення економіки - кожен додатковий відсоток міжнародної допомоги сприяє зростанню економіки на 0,05–0,1 %. Наприклад, в програмі реконструкції після війни у балканських країн було закладено тільки 3% донорського фінансування на частку промислового сектору, що стало причиною слабких темпів повоєнного відновлення та спричинило загострення торговельного дефіциту, безробіття, спричинило поширення тіньової економіки [4]. Слід в такому разі зробити правильні висновки.

Висновки. Наразі перед українською промисловістю стоїть завдання вижити, вистояти під час воєнних дій, можливо змінити розташування підприємства, провести зміни в асортименті продукції. Тобто, дуже важливим є бути гнучкими до реалій сьогодення. На сьогодні важливим постає забезпечення повноцінної роботи промислового сектору. Виробництво і реалізація промислової продукції є одним із ключових чинників стійкості економіки у воєнний та післявоєнний період. Розвиток промисловості створює можливості не тільки стабілізувати внутрішнє виробництво, а й стримати інфляційні, валютні коливання, запобігти скороченню зовнішньоторговельного балансу, а також сприятиме зростанню податкових надходжень до державного й місцевих бюджетів.

Під час воєнного стану та в період після війни для ефективної роботи промислового комплексу важливим стає сприяння стабільній роботі наявного промислового комплексу і нарощення його потенціалу, зокрема шляхом релокації підприємств із регіонів з високим ризиком поширення воєнних дій. А надання цільової фінансової підтримки для відновлення виробництва, підтримання сталого логістичного забезпечення, формування альтернативних шляхів експорту та кредитна підтримка ключових галузей промисловості мають стояти в пріоритеті економічного плану країни.

BIBLIOGRAPHY

1. 10 Key Performance Indicators To Measure Your Sales Team's Success URL: https://www.forbes.com/sites/forbesbusinessdevelopmentcouncil/2019/07/29/10-key-performance-indicators-to-measure-your-sales-teams-success/?sh=2b4707024e11
2. 7 tekhnolohij dlia peremohy "u vijnakh majbutn'oho" - analitychnyj zvit CSIS URL: https://ukrainian.voanews.com/a/vijna-majbutnjoho/7056693.html
3. Hutsalenko L. V. Naukovi chytannia profesora Hryhoriia Herasymovycha Kirejtseva (do 90-richchia vid dnia narodzhennia). Zbirnyk tez dopovidej Vseukrains'koi naukovo-praktychnoi onlajn-konferentsii (m. Kyiv, 22 liutoho 2022 r.) / Za zah. red. Hutsalenko L.V. Kyiv: NUBiP Ukrainy, 2022., 407 s.
4. Diial'nist' vitchyznianykh pidpryiemstv pid chas vijny v Ukraini: doslidzhennia real'noho stanu ta potreb (lypen' 2022). – K.: Tsentr resursoefektyvnoho ta chystoho vyrobnytstva, 2022. – 23 s. URL: http://www.recpc.org/wp-content/uploads/2022/11/National_businesses_during-war_2022.pdf
5. Obsiah realizatsii promyslovoi produktsii v Ukraini URL: https://index.minfin.com.ua/ua/economy/trade/prod/
6. Posylkina O.V. Analiz diial'nosti pidpryiemstva: Navch. posib. / O. V. Posylkina, O. V. Kozyrieva, Ya. M. Derens'ka. – Kh.: Vyd-vo NFaU, 2019. – 398 s.
7. Problemy ta perspektyvy rozvytku stratehichnykh haluzej promyslovosti Ukrainy URL: https://niss.gov.ua/news/komentari-ekspertiv/problemy-ta-perspektyvy-rozvytku-stratehichnykh-haluzey-promyslovosti
8. Statystychni dani promyslovoho vyrobnytstva URL:https://ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2015/fin/fchpr/fchpr_u/arh_fchpr_ved_u.htm
9. Tysiacha ukrains'kykh kompanij, iaki otrymaly najbil'shyj dokhid u 2022 rotsi URL: https://youcontrol.com.ua/data-research/naybilshyy-dokhid-u-2022/
10. The World Bank In Ukraine URL: https://www.worldbank.org/en/country/ukraine/overview#3

II. EKONOMICZNE I POLITYCZNE SKUTKI GLOBALIZACJI
ECONOMIC AND POLITICAL EFFECTS OF GLOBALIZATION

Student:
Krzysztof Zdzieszyński
Specjalność: Informatyka
Opiekun naukowy:
Marian Urbanek, dr inż.,
Akademia Nauk Stosowanych Stefana Batorego, Skierniewice - Polska
murbanek@ansb.pl

BIOINTERNET – PROJEKT INNOWACYJNY

Słowa kluczowe: projekt inżynierski, świat roślin, biointernet, węzeł biointernetu
Key words: engineering design, world of plants, biointernet, biointernet node

Abstract: Replacing the language of biology with a digital language could be defined as the digitization of biological processes. The Biointernet system uses modern digital technologies and IT tools to collect, analyze, store and share data via the existing and generally available worldwide Internet network. The system can determine the plant's "well-being" very precisely. Image analysis and analysis of the spectrum of light absorbed and reflected from biological tissue are a mine of data about the well-being of plants. The RTC (real-time computing) class Biointernet system, capable of operating in real time on selected plant varieties in both greenhouse and ground conditions, is intended to enable measurements of biological processes occurring in plants, phenomena and external conditions, compare and analyze them using databases, regardless of geographical location.

Wstęp

W dążenia do zielonej transformacji i rozwoju kompetencji cyfrowych oraz poszukiwano obszaru badań do projektu Koła Naukowego na kierunku Informatyka w Akademii Nauk Stosowanych Batorego, podjęto się tego projektu. Wśród wielu propozycji studentów interesującym okazał się Biointernet. Podczas dyskusji na temat realizacji projektu inżynierskiego i możliwości studentów w tym zakresie postawiono podstawowe pytanie, czym jest Biointernet? Poszukując odpowiedzi, należy odpowiedzieć na kolejne pytania, które są w tym projekcie niezwykle ważne, a mianowicie, jakie informacje moglibyśmy uzyskać od świata roślin z zastosowaniem narzędzi informatycznych? Co rośliny miałyby nam do powiedzenia, gdyby udało się zinterpretować ich język wpisany w morfologię i zachowanie środowiskowe tak, aby stał się zrozumiały dla systemów informatycznych opartych na języku matematyki; algorytmach, zmiennych i funkcjach? Podjęto się realizacji projektu naukowego z zakresu zastosowań informatycznych do nadzoru winorośli i różnych roślin z ciepłej strefy klimatycznej, zasadzonych w tunelu ogrodniczym na terenie Akademii.

Biointernet

System Biointernet wykorzystuje nowoczesne technologie cyfrowe i narzędzia informatyczne do: gromadzenia, analizy, przechowywania i udostępniania danych poprzez istniejącą i ogólnie dostępną na całym świecie sieć Internet. Zamianę języka biologii na język cyfrowy można zdefiniować jako digitalizację procesów biologicznych. Czynniki takie jak: światło, wilgotność, temperatura powietrza i gruntu to wymierne dane, które jesteśmy w stanie pozyskać w bezpośredniej bliskości rośliny. Jej wzrost wyrażony w jednostkach miary, barwa liści i ich ilość oraz inne cechy, to zmienne regulowane według funkcji wzrostu i procesów biologicznych. Do badań cech biologicznych i czynników zewnętrznych można wykorzystać modele matematyczno-fizyczne. System może sam określić „samopoczucie" rośliny w sposób bardzo precyzyjny. Analiza obrazu i analiza spektrum światła wchłoniętego oraz odbitego od tkanki biologicznej to kopalnia danych o dobrostanie roślin. W podstawowych funkcjonalnościach systemu Biointernet jest to że:

1. System Biointernet klasy RTC (ang. *real-time computing)*, zdolny do działań w czasie rzeczywistym na wybranych odmianach roślin w warunkach tak szklarniowych, jak i w gruncie, ma za zadanie umożliwiać dokonywanie pomiarów procesów biologicznych zachodzących w roślinach, zjawisk i warunków zewnętrznych, porównywać je i analizować z wykorzystaniem baz danych, bez względu na położenie geograficzne.
2. Całodobowa kontrola warunków wegetacji upraw - zdalna kontrola zjawisk biologicznych roślin poprzez pomiar wilgotności powietrza i gleby, pomiar ilości światła słonecznego docierającego w ciągu dnia, kontrola mikroklimatu (regulacja temperatury i wilgotności powietrza) oraz czuwanie nad bezpieczeństwem upraw i inne.
3. Diagnostyka prewencyjna - dedykowane algorytmy (oceny „kondycji rośliny”) analizy obrazu rośliny do: identyfikacji chorób i pasożytów, prognozowania zagrożeń i działań ochronnych.
4. Koncepcja (idea) architektury systemu, której elementem funkcjonalnym systemu jest „Węzeł Biointernetu” – stanowiący autonomiczny system heterogenny o elastycznej, dostosowanej do potrzeb badawczych strukturze. Podstawowym elementem struktury będą: zespoły badawcze (ludzie oraz w zależności od potrzeb, aparatura badawcza), infrastruktura IT (komputery, oprogramowanie, bazy danych, sieci telekomunikacyjne, urządzenia mobilne, …), ale także urządzenia peryferyjne (do obsługi urządzeń pomiarowych i kontrolnych w węźle).

Tworzenie węzłów to nic innego jak tworzenie sieci Internetu roślin, położonych w różnych częściach globu ziemskiego. Węzłami Biointernetu mogą być również inne dostępne (już istniejące) w globalnej sieci projekty. Np.: systemy zintegrowanej kontroli, systemy monitorowania na skalę międzynarodową, producenci rolni, a także producenci osprzętu dla rolnictwa i projekty komercyjne, co możemy zaobserwować na Rys.1.

Rysunek 1.

Przykład możliwych węzłów Biointernetu

Źródło: opracowanie własne w CANVA.

Przechodząc do obszarów i korzyści płynących z zastosowania Biointernetu można wskazać to jako narzędzie, dzięki któremu będzie można poszukiwać nowe metody dla adaptacji odmian roślin uważanych za egzotyczne, trudnych w uprawie lub jeszcze zupełnie nieznanych. Pozwoli to na zwiększenie plonowania tych odmian, uważanych obecnie za w pełni poznane. Przechodząc do informatycznej odpowiedzi na globalne zmiany klimatu wiadomo, że zmiany klimatu wpływają na warunki środowiskowe, co za tym idzie tworzą szansę na wzrost i plonowanie odmian niewystępujących w naturalnych warunkach. Możliwość pozyskania informacji wprost ze „źródła" wydaje się być jednym z największych atutów Biointernetu. Trzeba zwracać też uwagę na bezpieczeństwo narodowe. Wiele państw kładzie duży nacisk na politykę rolną, dostęp do żywności i bezpieczeństwo żywnościowe jako elementy swojej polityki bezpieczeństwa narodowego. Biointernet ma szansę stać się ważnym narzędziem w zwiększeniu produkcji żywności oraz w uniezależnieniu się od jej importu. Żywność i bezpieczeństwo narodowe są ze sobą ściśle powiązane, ponieważ dostęp do żywności jest fundamentalny dla dobrobytu i zdrowia obywateli. Biointernet pozwoli na prowadzenie różnorodnych upraw w zbliżonych do naturalnych warunków. Zdrowa żywność to zdrowe żywienie, które ma ogromny wpływ na zdrowie ogólnokondycyjne, zarówno fizyczne, jak i psychiczne. Właściwa dieta może pomóc w prewencji wielu chorób i wpłynąć na jakość życia. Dlatego warto dbać o to, co jemy oraz stosować zrównoważoną i różnorodną dietę.

Korzyści możemy też osiągnąć w ekonomii i ekologii, bo rolnictwo oparte na nowoczesnych systemach upraw może mieć ogromny wpływ na gospodarkę i zatrudnienie. Efektywna produkcja żywności i zrównoważone praktyki rolne są istotne zarówno z punktu widzenia gospodarki, jak i dobrobytu ludności. Ludzie są nierozłączną częścią ekosystemu i mają istotny wpływ na środowisko naturalne. Jednocześnie są uzależnieni od ekosystemów do przetrwania i dobrobytu. Biointernet to doskonałe narzędzie dla gospodarki opartej na zdrowych zasadach ekologii.

Osiągnięcia dotychczasowe w projekcie

W tunelu ogrodniczym[1] (w ramach współpracy Instytutów) po przygotowaniu gleby do posadzenia roślin, zakupiono sadzonki, których wegetacja w krótkim czasie przyniosła bardzo dobre wzrosty. Wykorzystano uprawę szklarniową w tunelu ogrodniczym do realizacji projektu pierwszych podstawowych instalacji urządzeń kontrolnych i regulujących, Rys. 2.

Rysunek 2.

Tunel ogrodniczy w Akademii Nauk Stosownych Stefana Batorego

Źródło: własne archiwum.

Organizacja bezpośredniego otoczenia uprawy i przystosowanie infrastruktury do celów badawczych z wykorzystaniem nowych odmian winorośli, które w pełni się zaaklimatyzowały. Owocowanie niewystępującej w naturalnych warunkach w Polsce odmiany figowca pospolitego. Nowe pomysły

[1] Własność Instytutu Ogrodnictwa w Kolegium Medyczno-Przyrodniczo-Technicznym.

na kolejne projekty. Tworząc tak skuteczne i innowacyjne narzędzie pracy jak Biointernet, umożliwi ono prowadzenie dalszych prac badawczych i projektowych do tej pory uważanych za nieosiągalne i to w wielu różnych dyscyplinach naukowych. Budowa sieci wiązać się będzie z opracowaniem serwerów i budową baz danych, ich zarządzaniem, w konsekwencji może doprowadzić do powstania, nowych, kolejnych projektów o znacznie większym stopniu złożoności oraz specjalizacji. Znaczenia nabiera też zbieranie i archiwizacja danych cyfrowych oraz budowa odpowiedniej bazy danych, czy pomiary procesów biologicznych z wykorzystaniem specjalistycznych urządzeń oraz pełna informatyzacja w naszym tunelu. Docenić też należy korzyści płynące z tego projektu dla Akademii, to możliwość wykonywania przez studentów projektów inżynierskich, mogą to być też projekty, które zainteresują pracowników ANSB, jako integrujące społeczność akademicką. Ważna jest promocja Akademii poza granicami Polski, co miało już miejsce podczas wyjazdu studenta do Armenii, co potwierdza Rys.3.

Rys. 3.

Zdjęcie z wizyty studyjnej w Uniwersytecie Rolniczym Armenii

Źródło: własne archiwum.

Wyjazd studenta do Armenii był niezwykle owocny w uzyskaniu informacji nt. upraw winorośli w tamtym regionie świata, a także naoczny widok warunków klimatycznych tam panujących. Przede wszystkim ważne było nawiązanie współpracy w zakresie zainteresowań Bioiternetem.

Czy to pierwszy węzeł Biointernetu na świecie?

Na dzień dzisiejszy nie posiadamy pewnej wiedzy o prowadzonych innych, podobnych projektach, staje się więc uzasadnionym użycie terminu: „Pierwszy węzeł Biointernetu na świecie". Sam projekt ma charakter naukowy i ewentualne odkrycie istnienia analogicznych projektów, stanie się jedynie okazją do wymiany doświadczeń i zawiązania współpracy. Stawiamy sobie za cel, aby zbudować wspólnie kolejne węzły Biointernetu. O ile sam projekt techniczny opiera się na pracy informatyków, to nawiązywanie i podtrzymywanie współpracy pomiędzy różnymi instytutami nie tylko w Polsce,

ale w całym świecie, poprzez zarządzanie projektami, organizacją konferencji itp. daje szansę wszystkim studentom, bez względu na kierunek studiów, na pełne zaangażowanie oraz pozwoli wypromować Akademię Nauk Stosowanych Stefana Batorego w Polsce i poza jej granicami. Zapraszamy wszystkich chętnych do współpracy.

Podsumowanie

Świat roślin pozostaje szerokim polem badawczym, w znacznej mierze po dziś dzień jest wciąż tajemniczym i niezbadanym, dlatego projekt Internetu roślin będzie realizowany w przyszłości i wraz z postępującą robotyzacją i postępem technologii informatycznych wzbogacał się będzie, o co raz to nowe narzędzia i znajdował nowe zastosowania. Wielkim przełomem w dygitalizacji świata roślinnego będzie mieć postęp w podbojach kosmicznych i rodząca się potrzeba uprawy roślin na stacjach orbitalnych oraz w dalszej perspektywie, na innych planetach naszego Układu Słonecznego. Być może jego naturalną kontynuacją stanie się w niedalekiej przyszłości „Internet Zwierząt", ale obecnie skupiamy się na Biointernecie roślin.

Summary

The world of plants remains a huge research field, still largely mysterious and unexplored to this day, which is why the Internet of Plants project will be implemented in the future and, along with the progress of robotics and the progress of information technologies, it will be enriched with new tools and find new applications.

A great breakthrough in the digitization of the plant world will be the progress in space conquests and the emerging need to grow plants on orbital stations and, in the longer term, on other planets in our solar system.

Perhaps its natural continuation will be the Internet of Animals in the near future?

BIBLIOGRAFIA

1. Calvo P., Gagliano M., Souza GM & A Trewavas (2020) Plants are intelligent, and here is how. Annals of Botany (https://academic.oup.com/aob/article/125/1/11/5575979)
2. Parise AG., de Toledo GRA, Oliveira TFDC, Souza GM, Castiello U, Gagliano, M & M Marder (2022) Do plants pay attention? A possible phenomenological-empirical approach. Progress in Biophysics and Molecular Biology https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0079610722000530?via%3Dihub
3. Szomburg J., i in. (red.) (2022), Sens i drogi do zielonej transformacji w: Wolność i Solidarność; nr 90, Instytut Badań nad Gospodarką Rynkową, Gdańsk.
4. https://state-of-the-union.ec.europa.eu/state-union-2022/state-union-achievements/leading-green-transition_pl

Student:
Нели Симеонова
Neli Simeonova
Ръководител: Проф. д-р Слави Димитров
The supervisor:
Prof. Slavi Dimitrov, PhD
Великотърновски университет „Св. Св. Кирил и Методий“, България
„St. Cyril and St. Methodius“ University of Veliko Tarnovo, Bulgaria

ПОДХОДЯЩИЯТ БАЛАНС: ВЪЗМОЖНОСТИ И ПЕРСПЕКТИВИ ЗА РАЗВИТИЕ НА МЕЖДУНАРОДЕН ТУРИЗЪМ НА О-В КРИТ

APPROPRIATE BALANCE:
OPPORTUNITIES AND PERSPECTIVES FOR THE DEVELOPMENT OF INTERNATIONAL TOURISM IN CRETE

Abstract: The island could satisfy the sunbather no less than the historian, the archaeologist, the botanist and the photographer. Long stretches of the northern coast are built up with tourist sites and are no different from other beach meccas around the world, but the rocky southern coast is difficult to access and this significantly limits construction. The mountain villages inland are much the same as they have been for the last few centuries and it is there that the abundance of Greek hospitality is found. The island of Crete is the island of Zorba the Greek and of his creator, the novelist Nikos Kazantzakis. Zorba is the exact embodiment of the proud fiery spirit of the Cretans and their love of life.

Key words: Crete, Tourism, Geography, Chania, Rethymnon, Heraklion

ВЪВЕДЕНИЕ

Туризмът на о-в Крит играе водеща роля в стопанството на района и страната. Туризмът в Крит определено е по-развит в северната част на острова. Цялото северно крайбрежие, от Кисамос в Западен Крит до Сития в източен Крит, има хубави семейни курорти с хотели край плажа, апартаменти на самообслужване, традиционни таверни и центрове за водни спортове. Туризмът на о-в Крит от южната страна е по-слабо развит и по-тих. Градовете от южната страна са по-малки и плажовете не са пренаселени. Нудизмът често се практикува в такива уединени заливи в южен Крит, регион, който предлага пълно уединение и релакс. Големият размер и разнообразието на този гръцки остров дават много възможности за целогодишен и алтернативен туризъм в Крит. Дивата природа на острова дава безброй възможности за туризъм и катерене. Алтернативният туризъм в Крит също може да варира от екстремни спортове до културни разходки. Ваканциите в Крит са страхотни за всички възрасти и всякакви предпочитания.

Предмет на изследване е международният туризъм на о-в Крит, *обект* на изследване са възможностите за развитие на туризъм в тази туристическа дестинация, а *целта* е да се анализира състоянието, възможностите и перспективите за развитие на международен туризъм на о-в Крит. Използвани са теоретичния анализ и синтез, историографски метод и др.

ИЗЛОЖЕНИЕ

Крит (на гръцки: Κρήτη; на латински: Candia; на турски: Girit) е една от тринадесетте административни области на Република Гърция. Той е най-големият гръцки остров с площ от 8 336 км², и петият по големина в Средиземно море, като на него е най-южната точка на Гърция.

Той е дълъг и тесен, общо 249,5 км от единия до другия край, а в най-тясната си част е едва 12 км. Тук е най-дългото дефиле в Европа, в о. Крит има високи планински вериги и стотици прекрасни плажове, там се намира и една от най-големите исторически забележителности в Гърция – Кносос.

Районът от своя страна е разделен на 4 по-малки области, наречени номи. От запад на изток те са Ханя, Ретимно, Ираклион и Ласити. Най-големият град е Ираклион, който е и столицата. Други важни градове на Крит са Ханя, Ретимно, Перама, Вамос и Агиос Николаос.

Крит има важно за Средиземноморието местоположение. Отдалечен е на 110 км от Европа, 175 км от Азия и 300 км от Африка. Населяван от древни времена, той разполага с многообразни исторически и географски забележителности, поради което островът е известна туристическа дестинация.

Минойската цивилизация (2600 - 1400 пр. Хр.), зародила се и развила се на Крит, е считана за една от първите големи европейски цивилизации. Нейните паметници могат да се видят в археологическите обекти Кносос, Петрас, Русолакос, Фестос, Гортина и др.

През Средновековието островът е част от Венецианската република. Крепостни стени и сгради, построени по времето на владичеството на тази средиземноморска държава, днес са запазени в градовете Ираклион, Сития, Ханя, Ретимно.

От всички гръцки острови, той е най-близо до Северна Африка. Остров Крит е с население от 623 666 жители (2022 г.), има площ от 8 336 км², а гъстотата на населението му е 75 д/км². Той е продълговат с дължина от изток на запад 260 км и ширина, която варира от 12 до 58 км. Бреговете му с дължина 1 046 км са силно разчленени, като в тях са оформени дълбоки заливи – Кисанос, Ханя, Суда, Алмирос, Ираклио, Малия, Мирабелос и др. на северното крайбрежие, а на южното е широкият и отворен към Средиземно море залив Месара и по-малките Агиос Румели, Финикия, Лутро и Плака. Полуостровите са дълбоко вдадени в морето – Родопос, Акротири, Сидерос. Северно от него са разположени остров Дия и групата

Дионисиада, а южно – островите Куфониси, Гайдурониси, Паксимадиа, Гавдопула и Гавдос (най-южния гръцки остров).

Остров Крит има планински релеф с няколко ясно оформени масива. От запад на изток те са: Лефка Ори (връх Пахнес – 2454 м), Кедрос (1777 м), Ида (тук е най-високата точка на острова, връх Иди или Псилорити – 2456 м), Кофинас (1231 м), Дикти (2085 м), Триптис (1476 м) и Орнос (819 м). Крайбрежните равнини са незначителни, като най-голямата от тях е Масарската, разположена на южното крайбрежие и е житницата на Крит (Gerard, 2015).

Между масивите са оформени широки долини, в които текат реките Гиолирос, Апоселемис, Анаподанс и Кутсулидис. Реките на острова са къси и пълноводни.

Климатът на о-в Крит е изпълнен с крайности- средиземноморски със значителни валежи през зимата и високи температури през лятото. Крайбрежното островче Гавдос е най-южната точка в Европа, а Крит, всъщност е по на юг, отколкото някои места в Северна Африка (напр. Тунис и Алжир). На крайбрежието средната януарска температура е 12°C, а средната юлска - 26°C. В разгара на лятото температурите достигат над 38°C. Годишната сума на валежите варира от 600-700 мм по крайбрежието до 1000-1600 мм в планините.

Растителността на Крит е съставена предимно от вечнозелени гори от дъб, бор, кипарис и храсти (маквиси), които заемат само 2% от територията на острова. Най-високите части са покрити с пасища. В равнините и предпланинските части се отглеждат маслина, портокал, смокиня, лоза.

Островът е известен с производството на мед и винената си традиция. Продуктите на Крит са особено известни с отличното си качество, пример за това е вкусния и лековит зехтин, наречен още „течното зелено злато на о-в Крит“. Според археолозите маслиновото дърво е култивирано преди 6 хиляди години, а местните жители се научили да добиват зехтин преди 2500 години. В онези далечни времена зехтинът е продукт от първа необходимост и не е случайно, че днешните гърци могат да се похвалят с най-ниско ниво на сърдечно-съдови заболявания. Критската диета се основава на традиционни критски продукти, по-специално зехтин, риба, сирене и голямо разнообразие от плодове и зеленчуци. Той е неразделна част от средиземноморската диета и предлага дълголетие и добро здраве. Ястията винаги са придружени от уникалното критско вино или цикудия (местната напитка).

Разработват се находища на манганова руда, азбест и гипс. С най-голямо значение са кожарската, хранителната и сапунената промишленост (Willett & Bain & Clark & Hannigan & Hellander & Oliver, 2004)

От векове о-в Крит е запазил своя автентичен характер и богата култура. Именно поради изолацията на острова от останалата част на Гърция и венецианските влияния той е запазил

много от оригиналните си характеристики в езика, храната, изкуството и музиката (Buhalis, 2001).

Независимо дали в своята митология или физическо съществуване, туризмът е оказвал влияние върху гръцката цивилизация през цялата история. В литературата се съобщава, че чужденците са били осветени и смятани за свещени в древна Гърция. Ксений Зевс, бащата на боговете, също бил считан и за бог на гостоприемството, който защитавал чужденците и вдъхновявал местните да се грижат за своите посетители (Preuss, 2008). Олимпийските игри, възникнали през VII-ми в. пр. Хр. в Олимпия, Гърция, днес не само се смятат за най-голямото и най-престижното мегаспортно събитие в света, но най-важното е, че събитието се възприема като катализираща сила в стимулирането на туризма (Tsiotsou & Gouri, 2010).

И през XXI в. туризмът продължава да има важно значение в гръцката икономика особено по време и след неотдавнашната икономическа рецесия (Papatheodorou & Arvanitis, 2014). Кризата от 2008 г. засегна всички сектори на икономиката, включително и туризма (Galanos, 2013). В края на 2009 г. рейтинговите агенции (Fitch, Standard and Poor's, Moody's) започнаха бързо да понижават рейтинга на страната и частните чуждестранни потоци спират (Hyppolite, 2016). Тези бедствия засегнаха местния туризъм, а самият Крит, като най-големият гръцки остров бе застрашен от дълговата криза. Въпреки финансовите трудности, туризмът в Крит никога не престана да бъде мощен принос както в регионалната, така и в националната гръцка икономика (Butler, 2014). Правителството показва силна воля за развитие и иновации в рамките на туристическата индустрия в района.

Годишното проучване на профила на статистически турист, посещаващ Крит, предоставя интересни данни за хората, идващи на острова. Тези проучвания се провеждат, за да се оцени туристическият трафик и да се разгледат по-отблизо нововъзникващите тенденции и възможните промени в туристическото поведение. В проучване, проведено през 2022 г., получените резултати са сравнени с последния предпандемичен сезон, т.е. 2019 г.

Изследването се проведе от Туристическата обсерватория на Западен Крит и се координира от Департамента по икономика и управление на Средиземноморския селскостопански институт в Ханя и в сътрудничество с Техническия университет на Крит. Обсерваторията работи повече от десетилетие по инициатива на Съюза на хотелиерите в Ханя. Проучването анализира пристигащите и поведението на чуждестранните туристи с данни от Службата за гражданска авиация и Fraport-Greece, която управлява летище Ханя.

Общия брой туристи, пристигнали на летище Ханя между януари и ноември 2022 г., регистрира рекордните 1,3 милиона души, което означава, че в сравнение с 2019 г. има 13% ръст. Анализирайки по-подробно данните, може да се види, че най-голямо увеличение е регистрирано при туристите от Германия (+68%), Великобритания (+30%), Полша (+20%) и

Дания (+17%). По-малко туристи идват от Австрия (-23%), Кипър, Белгия и Холандия (и двете -14%). Най-значителен спад обаче е регистриран при туристите от Норвегия (-30%) и Швеция (-21%). Като цяло се наблюдава спад от над 10% в броя на скандинавските туристи, които през 2013-2019 г. представляват половината от всички туристи, посещаващи Крит. През 2022 г. скандинавците са 37% от всички туристи (Hellenic Statistical Authority).

Отделна група, която не е избрала за почивка о. Крит през 2022 г., са руснаците. В предишните сезони по брой пристигнали те са на 4-то място, достигайки ниво от 270 000 пристигания през 2019 г. Въвеждането на санкциите доведе до спад на руските туристи, което се компенсира с по-голям брой туристи от Западна Европа. На първо място са британците (19%), следвани от датчаните (13%) и германците (12%), шведите (9%) и норвежците (9%). Следват поляците (8,5%), италианците (4%), французите (3%) и белгийците (3%).

Интерес представлява и статистическия профил на туриста. През 2022 г. броят на туристите на възраст 35-64 години се е увеличил до 55%. През 2020 и 2021 г. има много по-малко туристи и предимно по-млади хора посещават Крит. Шест от всеки десет туристи декларират, че са женени, а всеки трети е необвързан.

Нивото на образование на чуждестранните туристи, посещаващи Крит, е много високо. Цели 75% от гостите са с висше образование, а средният им доход варира от 70 000 до 80 000 евро. Такова високо средно ниво на доходите се дължи на факта, че много граждани на Великобритания и Германия идват на острова, както и на САЩ, Канада и Австралия, т.е. страни с висок профил на доходите. Това води до 15% увеличение на средните разходи, направени по време на пътуване в сравнение с 2019 г. Докато гостите от САЩ, Канада и Австралия харчат повече пари за пътуване, скандинавските гости и тези от Централна и Източна Европа и Великобритания харчат повече пари за консумация на храна.

Забелязват се и нови тенденции при избора на възможности за настаняване. Туристите са по-склонни да избират настаняване в Ханя, но и районът на Кисамос става все по-популярен. Най-значим е спадът в процента на посетителите, избрали формулата „ол инклузив“. Увеличава се обаче броят на чуждестранните туристи, които са се възползвали от краткосрочни наеми като Air BnB за почивката си. Цели 15% от посетителите в Крит миналата година са избрали тази форма на настаняване.

В процентно съотношение хотелите все още остават водещи в предпочитанията на туристите, като повече от половината от тях ги избират. Освен това 2/3 от тази група избират 4- и 5-звездни хотели. Разнообразието от места за настаняване води до 90% от посетителите да заявят, че са много доволни от услугите на местата за настаняване. Друго потвърждение, че Крит все повече се превръща в място за независими туристи, е голямата разлика, която се забелязва в начина на резервиране на настаняване и организиране на свободното време.

През 2022 г. средната продължителност на почивките в Крит е 9 дни, което е с един ден повече в сравнение с 2019 г. Интересна тенденция е и намаляването на броя на семейните почивки с деца. Повече от половината чуждестранни посетители идват до острова само с половинките си.

Чуждестранните туристи често решават да наемат кола и да разгледат острова. Струва си да се отбележи обаче, че повечето от наемателите идват от САЩ/Канада, Австралия и Централна Европа или Великобритания и Ирландия. Местният транспорт се използва по-често от туристи от Източна Европа, което се свързва с ниския профил на доходите, както и със значителното увеличение на цените за коли под наем в Крит.

Местата, избрани главно от посетителите, не са изненадващи. Най-популярните плажове са Елафониси, Балос и Фаласарна. Интересното е, че повечето от посетителите на тези плажове също виждат необходимостта от въвеждането на устойчиво управление. Претоварването се забелязва с просто око и тези плажове, въпреки красотата и уникалността си, се губят под натиска на тълпите. Също толкова значителен брой туристи посещават и манастири, музеи и археологически обекти.

За щастие посещението на острова с кола не е единствената форма на занимание, избрана от чуждестранните гости. Почти всеки посочва плуването като любима форма на занимание и прекарване на времето. Четирима от всеки десет туристи също са избрали разходка с лодка и туризъм. Гостите също често се възползват от възможностите за гмуркане в спокойните води на Средиземно море. 20% от посетителите на Крит се интересуват от посещение на местна агротуристическа компания, 10-15% посещават пещери, от които има много на острова. Някои хора също участват в работилници по грънчарство или уроци по приготвяне на местни ястия, катерене, колоездене и конна езда, риболов или сафари с джипове.

Почти всички чуждестранни туристи заявяват, че са останали много доволни от посещението си на о-в Крит. Основната причина, поради която туристите посещават Крит, са предимно плажовете (68%). Това по-скоро не е изненадващо, защото в този район има най-известните и красиви плажове като Балос, Елафониси или напоследък все по-популярния Фаласарна. Освен с тези три плажа, Крит може да се похвали и с много други, които не са лишени от красота. В допълнение към плажовете, качеството на настаняването (46%), възможностите за отдих и почивка (43%), красотата на пейзажа и природата (40%) са важни. Местната кухня (37%) и любезността и гостоприемството на жителите (32%) също са оценени.

Чуждестранните гости също ценят местните продукти. Сред тези, които най-често се помещават в техните кошници е зехтинът с отлично качество. Освен него туристите охотно посягат и към местните вина, мед и сирена. Те също така с удоволствие купуват местни плодове и зеленчуци, както и прясно изцеден портокалов сок. Местните билки и подправки са

много популярни. Туристите също все повече посягат към местните алкохоли, т.е. раки/цикудия.

Посетителите са много доволни от чистотата на плажовете и зоните за къпане, както и от плажната инфраструктура. Няма как да бъде другояче, тъй като в Крит всяка година около 120 плажа получават престижната награда Син флаг. Туристите също оценяват високото ниво на сигурност на острова (90%). Близо 80% са доволни от културни забележителности, паметници и наличието на спомагателни услуги (напр. достъп до банкомати и др.).

Разбира се, туристите виждат и слабите места на дестинацията, например състоянието на пътищата и маркировката, събирането на отпадъци и широкото използване на пластмаса също са особено силно критикувани.

Честотата на автобусите и тяхната точност нанася тежки удари по общия рейтинг. В Ханя, например, тежкият трафик и масовата липса на места за паркиране са посочени като един от основните проблеми. Миналата година се отчита голям проблем с колите под наем и липсата на таксита. Отрицателните мнения също се отнасят и до изоставените сгради в Ханя, бездомните хора и явлението просия, силно изявено особено в туристическите райони.

С правилно управление и стратегия, о-в Крит може да развие успешен и устойчив международен туризъм и да се възползва от своят потенциал като туристическа дестинация. Някои от важните възможности за развитие включват: Диверсификация на пазарите и туристическия продукт; Развитие на съвременни видове туризъм (устойчив, културен, приключенски, бизнес, конферентен туризъм и др.); Развитие на туристически партньорства и сътрудничество с туроператорите; Инфраструктурни инвестиции; Подобряване качеството на услугите и обучение на персонала; Инвестиции в технологични иновации и цифров туризъм; Целеви и креативен маркетинг; Пазарен анализ. С правилна стратегия и устойчиво управление, Крит може да развие международен туризъм, който да подкрепя икономическия и социален растеж на острова (Galanos, 2013).

Крит оставя незабравими спомени, по което и време на годината да решите да го посетите и разбира се туристите имат своите предпочитания.

Агиос Николаос е едно от най-известните места на о. Крит. Разположен е в залива Мирабело, където и до ден днешен са се съхранили автентични стари къщи. Агиос Николаос се състои от две части: рибарско пристанище и вътрешно пристанище в самия град, което всъщност не е залив, а езеро. Легенди разказват, че в него се къпела самата богиня Атина Палада. В древността Агиос Николаос е процъфтявал като пристанище на града държава Лато, разположен навътре в сушата. Остава пристанище и по време на венецианците, нарекли го

Агиос Николаос (Св. Никола) на името на църквата, построена през X-XI в. Другото му име е „Мирабело“ (на италиански „красива гледка“).

Покрай пристанището има заведения, магазини, кафенета и таверни, които се посещават ежедневно от местните жители и туристите. В източния край на града има малък плаж и кейове, както и няколко ресторанта. Недалеч от автобусната спирка в западния край на пристана е църквата „Богородица с Младенеца“ от XII в. – един от многото примери за „съжителство“ между съвременност и древност на о-в Крит.

Вътрешното пристанище или Вулесмени, е известно като Бездънното езеро заради стръмния си бряг, а измерената дълбочина възлиза на 64 м, а край него се намира градският Етнографски музей, в който са изложени традиционните критски носии, образците на занаятите и народното изкуство от острова.

Основният град в Западен Крит- Ханя (известен и като Кандия) - е сред най-живописните селища на острова. Красивата му природа, оживеното пристанище, историческите му забележителности, пълният със стоки и хора пазар, интересните музеи и плажовете наоколо го превръщат в съвършения курорт.

На север са бляскаво сините води на Критско море, а на юг се простира планинската верига Лефка Ори или Бялата планина, гръбнак на тази част на острова. Ако изберете внимателно кафенето на крайбрежната улица, ще виждате и покритите със сняг планински върхове, и лазурното море. На места по крайбрежната улица има високи красиви къщи, наподобяващи атмосферата във Венеция.

Пристанището е отражение на венецианската епоха в Ханя и същото важи и за възстановената крепост Фиркас. В една от кулите се помещава Военно-морския музей с колекция от модели на кораби, подводници и лодки, както и с многобройни разкази за морски битки във водите край брега. Интерес привлича и Историческия музей, намиращ се в югоизточния край на града.

Ретимнон е с население от 25 000 души и е третият по големина град в о. Крит. Той създава усещането за умалена, туристически наситена разновидност на гр. Ханя, с архитектура, в която ясно се открояват венецианското и турското влияние, подчертана с традиционната критска култура.

Отличителна забележителност в града е сградата Фортеца, венецианска крепост, построена през 70-те години на XVI в., за да отблъсква нападенията на пиратите и да държи под око османците, които набирали все по-голяма мощ. Фортеца се смята за най-голямата венецианска крепост строена някога, като състоянието й е добро и сега. Срещу входа на Фортеца се намира някогашният затвор, където днес е Археологическия музей. Животът в

стария град е разположен около фонтана „Римонди“ в единия край на оживената главна улица, сред кафенета и магазини.

На около 23 км югоизточно от Ретимнон, сред невероятната природа в началото на планинската клисура и овощните градини, се издига Аркадийският манастир от XVI в., който задължително трябва да включите в маршрута си.

Ираклион е петият по големина град в Гърция. Населяван е от времето на неолита и процъфтява като пристанище на минойското средище Кносос. През VIII в. венецианците го превземат и го превръщат в своя столица в Егейско море, като изграждат форт, който да отбранява пристанището. Фортът, който днес се издига там, е строен през XVI в., и заема важна място в историята на града. Той се превръща в център на съпротивата, когато през 1648 г. турците налагат на Ираклион обсада, продължила до 1669 г., когато венецианците се предават.

В южния край на пристанището има друга римска постройка- Арсеналът, изграден през XVI в. като място, където да се строи и поправя флотилията на Егейско море. Великолепните градски стени на Ираклион са от същия период. Дължината им е 3 км, опасват старата част на града и може да се видят от единия до другия край, при което се минава покрай няколко внушителни порти. При бастиона Мартиненьо в най-южния ъгъл на стените е гробът на Никос Казандзакис, като той бил погребан там по негово желание.

Кносос се намира на 5 км южно от Ираклион. Кносос е само една от безбройните исторически забележителности на о-в Крит. Останките от огромния царски минойски дворец в Кносос са една от най-известните забележителности в Гърция. Именно тук се заражда една от най-известните древногръцки легенди- за Лабиринта и чудовището, което го пази, Минотавъра. След като жената на Минос, родила звяр с глава на бик и тяло на мъж, царят затворил Минотавъра в лабиринт под двореца и го хранел с хора, принесени в жертва. С помощта на Ариадна, дъщеря на Минос, героят Тезей намерил Минотавъра и го съсякъл, като по този начин освободил Атина от потисническо робство (Gerard, 2015).

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Всичко казано дотук превръща о-в Крит в уникална по съществото си туристическата дестинация - дългите участъци от северното крайбрежие, които са застроени с туристически обекти и не се различават особено от други плажни меки по света са същевременно рай за любителите на тена, а труднодостъпното скалистото южно крайбрежие значително ограничило строителството, привлича любителите на дивото и авантюристките приключения.

Планинските села във вътрешността са почти същите, каквито са били през последните няколко века и именно там се вижда основна черта на народа- изобилието на гръцкото гостоприемство. Остров Крит е и островът на Зорба Гърка и на неговия създател, белетриста

Никос Казандзакис. Зорба е точното въплъщение на гордия пламенен дух на критяните и на тяхната любов към живота.

Остров Крит предоставя значителни възможности за развитие на международния туризъм благодарение на своите природни красоти, богатата история и култура, вкусната гръцка гастрономия и спортни активности. Освен това, островът разполага със сравнително добра инфраструктура и се радва на мек климат през цялата година. Възможностите за развитие включват инвестиции в нови туристически обекти и акцент върху устойчивия туризъм. Подходящият баланс между запазване на природната среда и икономическо развитие ще бъде ключов фактор за успешното развитие на туризма в региона.

BIBLIOGRAPHY

Buhalis, D., & Laws E. (2001). Tourism Distribution Channels: Patterns, Practices and Challenges,co-editor, Thomson, London. [in English].

Galanos, G. (2013). The Greek Tourism Industry and the Challenge of the Economic Crisis. Greece's Horizons (pp. 131-145). [in English].

Gerard, M. (2015). National Geographic Traveler Greece - third revised edition. National Geographic Societ. [in English].

Hellenic Statistical Authority https://www.statistics.gr/ [in English].

Hyppolite, P. (2016). “Towards a theory on the causes of the Greek depression: An investigation of national balance sheet data (1997-2014)”, ELIAMEP Crisis Observatory and Center for European Studies, Harvard University, working paper. [in English].

Papatheodorou, A. & Arvanitis, P. (2014). Tourism and the Economic Crisis in Greece: Regional Perspectives, Region et Développement, 39: 183-2033 [in English].

Preuss, H. (2008). The Economics of Staging the Olympics. A comparison of the Games 1972-2008. Edward Elgar Publishers. [in English].

Tsiotsou, R., & Gouri, N. (2010). The effect of the Olympic games on the tourism industry of the host. Country Conference: Marketing and Management Sciences - The International Conference on ICMMS 2008. [in English].

Willett, D., & Bain, C., & Clark, M., & Hannigan, D., & Hellander, P., & Oliver. J. (2004). Greek Islands, Lonely Planet. [in English]

Students:
Deivina Jankauskaitė, Almantas Bružas, Ignas Jonikaitis
Specialty: Logistics management
Supervisor:
Klaipeda State University of Applied Sciences, lecturer Vida Žvinienė
Surname, academic title, University name
v.zviniene@kvk.lt

INTERNATIONALITY AND ENTREPRENEURSHIP EDUCATION WHILE PERFORMING ACTIVITIES IN A PRACTICE ENTERPRISE

Key words: entrepreneurship, practice enterprise, market, collaboration, partners.

Abstract: This article discusses internationality and entrepreneurship education through activities in a practice enterprise, their usefulness and importance. There is also talk about practice enterprise, PEN Worldwide, MULTINA, "Simulith" Centre. It is about how activities in practice improve students' understanding of the dynamics of international business and the need for entrepreneurship when working in any organization. We also describe departments in our practice enterprise "Pamarys".

Introduction

Relevance of the topic. Many countries focus on entrepreneurship education because entrepreneurship plays a huge role in ensuring competitiveness and innovation (Franco, 2020). As Pancerovienė, Stonienė, & Žvinienė (2022) says, the most important thing in the professional orientation of a young person is to apply theoretical knowledge in practice, gaining entrepreneurial experience, therefore, to encourage entrepreneurship were established practice enterprises. Hyams-Ssekasi & Yasin (2022) also saying that entrepreneurship has become more important than any other time. Riebenbauer, Dreisiebner, Feuchter, Stock (2019) says that students learn to navigate the challenges and opportunities of international trade, experiencing firsthand the intricacies of cultural diversity, global market dynamics, and cross-border collaboration. This emphasis on internationality not only prepares students for the complexities of the global marketplace but also nurtures a mindset of adaptability and cultural awareness, crucial in today's interconnected business world.

Work objective – analyze internationality and entrepreneurship education while performing activities in a practice enterprise.

Work tasks:

1. Identify internationalization in practice enterprise.

2. State the importance of entrepreneurship education.
3. To analyze our practice enterprise's departments

1. INTERNATIONALITY IN PRACTICE ENTERPRISE

There are 7000 practice enterprises (PE) currently in the world. Riebenbauer, Dreisiebner, Feuchter, Stock (2019) said that, to promote PE cooperation (national and international) and cross-border PE activities, there were PE networks that have been established. Students can improve their skills while combining theoretical knowledge with practical work. Every country in this project has a designated office that students can work in and complete their individual and given plan and tasks to understand the concept of this. "PEN Worldwide" acts as an international coordination center. This organization was created in 1993 in Germany, Essene. The aim of this organization is to help students learn business skills, while combining methodology, theory, and the development of practical knowledge.

MULTINA – Internationalisation@Home with Multinational Practice Enterprises is a project that helps develop innovative and inclusive model of PE concept to create multinational PE for students to interact with internationalism at the comfort of their home. Students will be able to work, live and learn with other students in the same program from different countries worldwide. That will help them to boost their international cooperation, language, digital skills, help them understand international markets easier and enable students to work at a multinational level. The multinational PE virtual mobility opportunity for trainees through operational connections with other student Practice Enterprises from around the world, creating a realistic multinational learning environment. The international dimension of PE is more relevant now as institutions are dealing with many health problems. The need for alternative forms of mobility where the participant can experience international work-based learning in a safe environment that closely resembles a real-world company has become a reality, with the aim of advancing the flexibility and inclusivity of the Practice Enterprise concept as well as adapting to the current changes in the field of education due to the current pandemic. Through this project, students will be able to establish business branches with VET students in another participating countries, giving them an understanding of international business, international marketing, and international laws and regulations pertaining to firms. Through a collaborative, inventive, and inclusive model of multinational practice enterprise, it will also enable students to experience the realities of the globalized and interconnected business world, where they develop into engaged citizens and engage in real-time, work-based relationships with their international peers.

The main task of PEN Worldwide is to coordinate the commercial activities of PE around the world and agree on uniform standards. Members of the association to develop PE meet regularly in

one of the Member States. In addition, they promote exchanges between representatives of central offices, agree on joint projects and incorporate the topic of PE into international public education discussions through concentrated public relations work (Riebenbauer. E, Dreisiebner. G, Feuchter. T, Stock M., 2019). In each participating country, a national central office is being created, which examines the needs of the local education system and draws up an individual plan for the presentation of the concept of PE. Also, the PE curriculum is adapted to meet national educational standards and competencies. In addition, a learning environment is being created that meets the needs of several target groups. To continuously improve the concept of PE (PEN Worldwide, 2020a), best practices are shared on the international network.

Events that are also important in the PE market are the (international) PE trade fairs. At these events, students demonstrate and sell to local and international colleagues the products and services of their company in a competitive market. These trade fairs allow students to test the marketing, communication, negotiation, and global business skills acquired by PE. They also provide an opportunity to establish new business contacts, conduct negotiations (also in a foreign language), and strengthen socio-economic skills. Preparing for and participating in the PE Fair for students is one of the most notable events in the period of work in the PE period (ACT, 2020c).

Picture 1.

"PEN WORLDWIDE PRACTICE ENTERPRISE QUALITY CERTIFICATIONS"

Source: Made by author.

In conclusion, internationality is important for students to get out of their bubble and learn something new. Also, it is not a secret that because of internationality students can learn languages easier and communicate with orders much better.

2. IMPORTANCE OF ENTREPRENEURSHIP EDUCATION

There is a tendency in society that starting your own business and moving up the career ladder is difficult and risky. The biggest problem, people's inability to develop, take responsibility, and not

having the right skills, such as entrepreneurship. In this way, practice enterprises were established in Lithuania, the activities of which are coordinated by the Association of Lithuanian Practice Enterprises together with the "Simulith" Center, which is a member of the PEN Worldwide Global Association of National Networks. While working in PEs, various subjects are integrated into a single whole, developing entrepreneurial skills in practice enterprises operating in both Lithuanian and foreign markets (Pancerovienė, Stonienė & Žvinienė, 2021).

As Ežerskienė and Stonienė (2022) says, entrepreneurship education is a key component of the PE concept. We must focus on entrepreneurship education. Currently, entrepreneurship education is usually delivered by one or two PEs staff, but they may not have the necessary experience. Students need to experience the business environment while working in the PEs to understand why they need micro and macroeconomic fundamentals. Therefore, before becoming entrepreneurs, they must understand everything and processes about business. When the focus is only on innovative product development, would be entrepreneurs often fail because they lack a broader view of business management and an understanding of what they are doing well and where they might need to improve. They should learn to recognize their own skills and weaknesses. Antonacopoulou and Fuller (2020) also says that the value of a social practice perspective lies in the scope it provides to capture the social complexities of organizing that are subcentral to entrepreneuring and entrepreneurship process because they reflect the dynamics of everyday life and how it changes. Recent developments in practice theory understand practices, not for the performative recursiveness they reflect in habitual behaviour, but for the reconfigurations resulting from the emergence of novelty that is central to Entrepreneuring. In this respect, consistent with a dynamic practice theory not only explains the generative dance between habitual and creative action. It also adds substance to effectuation in terms of how entrepreneurial action makes possibilities happen by enriching not only in a'prosaic approach that leaves room for surprise, open-endedness, and incompleteness as central to the nature of entrepreneurial practice. Okoi, Ubi, Iheanacho, Emori, and Sunday (2022) agrees that the development of any nation cannot take place without an interplay with entrepreneurship. Entrepreneurship is one of the major contributors to the socio-economic development of a country, as it plays a pivotal role in terms of creative ideas, product development, and packaging. Entrepreneurship reduces the rate of those that are not employed within the society. The practices of entrepreneurship are seen as the veritable tool in which many nations and modern societies continue to develop fresh ideas through the innovative spirit of entrepreneurs.

Consequently, entrepreneurship is an indispensable characteristic for the successful conduct of business. Without this feature, it is very difficult to conduct business smoothly and in a modern way, there is a lack of prospects, new goals, and opportunities. Entrepreneurship provides a different approach to all opportunities and allows you to discover new perspectives in the ongoing activities.

3. DEPARTMENTS IN OUR PRACTICE ENTERPRISE "PAMARYS"

While working in a practice enterprise, students will get to work in a different department. If students have a different skillset. Each department requires a different skillset from paperwork management to being creative. In the picture bellow you can see departments in our practice enterprise.

Picture 2.

Departments in PE „Pamarys"

Source: Made by author.

PERSONNEL DEPARTMENT - It consists of administration and secretariat. This department processes employees' documents: applications, labor agreements, notices, and reports to SODRA (Social Insurance), personal files, orders are prepared. The functions of the department are:

- Employment procedures and distribution to departments,
- Records in personal files and their constant updating,
- Accounting of employees' working hours,
- Registration and distribution of incoming and outgoing correspondence,
- Organization of employees' meetings, organizational activity,
- Collection of Government Orders and Regulations.

PURCHASE DEPARTMENT - It was established to organize the purchase of necessary raw materials, other materials, furniture, computers, electrical goods and electronics, stationery, as well

as the purchase of goods and services needed for company employees. Functions of the department are:

- Research on the demand for goods and services needed for the company, selection of suppliers.
- Ordering catalogues of other companies.
- Registration of offers and administration of purchase documents.
- Performing stock controlling operations.
- Writing responses to received commercial letters and claims.
- Control of receivable goods. Filling out customs import documents.

SALES and MARKETING DEPARTMENT - Work of this department depends on goals of the branch: the goal of sales department is to organize and analyze sales of goods and services, and the goal of marketing department is to seek the envisaged profit of the company and as soon and qualitatively as possible to satisfy customers' needs.

Determination of prices of goods and services, its presentation ways, terms of payment and delivery.

- Preparation of catalogues and different promotional leaflets. • Shipment of samples of goods and services for future consumers.
- Participation at BPT fairs.
- Preparation of business plans.
- Conducting market research.
- Formation of public opinion about the firm and promotion of its good or service.
- Registration of orders and filling them out.
- Filling out customs export documents.

FINANCE and ACCOUNTING DEPARTMENT When working in the department, students learn how to register financial operations of the firm, how to account results of the activity of the firm, how to finish the cycle of financial accounting

- Calculation of salaries and wages.
- Striking a trial balance as well as preparing quarter and annual balances.
- Accounting and analysis of indexes of financial activity.
- Administration of payments with the bank, auditing bank reports.
- Paying firms for purchase of goods; executing payments to budget and other institutions.

Application of Government regulations on financial issues. In conclusion students get all a touch of those departments and learn their skills even a little bit, preparing them for work and their future life choices.

Conclusions

1. International projects in practice enterprises are important because they encourage students from all over the world to work together towards a shared goal. International PE trade fairs help students to demonstrate and improve their marketing, communication, and negotiation skills, it also helps students to establish new business contacts and conduct negotiations.
2. Entrepreneurship education is particularly important, because the success of the creation and execution of the future business depends on it. It is important to promote entrepreneurship development due to its advantages and benefits. The acquired entrepreneurial qualities will allow future professionals to properly lead or work in certain companies and be unique in their experiences and accumulated entrepreneurial skills.
3. In our practice enterprise "Pamarys" the students are assigned a department where they do a variety of tasks that help them understand how different departments function. These departments are personnel, purchase, sales and marketing, administration, international relations and finance and accounting. After the students finish their work in the practice enterprise, they gain a significant amount of experience in all six of the departments.

BIBLIOGRAPHY

1. Antonacopoulou, E. P., & Fuller, T. (2020). Practising entrepreneuring as emplacement: The impact of sensation and anticipation in entrepreneurial action. *Entrepreneurship & Regional Development*, *32*(3-4), 257-280. Access through the internet: https://livrepository.liverpool.ac.uk/3072131/1/ERD2019%20SI%20EAP%20-%20Antonacopoulou%20and%20Fuller.pdf
2. Ežerskienė, S., Stonienė, A. (2022). Imitacinės bendrovės partnerystės su realiu verslu vadovas. Klaipėda: Klaipėdos valstybinė kolegija. Access through the internet: https://vb.kvk.lt/object/elaba:144806640/144806640.pdf
3. Franco, M. (2020). Entrepreneurship, Competitiveness and Innovation. *Sustainability (Basel, Switzerland)*, *12*(16), 6576. Access through the internet: https://doi.org/10.3390/su12166576

4. Hyams-Ssekasi, D., & Yasin, N. (2022). *Technology and Entrepreneurship Education* (1st ed.). Springer International Publishing AG. Access through the internet: https://doi.org/10.1007/978-3-030-84292-5

5. Pancerovienė, A., Stonienė, A., & Žvinienė, V. (2022). Verslumo ugdymo imitacinėse bendrovėse privalumai ir efektyvumo didinimas, taikant mišrų mokymosi metodą. *Studijos–verslas–visuomenė: dabartis ir ateities įžvalgos: tarptautinės konferencijos mokslinių straipsnių rinkinys*, *7*, 158-167. Access through the internet: https://vb.kvk.lt/primo-explore/fulldisplay?docid=ELABAPDB150559524&vid=KVK&lang=en_US

6. Pancerovienė, Asta, Stonienė, Adelė, & Žvinienė, Vida. (2021). Verslumo ugdymo imitacinėse bendrovėse efektyvumo didinimas, taikant dalykų integraciją *Studijos – verslas – visuomenė: dabartis ir ateities įžvalgos : tarptautinės konferencijos mokslinių straipsnių rinkinys*, *6*, 125–135. Access through the internet: https://doi.org/10.52320/svv.v0iVI.200

7. Riebenbauer. E, Dreisiebner. G, Feuchter. T, Stock M. (2019). *Imitacinės bendrovės modelio įgyvendinimas aukštojo mokslo institucijose. 20-22. Access through the internet: https://penworldwide.org/wp-content/uploads/HEIPNET_Manual_LT.pdf*

Student:
Ionela Ivanov
Speciality: Accounting
Supervisor:
Lilia Grigoroi, PhD, docent
Academy of Economic Studies of Moldova,
ivanov.ionela@ase.md

EVOLUȚIA DOMENIULUI IT ȘI FACILITĂȚILE REZIDENȚILOR PARCULUI IT DIN MOLDOVA

THE EVOLUTION OF IT FIELD AND THE BENEFITS OF IT PARK RESIDENTS IN MOLDOVA

Abstract: The Republic of Moldova is a country with an extraordinary potential for innovation and development of digital products. To encourage this potential, Moldova Innovation Technology Park stimulates the growth of tech and innovation fields by outlining the strategic vision of the entire industry. Moldova Innovation Technology Park (IT Park) is the main actor and the main point for the most innovative services and facilities. The IT Park confirmed its uniqueness by adopting a collaborative governance model. This would mean that there are more collaborations between Moldova Innovation Technology Park (MITP) residents and partners, resulting in the development of the local industry on a regional even global level. Considering the importance of this inovation, the purpose of research is presenting the most relevant aspects with reference to IT services, especially the impact on accounting. In order to achieve this objective were used a lot of research methods: synthesis, induction, deduction, SWOT analysis. The obtained results will contribute to the enrichment of the literature in the field and to the efficiency of the research process.

Keywords: accounting in IT, e-Park, fiscal regime, tax system, tax reports, facilities.

JEL Classifications: M41, Q56.

Summary: The Innovation Technology Park (IT Park) increases the regional competitiveness of the IT sector through a major reduction in the tax burden, by introducing a single tax of 7% of sales revenue. MITP's efforts to create conditions for innovations are noticed by investors who want a valuable, timely and transparent activity environment that promotes development in the first place. Since the launch of the arch, more than 800 new companies have been created and joined MITP, contributing to the creation of jobs and increasing the contribution of residents to the public budget.

Introducere

Odată cu adoptarea Legii Nr. 77/2016 [1] cincisprezece companii din domeniul IT au venit la sfârșitul anului 2017 cu o cerere adresată Ministerului Economiei și Infrastructurii privind înființarea primului

Park IT „Moldova IT Park”. În aproximativ o lună, guvernul aprobă documentul și acceptă că, de la 1 ianuarie 2018, Parcul virtual să își înceapă activitatea.

Domeniul IT în Republica Moldova a cunoscut o evoluție însemnată în ultimii ani (Cojocaru și Badicu, 2022), transformându-se într-un sector important al economiei și având un impact major asupra dezvoltării sociale și tehnologice a țării. Au crescut numărul companiilor IT, start-up-urilor și proiectelor inovatoare, iar sectorul a devenit un important contribuitor la produsul intern brut al țării. Exportul de servicii IT reprezintă o component importantă în economia noastră, deoarece companiile IT furnizează servicii și soluții tehnologice către clienți din diferite țări, contribuind la creșterea exporturilor și la dezvoltarea sectorului IT. Este important de menționat că evoluția domeniului IT în Republica Moldova este un proces continuu și că există un potențial pentru dezvoltare și creștere în viitor. Guvernul, sectorul privat și instituțiile de învățământ continuă să colaboreze pentru a crea un mediu favorabil dezvoltării industriei IT și a promova inovația și competitivitatea în acest domeniu. Până în anul 2022, în Moldova IT Park sunt peste 1200 de rezidenți activi, dintre care aproximativ 200 sunt companii cu capital străin originar din 40 de țări. Eforturile MITP de a crea condiții pentru inovații sunt remarcate de către investitorii care își doresc un mediu favorabil, oportun și transparent, care promovează progresul și accelerarea domeniului IT. Din momentul lansării acestui parc au fost create peste 800 companii noi care s-au alăturat MITP, contribuind la crearea noilor locuri de muncă și majorând contribuția rezidenților la bugetul public.

Scopul acestei cercetări constă în prezentarea celor mai relevante aspecte cu referire la facilitățile acordate rezidenților parcului IT, dar și de a releva impactul acestuia asupra contabilității. Pentru a realiza și a pune în valoare scopul cercetării, au fost stabilite următoarele obiective: explorarea aspectelor generale privind activitatea entităților din domeniul IT; analiza factorii de influență asupra contabilității în domeniul IT; identificarea înlesnirilor fiscale pentru entitățile din domeniul IT; identificarea principalelor avantaje cât și dezavantaje a rezidenților MITP.

Conținutul de bază

Pentru a beneficia de oportunitatea de a adera la Moldova Innovation Technology Park, este nevoia doar de a îndeplini două cerințe importante, și anume: orice persoană juridică/fizică să fie înregistrată pe teritoriul Republicii Moldova în calitate de subiect al activității de întreprinzător și să desfășoare drept activitate principală (care generează cel puțin 70% din venitul din vânzări) una sau mai multe dintre activitățile eligibile pentru Moldova IT Park prezentate în tabelul 1.

Tabelul 1.
Activități principale desfășurate în parcul pentru tehnologia informației (conform CAEM- 2 și CSPM rev. 2)

Activitățile principale desfășurate în parc
activități de realizare a soft-ului la comandă (software orientat spre client) (62.01)
activități de editare a jocurilor de calculator (58.21);
activități de editare a altor produse software (58.29);

activități de management (gestiune și exploatare) al mijloacelor de calcul (62.03);
prelucrarea de date, administrarea paginilor web și activitățile conexe (63.11);
activități ale portalurilor web (63.12);
activități de consultanță în tehnologia informației (62.02);
alte activități de servicii în tehnologia informației (62.09).
alte forme de învățământ n.c.a. (85.59), limitate la instruirea în domeniul calculatoarelor;
cercetare-dezvoltare în alte științe naturale și inginerie (72.19), bazată pe utilizarea echipamentelor de calcul specializate de înaltă performanță;
cercetare-dezvoltare în biotehnologie (72.11);
fabricarea componentelor electronice (module) (26.11);
activități de post-producție cinematografică, video și de programe de televiziune (59.12);
activități de design specializat (74.10), bazate pe utilizarea echipamentelor de calcul specializate de înaltă performanță;
activități de post producție cinematografică, video și de programe de televiziune (59.12), exclusiv pentru industria jocurilor de calculator;
activități de realizare a înregistrărilor audio și activități de editare muzicală (59.20), exclusiv pentru industria jocurilor de calculator, limitate la înregistrări originale de sunet (59.20.13).

Sursă: LEGE Nr. 77 din 21.04.2016, articolul 8

Procesul de înregistrare în calitate de rezident al MITP, este unul simplu, având nevoie doar de câteva documente, cum ar fi: extrasul ASP, decizia privind înregistrarea persoanei juridice, act de identitate, statutul companiei în cazul în care sunt mai mulți fondatori. Contractul se încheie pe o perioadă de cel puțin 4 ani, precum și termenul acestuia nu poate depăși termenul de funcționare a parcului.

În România în anul 2023 Ministerul Finanțelor a aprobat noi înlesniri fiscale pentru domeniul IT. Pentru microîntreprinderi ce au ca activitate principală: 5821 - Activități de editare a jocurilor de calculator; 5829 - Activități de editare a altor produse software; 6201 - Activități de realizare a soft-ului la comandă (software orientat client); 6209 - Alte activități de servicii privind tehnologia informației; cota de impozitare reprezintă 3%. În cazul în care persoanele juridice române desfășoară activitatea principală conform codurilor CAEN prevăzute mai sus, obțin venituri și din alte activități decât cele menționate, atunci cota impozitării veniturilor din alte activități este la fel 3%.

Conform Codului Fiscal al României [3, art.60, aliniatul 2], sunt scutiți de la plata impozitului pe venit persoanele fizice, pentru veniturile realizate din salarii și asimilate salariilor prevăzute la art. 76 alin. (1)-(3), ca urmare a desfășurării activității de creare de programe pentru calculator, în condițiile stabilite prin ordin comun al ministrului comunicațiilor și societății informaționale, al ministrului muncii și justiției sociale, al ministrului educației naționale și al ministrului finanțelor publice. Angajații din sectorul informației sunt scutiți doar de plata impozitului pe venit de 10%, dar celelalte contribuții, de pensii în cuantum de 25% și contribuțiile la sistemul public de sănătate (CAS), de 10% sunt achitate. Pe lângă acestea mai sunt unele taxe plătite de angajator. Calculele se prezintă în tabelul 2.

Tabel 2.
Calculul salariului unui programator în România

Salariul net este 10584 roni.
Salariu brut este 16283 roni.
CAS 25% este 4071 roni.
CASS 10% este 1628 roni.
Impozit pe venit 0% este 0 roni.
După plata acestor contribuții, ceea ce rămâne este venitul net al angajatului, deoarece nu se mai aplica niciun alt impozit.

Sursă: Elaborat de autor.

În Polonia există cel mai mare parc tehnologic. Wrocław Technology Park [5] este o instituție de mediu de afaceri care sprijină companiile care operează la toate scările. Polonia are un set de facilități extrem de favorabile companiilor de IT și sunt lideri în regiune. Sistemul fiscal polonez oferă scutiri de care poate beneficia industria IT. Scutirile fiscale sunt dedicate atât persoanelor fizice, cât și persoanelor juridice. Companiile care operează în industria IT, datorită naturii creative a proiectelor pe care le implementează, sunt în primul rând eligibile pentru scutiri de taxe pentru inovații. S-a introdus posibilitatea de a folosi relieful B+R și IP-Box [4] în același timp, anterior companiile nu puteau beneficia de ambele scutiri. Această scutire acoperă costurile suportate și legate de: activități de cercetare și dezvoltare științifică, cum ar fi remunerarea angajaților care efectuează activități de cercetare și dezvoltare. Datorită acesteia, costul dezvoltării unui nou produs sau implementării unei inovații în companie va fi semnificativ mai mic. Fiecare zlot cheltuit în acest scop poate fi dedus suplimentar din baza de impozitare, până la 200%. O rambursare în numerar este oferită pentru contribuabilii nou înființați (de exemplu startup-uri) - dacă valoarea costurilor eligibile deductibile depășește suma veniturilor obținute sau dacă contribuabilul a suferit o pierdere. Remunerația angajaților este un cost eligibil important în cadrul scutirii pentru cercetare și dezvoltare. Prin urmare, contribuabilul ar trebui să documenteze în mod corespunzător acest tip de cheltuială. Important, din

2022, limita costurilor eligibile pentru remunerarea angajaților este de 200%. Aceasta înseamnă că fiecare 10.000 PLN din cheltuielile de remunerare a angajaților poate fi dedus suplimentar ca parte a scutirii pentru cercetare și dezvoltare în valoare de 20.000 PLN; adică costul fiscal final de 10.000 PLN de cheltuieli este de 30.000 PLN.

La începutul anului 2019, în sistemul juridic polonez a fost introdusă o nouă scutire fiscală - scutirea IP Box. Legiuitorul pledează pentru introducerea scutirii IP Box prin încurajarea contribuabililor să implementeze soluții inovatoare în economia poloneză, pentru a dezvolta mai bine companiile care operează în sectoarele de înaltă tehnologie, în special industria farmaceutică și industria IT. În plus, companiile IT care operează în domeniul unei categorii mai avansate de drepturi de proprietate intelectuală, a cărei producere necesită cunoștințe de specialitate, pot aplica o cotă de impozitare redusă de 5% (IP Box Relief). Acest tip de activitate include, printre altele: crearea de noi aplicații (produse, procese sau servicii noi sau îmbunătățite) sub forma unui sistem logistic inovator. ceastă soluție este, de asemenea, o inițiativă importantă care face sistemul fiscal competitiv și atractiv pentru companiile care dezvoltă tehnologii înalte, sprijină dezvoltarea și investițiile și creează locuri de muncă de înaltă calitate în sectoare inovatoare. Scutirea propusă va avea o funcție de reținere pentru soluțiile inovatoare și, în consecință, are scopul de a împiedica antreprenorii să își găsească drepturile de proprietate intelectuală în țări care oferă impozitare mai scăzută companiilor care obțin venituri din comercializarea acestor drepturi. Utilizarea scutirii IP Box poate fi folosit de toți contribuabilii care îndeplinesc anumite cerințe.

Companiile IT din Republica Moldova înregistrate în MITP dispun de facilități semnificative, prezentate n figura 1.

Figura 1. Beneficiile companiilor rezidente

Sursă: Elaborat de autor în baza sursei [1]

Prezență virtuală semnifică faptul că rezidentul MITP își poate desfășura activitatea oriunde pe teritoriul Republicii Moldova, fără a fi limitat la o anumită locație.

Povară fiscală redusă este facilitatea fiscală de care beneficiază rezidenții MITP, care este unică în lume, oferind cel mai optim nivel de taxare din Europa Centrală și de Est. Rezidenții Moldova IT Park, beneficiază de un impozit unic, în mărime de 7% din veniturile din vânzări, dar nu mai puțin de sumă minimă lunară per angajat. Suma minimă constituind 30% din cuantumul salariului mediu lunar pe economie, prognozat pentru anul respectiv și aprobat de către Guvern (pentru anul 2023, 30% x 11 700 de lei = 3 510 lei). Acesta include mai multe impozite, taxe și contribuții, cum ar fi: impozitul pe venit din activitatea de întreprinzător; impozitul pe venit din salariu; contribuțiile de asigurări sociale de stat obligatorii datorate de angajați şi angajatori; d) primele de asigurare obligatorie de asistență medicală datorate de angajați și angajatori; e) taxele locale; f) impozitul pe bunurile imobiliare; g) taxa pentru folosirea drumurilor de către autovehiculele înmatriculate în Republica Moldova. Impozitele, taxele și contribuțiile care nu se includ în impozit unic, sunt următoarele: impozitul pe venit reținut la sursa de plată, stabilit în conformitate cu prevederile art.88 alin.(5), art.89, 90, 901 şi 91, contribuțiile de asigurări sociale de stat obligatorii și primele de asigurare obligatorie de asistență medicală calculate/reținute la efectuarea plăților în folosul persoanelor fizice, altele decât plățile salariale; b) taxa pe valoarea adăugată; c) accizele; d) taxele rutiere, cu excepția taxei pentru folosirea drumurilor de către autovehiculele înmatriculate în

Republica Moldova; e) alte impozite, taxe şi plăţi obligatorii nespecificate expres ca parte componentă a impozitului unic în conformitate cu alin.(1).

Administrare simplificată semnifică un singur transfer lunar către Ministerul Finanțelor, care reduce cheltuielile companiei și economisește timp sacrificat calculării taxelor și impozitelor. Pentru companiile cu mulți angajați, declarația IPC 21, este cu mult mai simplă, retribuirea salariilor este mai rapidă, deoarece baza de calcul a contribuției de asigurări sociale reprezintă *68% din cuantumul salariului mediu lunar pe economie, prognozat pentru anul respectiv și aprobat de către Guvern (2023: 68% x 11 700 MDL = 7 956 MDL). În declarație indicăm aceeași bază de calcul, dacă angajatul a lucrat cel puțin o zi.

IT Visa rapid și ușor. Rezidenții Moldova Innovation Technology Park pot angaja cetățeni străini, având posibilitatea de a obține ușor și foarte rapid permise de muncă în cadrul Programului IT Visa. Acest program facilitează documentarea imigraționistă atât a angajaților străini, cât și a membrilor lor de familie, pentru perioade extinse de timp. Numărul angajaților străini în cadrul entităților rezidente Moldova IT Park este în creștere de la an la an. Astfel, la sfârșitul anului 2020, 96 cetățeni străini desfășurau activitate de muncă în folosul companiilor rezidente pe teritoriul Republicii Moldova.

Garanție de stat. Menținerea cotei impozitului unic de 7% și a componenței acestuia este garantată de către stat până la 1 ianuarie 2026. Acest angajament de a păstra condițiile fiscale favorabile oferă previzibilitate privind costurile fiscale aferente desfășurării activității de business în Moldova. În același timp, facilități sunt acordate si angajaților, beneficiile cărora sunt prezentate în figura 2.

Figura 2. Beneficiile angajaților

Sursă: Elaborat de autor în baza sursei [1]

Salariul net este egal cu salariul brut, adică angajatorul nu reține impozite din salariu angajatului. Angajatul nu este obligat să declare veniturile salariale sau să le impoziteze suplimentar. Toate taxele

aferente veniturilor salariale cum ar fi: salariu, bonusuri, beneficii, sunt acoperite de impozitul unic achitat de angajator. Salariile sunt calculate și achitate la aceeași sumă.

Angajații companiilor încadrate în IT Park, nu au dreptul de a folosi scutirile personale. În cazul neutilizării acestora nu pot fi transmise soțului sau soției.

Asigurare medicală. Salariații rezidenților parcului beneficiază de toate tipurile de prestații de asigurări medicale.

Asigurare socială. Beneficiază de toate tipurile de prestații de asigurări sociale: Concediu medical; Concediu paternal; Concediu de maternitate; Pensie. Însă venitul lunar asigurat considerat pentru calcularea indemnizațiilor acestor prestații este de 7 956 MDL, care reprezintă 68% din cuantumul salariului mediu lunar pe economie, prognozat pentru anul respectiv și aprobat de către Guvern (2023: 68% x 11 700 MDL = 7 956 MDL).

Angajații rezidenților Parcului IT beneficiază de salarii competitive, comparabile cu cele de pe piața europeană de IT. Salariul minim unui angajat din cadrul companiei rezidente IP Park, începe de la 20 000 mdl. Peste 15 300 de specialiști IT din Moldova sunt angajați ai rezidenților Parcului. Aproape 60 de companii rezidente au în echipa lor peste 50 de angajați, iar 9 companii - peste 250 de angajați. Piața locală de muncă se reprofilează și ea, pentru că populația vede un potențial enorm într-un job din acest sector performant al economiei. Încă un factor care motivează această tranziție la domeniile tech sunt cele peste 6000 de joburi noi create în cadrul Parcului.

Tabel 3.
Cele mai importante modificări ale legislației fiscale și vamale pentru anul 2022-2023

Revizuirea metodei de calculare a *amortizării*	Pe perioada aplicării impozitului unic, rezidenții parcurilor pentru tehnologia informației nu au obligația de a ține evidența și de a calcula amortizarea mijloacelor fixe în scopuri fiscale conform modului prevăzut în titlul II al CF. Evidența mijloacelor fixe se va efectua în conformitate cu normele contabile stabilite.
Suma minimă a *impozitului unic*	La calcularea sumei minime a impozitului unic participă nu doar angajații care au lucrat cel puțin 1 zi pe parcursul lunii în baza unui contract individual de muncă, dar și angajații care s-au aflat în concediu și/sau șomaj. Astfel, suma minimă a impozitului unic se calculează în funcție de numărul de angajați care, pe parcursul perioadei fiscale, au lucrat ori s-au aflat în orice tip de concediu

	plătit. Cuantumul salariului mediu lunar pe economie pentru anul 2023, aprobat prin Hotărârea Guvernului nr. 458 din 29.12.2021 privind aprobarea cuantumului salariului mediu lunar pe economie, prognozat pentru anul 2023, constituie 11 700 lei.
Excluderea perioadei fiscale *tranzitorii*	Anterior, pentru determinarea faptului dacă rezidentul parcului pentru tehnologia informației desfășoară activitate principală, care generează 70% sau mai mult din veniturile din vânzări, se lua în calcul perioada fiscală tranzitorie. Însă, în perioada fiscală tranzitorie, rezidentul parcului IT aplică regimul standard de impozitare și nu cel special. Respectiv, această perioadă fiscală nu trebuie să fie considerată ca una din cele 2 luni în care subiectul impunerii poate să nu întrunească cumulativ ponderea de 70% din venituri generate de activitățile principale eligibile.

Sursă: Elaborat de autor în baza sursei [8].

Concluzii și recomandări

Moldova Innovation Technology Park (MITP) este un proiect important pentru dezvoltarea sectorului tehnologic și inovativ din Republica Moldova reprezentând o oportunitate semnificativă de a promova dezvoltarea intelectuală. Parcul IT din Moldova oferă un mediu propice inovației și dezvoltării tehnologice, deoarece adună la un loc o serie de companii și profesioniști din domeniul IT. Rezidenții parcului IT pot beneficia de sinergii și colaborări între diferitele companii și de acces la resurse și infrastructură specializate. Industria IT este în continuă creștere la nivel global și oferă oportunități considerabile pentru dezvoltarea carierei și creșterea profesională. Rezidenții parcului IT ar trebui să profite de oportunitățile de networking și colaborare oferite de comunitatea IT locală. Participarea la evenimente, conferințe și întâlniri poate facilita schimbul de cunoștințe și crearea de parteneriate. Este important ca rezidenții parcului IT să fie la curent cu ultimele tendințe și tehnologii din industrie. Participarea la cursuri de formare, certificări și alte activități de învățare continuă poate contribui la menținerea relevanței și competitivității profesionale. Dezvoltarea abilităților de comunicare și leadership poate fi la fel de importantă ca și competențele tehnice. Abilitățile de comunicare eficientă și de management pot ajuta rezidenții parcului IT să se implice în proiecte mai complexe și să avanseze în carieră. Un aspect critic pentru dezvoltarea afacerilor tehnologice este accesul la finanțare. MITP ar trebui să faciliteze conexiunile cu investitori, fonduri de capital de risc și alte surse de finanțare, inclusiv prin organizarea de evenimente sau prezentări pentru a pune în legătură întreprinzătorii cu potențiali investitori. Ca recomandare ar mai fi ca MITP să ofere sprijin și servicii specializate pentru start-up-uri, cum ar fi mentorat, consultanță în afaceri, acces la finanțare și networking. Aceste resurse pot juca un rol crucial în dezvoltarea și succesul afacerilor tehnologice emergente.

BIBLIOGRAFIE

1. Legea R.M. cu privire la parcurile pentru tehnologia informației nr.77 din 21.04.2016. Disponibil: https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=133368&lang=ro#

2. Cojocaru, V. Bădicu, G. Particularities of the activity of it resident residents and their influence on accounting. //In: ISSC 2022, Prospects of accounting development: the young researcher's view, 11-12 Marth 2022, Chișinău. DOI 10.5281/zenodo.6700100. Disponibil: https://irek.ase.md/xmlui/bitstream/handle/123456789/2215/Victor%20COJOCARU_Galina%20Badicu_ISSC_2022.pdf?sequence=1&isAllowed=y

3. Codul fiscal al României. Disponibil: https://static.anaf.ro/static/10/Anaf/legislatie/Cod_fiscal_norme_2023.htm

4. Scutirea IP Box din Polonia: https://grantthornton.pl/publikacja/ip-box-co-to-jest/

5. Parcul tehnologic din Polonia: https://www.technologpark.pl/

6. Relieful de cercetare și dezvoltare din Polonia: https://www.podatki.gov.pl/niskiepodatki/przedsiebiorca-niskie-podatki/ulgi-na-innowacje-niskie-podatki/ulga-badawczo-rozwojowa-oraz-ip-box-niskie-podatki/

7. https://mitp.md/p/web/taxRegime

8. Jizdan, A. Rezidenții parcului IT în contextul politicii fiscale pentru anul 2022. Disponibil: https://monitorul.fisc.md/en/sectorul_it/rezidentii-parcului-it-in-contextul-politicii-fiscale-pentru-anul-2022.html/

9. Noi măsuri fiscale 2023 în România: Cote de impozitare microîntreprinderi, facilități fiscale IT: https://papervee.com/ro/blog/noi-masuri-fiscale-actualizate-2023

Students:
Corina Petrescu
PhD. student in Social Sciences, Accounting
Florin Brinzei
Master Student, Audit and Corporate Governance
Supervisors:
Professor PhD. Veronica Grosu
Ștefan cel Mare University of Suceava, Romania
veronica.grosu@usm.ro
Assistant professor PhD. Anatol Melega
Ștefan cel Mare University of Suceava, Romania
melega.anatol@usm.ro

ASSESSING THE RESILIENCE OF TRANSPORT INDUSTRY FIRMS IN TIMES OF CRISIS

Keywords: resilience; overlapping crises; sustainability; logistics; transport.

Abstract: The recent overlapping crises have had a significant impact on the global economy, causing major changes within many industries, reconfiguring virtually entire businesses. In this context, resilience has become a crucial concept for most companies, representing an indicator that assesses their ability to face the challenges of crises and recover. The aim of the research is to assess the resilience and strategies adopted by companies in the European transport industry to maintain their long-term sustainability. The research focuses on the analysis of performance indicators of 566 companies in the European transport industry for the period of 2014-2022. The research results highlight the challenges faced by the sample in the context of overlapping crises, highlighting the need to implement robust strategies to ensure sustainable growth and long-term success in a volatile and unpredictable economic environment.

Introduction

In an unstable economic environment, resilience is a vital characteristic for companies and investors as it highlights the ability to adapt to and recover from crises, thus ensuring long-term sustainability. Recently, the business environment has been severely affected by various crises, including the COVID-19 pandemic, the energy crisis and the military crisis generated by the conflict in Ukraine (started on February 2021). The COVID-19 pandemic has caused significant disruptions in supply chains, leading to production declines and affecting international trade, and the energy crisis has highlighted the dependence of many countries on Russian energy resources, revealing their vulnerabilities in this area.

Investors and international companies have had to reassess their risks and adjust their business strategies to meet new challenges and strengthen their resilience. In this context, the research aims to

assess the resilience and strategies adopted by companies in the European transport industry to strengthen their ability to cope with the changes brought about by the health, energy, economic and military crises. The study therefore underlines the importance of effective resource management to strengthen resilience and promote sustainable development.

Literature Review

Lately, the concept of resilience has started to be widely used by economists as they try to find answers and solutions to how business, society and national economies manage to overcome periods of crisis and recover. However, according to Windle (1999) the resilience literature provides *"no organizational framework for integrating studies, for assessing common and unique findings across different subject populations, variable domains, or spacing intervals, or for studying the impact of alternative operational definitions and classification procedures on the identification of resilient individuals."* At the same time, Kaplan (1999) argued that resilience is "*a concept whose time has come and gone", which* is not true, as the overlapping crises manifested from 2020 to the present have underscored the importance of this concept, demonstrated by the record of an explosion of empirical research *(see Figure 1)* that examines and assesses the resilience of the business environment, national and international economies, as well as society in general. Barasa et. al., (2018) emphasize that organizational resilience refers to "maintaining a positive adaptation under difficult conditions so that the organization emerges from these conditions strengthened and more resourceful", more specifically the ability of an organization to recover from a given significant disruption, regardless of the internal or external nature of the impact factors that generated this disruption.

This concept of *organisational resilience* is one of the most commonly used buzzwords by researchers in the context of resilience, reflecting the growing interest in how organisations can develop and maintain their ability to survive and thrive during and after shocks. Another key word that is highlighted in scientific research is *community resilience* which emphasises the importance of building resilience at the community level as well, highlighting the importance of collaboration and solidarity in the face of various threats by using available resources to "prepare for, respond to, withstand and recover from extreme events such as natural disasters, economic shocks and disease outbreaks" (Robertson, et. al., 2021). At the same time, researchers have recognized the need to develop tools and methodologies to assess and quantify resilience levels in various contexts, indicating a more systematic approach in research that focuses on developing the applicability of the concept of resilience, with specific concerns for different levels and domains, from organizations and cities to individuals and communities (*see Figure 1(b)*).

Figure 1.

Evolution of the scientific production with the topic "resilience" and the highlighting of the concept map

Source: developed by the authors based on data from Web of Science

The development of transport and logistics infrastructure is a fundamental element for the progress and sustainability of economies at both national and international level. This importance has become particularly evident in recent times, marked by the health crisis and the war in Ukraine which have had a significant negative impact on supply chains and passenger transport. This has highlighted the need for a flexible and resilient transport infrastructure capable of managing exceptional situations and ensuring the continuation of trade flows despite difficult circumstances and crisis contexts. Against this background, the European Commission (2022) has adopted a contingency plan for the logistics system which stresses the importance of ensuring minimum connectivity and passenger protection, establishing resilience against cyber attacks and conducting resilience tests. In addition, the plan underlines the importance of 'green lanes' principles, designed to facilitate the rapid cross-border movement of land freight. It also reinforces the key role of the network of contact points within national transport authorities, which proved essential not only during the COVID-19 pandemic, but also in the current crisis generated by Russian aggression against Ukraine. In this context, the importance of the internal resilience of a supply chain should not be downplayed either, which according to Hosseini, Ivanov, Dolgui, (2019) is underpinned by two main quantitative factors and namely its absorptive and adaptive capacity, with the restorative capacity given by context-specific exogenous capacity.

Recently, a significant increase in the number of publications analysing and assessing the resilience of transmission networks and companies operating in this field can be identified. For example, Zhang et al. (2023) analysed the resilience of China's road transport system during the COVID-19 pandemic,

highlighting the importance of absorptive, adaptive and recovery capacities for the sustainable development of road transport, with the authors observing differences in the resilience of road passenger and freight transport, with the latter demonstrating a higher level of resilience. The results of the study also showed that the speed of impact of disruptions on freight transport was lower and the period of disruption was shorter compared to passenger transport. On the other hand, Beer et al. (2023) analysed the reactions of different types of transport such as maritime, air, rail and road transport, as well as the infrastructure used in managing the health crisis, while also highlighting the resilience strategies of companies operating in this sector in response to the COVID-19 pandemic. According to the authors, the implementation of digital solutions and advanced technologies are the most important resilience-building strategy, as they enable a more efficient response to rapid market changes and flexible management of operations, including through automation and real-time monitoring. Wang et al. (2020) focused on identifying methods to measure the resilience of transprort infrastructure based on network diversity characteristics to quantitatively measure the system and node resilience of transmission infrastructure networks, as did Shofiq, Kakan (2020) who identified resilience metrics that can be used to formulate strategies to quantify and improve the resilience of a transmission system. Meanwhile, Liu et al. (2021) conducted a detailed analysis and identified the critical factors for ensuring the resilience of the transportation business, highlighting the crucial role of strong leadership in managing and promoting resilience, especially by providing consistent management support for resilience. Similarly, reflective and continuous learning at the organisational level was identified as another key component, alongside an organisational culture that encourages and supports continuous improvement in resilience processes and practices. These findings are also supported by research conducted by Akpinar, Özer-Çaylan (2022) who point out that the adoption of a complex adaptive system by an organisation enables learning and adaptation of the concept of organisational resilience by designing, understanding and preparing for new trends, these contribute to the development of dynamic capacity to withstand turbulent change and achieve sustainable competitiveness in the market.

Research Methodology

In order to assess the resilience of companies in the transport and logistics industry, a statistical analysis was carried out based on which a multiple linear regression was developed in order to understand and quantify the influence of different factors on the ability of firms to resist and adapt in a difficult economic environment. To this end, data were collected from financial reports on key performance indicators of 566 firms in the European transport and logistics industry for the period 2014-2022 (see Table 1).

Table 1.

Description and definition of research variables

Variable name	Explanation	Variable type
RI	Resilience index	dependent
Net income	Aggregated value of net income across all companies in the group.	independent
EV/EBIT	Aggregate enterprise value divided by aggregate earnings before interest and taxes, across all firms in group.	independent
PBV	Aggregated market capitalization divided by aggregated book value of equity, across all firms in the group.	independent
Net Margin	Aggregated net profits as a percent of aggregated revenues, across companies in the group.	independent
Equity EVA	Excess dollar returns earned by equity investors	independent
EVA	Excess dollar returns earned by all investors	independent
EV/EBITDA	Aggregate enterprise value divided by aggregate earnings before interest, taxes and depreciation, across all firms in group.	independent
ROE-COE	Excess percentage returns earned by equity investors	independent
EV/Invested Capital	Aggregated enterprise value divided by aggregated invested capital, across all firms in the group.	independent
BV of Capital	Measure of capital invested in existing assets	independent
BV of Equity	Aggregated Book Value of Equity, in most recent balance sheet, across all firms in the group. Measure of equity invested in existing assets.	independent
ROIC	Aggregate after-tax operating income divided by aggregated invested capital, across companies in group.	independent
EV/EBIT(1-t)	Aggregate enterprise value divided by aggregate earnings before interest, but after taxes, across all firms in group.	independent

Source: developed by the authors.

The regression equation for assessing the resilience of companies in the transport and logistics industry is designed as follows:

$$RI = \beta_0 + \beta_1 * NetIncome + \beta_2 * \frac{EV}{EBIT} + \beta_3 * PBV * + \beta_4 * NetMargin + \beta_5 * EquityEVA + \beta_6 * EVA + \beta_7 * \frac{EV}{EBITDA} + \beta_8 * (ROE - COE) * \beta_9 * \frac{EV}{InvestedCapital} + \beta_{10} * BVofCapital + \beta_{11} * BVofEquity + \beta_{12} * ROIC + \beta_{13} * \frac{EV}{EBIT(1-t)} + £$$

Where:

RI- independent variable

$\beta_0, \beta_{1,\ldots\ldots}\beta_{13} -$ coeficienții regresiei

$£ -$ eroarea standard.

Multiple linear regression was used to assess resilience because this statistical method provides a more accurate control on the potential effect of the independent variables on the dependent variable. This is useful to avoid misinterpretation and to gain a better understanding of the relationship between variables. At the same time, multiple linear regression allows the modelling of more complex relationships, such as interactions between variables or non-linear relationships.

Results and Discussions

Measuring a company's resilience is a complex and controversial topic in the literature, with some

research using self-reported performance indicators as a means of assessing company resilience (Johnson, Gheorghe, 2013; Ruiz-Martin, Lopez-Paredes, Wainer, 2018). This approach is based on the idea that a resilient company will be able to maintain or improve its performance despite external shocks or disruptions. However, according to researchers Ruiz-Martin, Lopez-Paredes, Wainer (2018) the method of measuring resilience based on performance indicators lacks evaluation and empirical evidence and there are some challenges and criticisms related to this method. One of the main arguments is that the indicators reported by companies can be influenced by various communication or management strategies so as to give a more favourable picture of their situation than it is in reality. Moreover, there are aspects of a company's resilience that may be difficult to quantify or express in simple terms of financial performance, such as its capacity to innovate, the flexibility of its organisational culture or its ability to regain customer trust after a negative incident. In our view, however, business performance and business resilience are two interlinked attributes. An underperforming firm will struggle to cope with the challenges and shocks caused by crisis situations, while at the same time there is the possibility that they may go bankrupt. Of course, resilience is an attribute that is influenced by a number of factors such as the company's financial situation, the development strategies adopted or even the organisational culture. In this respect, to design the econometric model to assess the resilience of companies in the European transport and logistics industry, the financial performance indicators reported by them were used.

Table 2.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.998[a]	.996	.990	.005986378094842
a. Predictors: (Constant), Net Income , EV/EBIT, PBV, Net Margin, Equity EVA, EVA, EV/EBITDA, (ROE - COE), EV/ Invested Capital, BV of Capital, BV of Equity, ROIC, EV/EBIT (1-t)				

Source: developed by the authors with SPSS.

According to the data in *Table 2* it can be seen that the coefficient of determination (R Square) is around 0.996, which means that about 99.6% of the variation in the resilience index (RI) is explained by the variation in the independent variables included in the model (Net Income, EV/EBIT, PBV, Net Margin, Equity EVA, EVA, EV/EBITDA, (ROE - COE), EV/ Invested Capital, BV of Capital, BV of Equity, ROIC, EV/EBIT (1-t)). At the same time the adjusted R Square is around 0.990, indicating a good robustness of the model, and the standard error is around 0.005986, suggesting a high accuracy of the model in estimating the resilience index. Thus, we can state that the financial indicators analyzed in the model are key factors influencing the resilience of companies in the transport and logistics industry to economic changes or other shocks.

Table 3.

ANOVA

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Mr
1	Regression	.080	15	.005	148.298	.000[b]
	Residual	.000	8	.000		
	Total	.080	23			
a. Dependent Variable: IR						
b. Predictors: (Constant), Net Income , EV/EBIT, PBV, Net Margin, Equity EVA, EVA, EV/EBITDA, (ROE - COE), EV/ Invested Capital, BV of Capital, BV of Equity, ROIC, EV/EBIT (1-t)						

Source: developed by the authors with SPSS.

The results of the ANOVA test (*see Table 3*) suggest that the multiple linear regression model for assessing the resilience of companies in the transport and logistics industry is significant, as the Sig value does not exceed the significance threshold of 0.05 points. Basically, the model can explain a significant part of the variation in the resilience indicator, having a significant statistical significance (F=148.298).

Table 4.

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Mr
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.062	.027		2.271	.053
	(ROE - COE)	1.083	.125	1.040	8.661	.000
	BV of Equity	-1.585E-6	.000	-.680	-2.499	.037
	Equity EVA	-1.545E-5	.000	-.414	-2.510	.036
	BV of Capital	4.600E-7	.000	.315	1.649	.138
	EVA	2.196E-6	.000	.108	1.076	.313
	PBV	-9.004E-5	.015	-.001	-.006	.995
	EV/ Invested Capital	-.016	.025	-.087	-.655	.531
	ROIC	.883	.399	.682	2.213	.058
	EV/EBITDA	-.002	.003	-.108	-.604	.563
	EV/EBIT (1-t)	.000	.003	-.076	-.171	.869
	Net Margin	-.141	.259	-.044	-.547	.599
	Net Income	1.144E-5	.000	.648	1.950	.087
a. Dependent Variable: RI						

Source: developed by the authors with SPSS.

According to the data in *Table 4,* the regression equation on the resilience assessment of companies in the transport and logistics industry is projected as follows:

$$IR = 0.062 + 1.083 * (ROE - COE) - 1.585 * 10^{-6} * BVof\ Equity - 1.545 * 10^{-5} * EquityEVA + 4.600 * 10^{-7} * BVof\ Capital + 2.196 * 10^{-6} * EVA - 9.004 * 10^{-5} * PBV - 0.016 * \frac{EV}{InvestedCapital} + 0.883 * ROIC - 0.002 * \frac{EV}{EBITDA} + 0.000 * \frac{EV}{EBIT(1-t)} - 0.141 * NetMargin + 1.144 * 10^{-5} * NetIncome$$

Thus, according to the data in Table 4, some significant aspects of the resilience of European transport and logistics companies in times of economic instability can be highlighted. The difference between Return on Equity and Cost of Equity (ROE - COE) is a particularly influential factor in the resilience of these companies. It can be seen that an increase in this gap is associated with increased resilience of these companies. Essentially, this spread indicates the ability of companies to generate returns above the cost of capital, thereby strengthening their ability to cope with economic crises and uncertainties. Basically, companies with a greater ability to generate returns above the cost of capital were more likely to be able to withstand and adapt to sudden changes in demand and supply chain disruptions caused by the overlapping crises of 2020-present.

On the other hand, BV of Equity and Equity EVA have a negative influence on the resilience of companies. A lower equity valuation or lower profitability seems to affect the ability of these companies to remain resilient in the face of challenges, as companies with lower equity values or lower expected profitability may have felt the impact of price fluctuations and supply disruptions caused by the health, energy and military crises more strongly.

At the same time, according to our model results, BV of Capital and EVA, although having positive coefficients, do not have a significant or stable influence on the resilience of companies in the European transport and logistics industry. The other variables, such as PBV, EV/ Invested Capital, ROIC, EV/EBITDA, EV/EBIT (1-t), Net Margin and Net Income, seem to have a less significant or insignificant influence on company resilience in this analysis. Thus, in the context of multiple crises, performance and ability to cope with change seem to be more closely related to the variables that define the difference between generated return and cost of capital, equity valuation and excess return on equity.

The research results highlight the fundamental importance of financial performance and an effective approach to managing capital resources in an unstable and volatile environment characterised by a multitude of crises. In essence, we can conclude that adaptability and the ability to generate returns above the cost of capital have played a key role in maintaining the resilience of companies in the transport and logistics industry in the face of multiple challenges generated by overlapping crises.

Conclusions.

The detailed analysis of the results highlights important issues regarding the resilience of companies in the European transport and logistics industry in times of crisis. The difference between Return on Equity and Cost of Equity (ROE - COE) was found to be a crucial factor in determining the resilience of these companies. An increase in this spread indicated increased resilience, suggesting that the ability to achieve returns above the cost of equity was critical in adapting to the complex and uncertain

economic challenges caused by the overlapping crises of the recent period. Thus, it can be noted that adaptability and the ability to achieve returns above the cost of capital are key elements in ensuring that these companies remain successful and competitive in the face of the multiple challenges of the last period.

In conclusion, these results provide an important insight into the drivers that can contribute to the resilience of European transport and logistics companies in times of economic instability. The research provides valuable information for future development strategies and resilience building in the transport and logistics industry.

The limitations of research into measuring the resilience of companies in the transport and logistics industry lie in the predominant use of financial indicators, which can provide limited insight into a company's ability to cope with challenges and disruptions caused by crisis situations. This exclusively financially focused approach may underestimate or ignore other key aspects of organisational resilience. In *future research we therefore* aim to include a more diverse range of indicators, including non-financial ones. The combination of financial and non-financial indicators can provide a much broader and more complete picture of how a company manages crises and adapts to change.

BIBLIOGRAPHY

1. Akpinar, H., Özer-Çaylan, D., (2022). Achieving organizational resilience through complex adaptive systems approach: a conceptual framework. Management Research, 20(4): 289-309. https://doi.org/10.1108/MRJIAM-01-2022-1265;
2. Barasa, E., Mbau, R., Gilson L., (2018) What Is Resilience and How Can It Be Nurtured? A Systematic Review of Empirical Literature on Organizational Resilience. *Int J Health Policy Manag,* 7(6): 491-503. doi: 10.15171/ijhpm.2018.06;
3. Beer, E., Mikl, J., Schramm, HJ., Herold, D.M. (2022) Resilience Strategies for Freight Transportation: An Overview of the Different Transport Modes Responses. In: Kummer, S., Wakolbinger, T., Novoszel, L., Geske, A.M. (eds) Supply Chain Resilience. *Springer Series in Supply Chain Management,* vol 17. https://doi.org/10.1007/978-3-030-95401-7_22;
4. European Commission (2022). Protecting EU transport in times of crisis: Commission adopts Contingency Plan for Transport. Available at: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_22_2867;
5. Hosseini, S., Ivanov, D., Dolgui, A., (2019) Review of quantitative methods for supply chain resilience analysis. *Transportation Research Part E: Logistics and Transportation Review*, 125(), 285-307. doi:10.1016/j.tre.2019.03.001;
6. Johnson, J., & Gheorghe, A. V. (2013) Antifragility analysis and measurement framework for systems of systems. *International journal of disaster risk science*, *4*, 159-168;

7. Kaplan, H.B. (1999). Toward an understanding of resilience: A critical review of definitions and models. In M.D. Glantz & J.L. Johnson(Eds.), *Resilience and development: Positive life adaptations* (pp. 17-83). New York: Kluwer Academic/Plenum Publishers;
8. Liu, H. J., Love, P. E. D., Zhao, J., Lemckert, C., & Muldoon-Smith, K. (2021). Transport infrastructure asset resilience: Managing government capabilities. *Transportation Research Part D: Transport and Environment,* 100, 103072.;
9. Robertson, T., Docherty, P., Millar, F., Ruck, A., Engstrom, S., (2021). Theory and practice of building community resilience to extreme events. *International Journal of Disaster Risk Reduction,* 59, 102253. https://doi.org/10.1016/j.ijdrr.2021.102253;
10. Ruiz-Martin, C., López-Paredes, A., & Wainer, G. (2018) What we know and do not know about organizational resilience. *International journal of production management and engineering*, *6*(1), 11-28;
11. Shofiq, A., Kakan, D., (2020). Resilience modeling concepts in transportation systems: a comprehensive review based on mode, and modeling techniques. *Journal of Infrastructure Preservation and Resilience,* 1(8). https://doi.org/10.1186/s43065-020-00008-9;
12. Wang, L., Xue, X., & Zhou, X. (2020). A new approach for measuring the resilience of transport infrastructure networks. Complexity, 2020, 1-16;
13. Windle, M. (1999). Critical conceptual and measurement issues in the study of resilience. In M.D. Glantz & J.L. Johnson (Eds.), *Resilience and development: Positive life adaptations* (pp. 161-176). New York: Kluwer Academic/Plenum Publishers;
14. Zhang, X., Lu, Y., Wang, J., Yuan, D., & Huang, X. (2023) Quantifying Road Transport Resilience to Emergencies: Evidence from China. *Sustainability*, *15*(20), 14956;

Students:
Juliana Kovalevskaja, Edgaras Jasas, Eimantas Ašmontas
Speciality: Logistics management
Supervisor:
Klaipeda State University of Applied Sciences, lecturer Vida Žvynienė
Surname, academic title, University name
v.zviniene@kvk.lt

PRACTISE ENTERPRISE COLLABORATION WITH BUSINESS ENTERPRISES

Key words: practice enterprise, collaboration, business enterprises,

Abstract: This article discusses practice company's cooperation with business companies. What is a practice company, the usefulness of cooperation, and the advantages and challenges of this cooperation are discussed. We also describe the activities of practice enterprise "Pamarys". This includes activities ranging from business seminars to international conferences. These activities allow students to develop business knowledge, gain new knowledge, and build relationships with business companies and professionals.

Introduction

Relevance of the topic. Collaboration with external companies is crucial for modern business, especially practice enterprise. Organizations are driven to accelerate innovation and reduce risk in the face of globalized markets, rapid technological advancements, and fierce business competition. Collaborating with external companies enables practice enterprise to leverage experience and resources, adapting quickly to changing market conditions. This collaboration model facilitates swift adaptation to challenges, rapid innovation development, and efficient operations. It is a significant factor for long-term competitive advantage in today's dynamic business environment. Practice enterprise, operating in rapidly changing sectors, can share knowledge, experience, and resources through collaboration, achieving greater efficiency and reducing risk. This collaboration spans various areas, from developing business strategies to optimizing operational activities, making practice enterprise a driving force in remaining competitive in the global business landscape.

Work objective. To identify collaboration between imitation companies and business enterprises.

Work tasks:

1. Examine the concept of practice enterprise.
2. Identify the beneficial areas of collaboration between practice enterprise and business enterprises.
3. Analyze the advantages and challenges of collaboration.

PRACTICE ENTERPRISE CONCEPTION

The business environment is constantly changing, and practice enterprise, in order to achieve success and long-term competitive advantage, must be flexible, creative, and ready to embrace innovations. In today's globalized world, where technology drives rapid changes, collaboration with external companies becomes a key factor for organizational growth and development. Practice enterprise, by modeling practices of successful organizations and adapting to changing market conditions, can achieve greater efficiency, innovation, and long-term business growth.

In the globalized business world where competition is rapidly increasing, companies are constantly seeking new ways to differentiate themselves and ensure sustainable growth. One of the methods gaining increasing importance is the collaboration of practice enterprise with business enterprises. practice enterprise, in creating products or services for a chosen market or business sector, aim to copy or imitate successful models, technologies, or business practices of existing companies. This collaboration model opens new opportunities for both practice enterprise looking to optimize their operations and business enterprises seeking partners with whom they can share their knowledge and experience.

Entrepreneurship is crucial in today's society, so it is important for young people to choose studies that help develop entrepreneurial competencies, acquire knowledge, and successfully integrate into the modern job market. Initiatives to promote entrepreneurship in Lithuania began in 2002 to deepen entrepreneurial competencies and strengthen professional practical skills.

An practice enterprise is an organization that models the business practices, strategies, or products of other successful organizations to achieve similar results. Learning through practice enterprise provides the opportunity for students to learn independently, solving problems in an authentic and realistic international business environment. Students experience the consequences of their decisions, especially in situations where collaboration is crucial, and they understand the driving force that teamwork can become (PEN Worldwide, 2020). The learning process strengthens entrepreneurial and communication skills, encourages intercultural understanding and respect for diversity. It increases employability, strengthens self-esteem, and acquires business skills applicable in various work situations. This experience provides students with practical competencies useful in daily life and allows them to compete with individuals with higher education but lacking practical experience.

The concept of a practice enterprise is usually described as an organization that models or imitates aspects of real business environments. This can be done to understand or test business strategies, processes, or other factors without real financial or other commitments. It is important to note that a practice enterprise is a model or simulation and should not be understood as a real business. It is a tool for learning and experimentation rather than actual business activity.

Picture 1.

Practice enterprise descriptions

„A company that simulates the operation of a business enterprise in compliance with national economic rules and regulations, but without the use of real money and goods.“ Simulith

Tramm (1996, 1) describes practice enterprise as a simulation variant of business-oriented companies characterized by interaction with a large number of other simulated companies in the practice enterprise market.

As defined by Seyd (1994, 151, 66), the function of practice enterprise is to help students understand the workflow of business processes and perform typical tasks. During professional training, students work in various departments such as accounting, human resources and others to understand the interaction of individual business processes

Stock, Riebenbauer and Dreisiebner (2019, 530–531) describes the practice enterprise process as a business simulation that aims for action-based and competency-based learning. The greatest attention is paid to the combination of thinking and performance by regulating the actions performed.

„Practice enterprise is a company led by interns, operating as a real business. It reflects the actual business processes, products, and services of a real company. Practice enterprise, in its form, structure, and functions, resembles a genuine corporation.“ (PEN Worldwide, 2020).

Source: compiled by the author according to “For Practice Enterprise Implementation in Higher Education Institutions” “Practice enterprise, in its form, structure, and functions, resembles a real corporation” (PEN Worldwide, 2020). An practice enterprise can be used for various purposes.

Table 1.

Practice enterprise purposes

Purposes			
Learning and Scientific Research for Future Businesses	**Testing Business Strategies**	**Training and Employee Development**	**Competitive Modeling**
Students or researchers can create simulation companies to experiment with various business	Realistic simulation of business scenarios can help managers and analysts understand how specific strategies	Companies can create simulation environments for training purposes, allowing employees to	Companies can create simulation companies to understand competitive conditions and test various

strategies and learn from potential mistakes without real financial risks.	may perform in the real market before implementing them in an actual company.	practically acquire new skills or enhance existing ones.	strategies in dealing with competitors.

Source: compiled by the author.

The goal of practice enterprise training programs is to develop students' practical business skills while working in practice enterprise and simulating the activities of a real company. This includes organizing, planning, and controlling the activities of the company and its divisions, managing personnel accounts, organizing work with clients, managing information flows, and familiarizing themselves with accounting software.

BENEFICIAL COLLABORATION AREAS BETWEEN IMITATION COMPANIES AND BUSINESS ENTERPRISES

The research aimed to determine the mutual benefits of collaboration for the activities of practice enterprise and real business enterprises. Practice enterprise leaders had the opportunity to choose and assess the collaborative benefits, namely: providing internship opportunities for practice enterprise students, offering internship positions for practice enterprise educators, introducing the company's operational activities, providing financial support to practice eneterprise, offering consultations, conducting training sessions and seminars, facilitating access to the company's physical infrastructure, organizing projects, and creating opportunities for brokering collaborations with other businesses.

- **Research and Development (R&D):**

1. Joint financing and resource utilization for innovations.
2. Sharing of pilot projects to reduce risk.
3. Collaborative use of intellectual property rights.

- **Supply of Goods or Services:**

1. Group purchasing of goods or services to obtain a higher discount level.
2. Joint distribution of goods or services in new markets.

- **Operations Management:**

1. Collaborative management of production or service delivery processes.
2. Improvement of efficiency and effectiveness through collaboration.

- **Marketing and Sales:**

1. Joint marketing campaigns for greater impact.
2. Partnership in sales incentive programs.

- **Education and Training:**

1. Collaboration in training programs and development of training materials.
2. Joint training programs for employees.

- **Social Responsibility and Environmental Sustainability:**

1. Joint projects dedicated to environmental protection and sustainability.
2. Implementation of social programs in local communities.

- **Finance and Investments:**

1. Collaboration in investment projects.
2. Joint financing for large infrastructure or innovation projects.

- **Technology Transfer:**

1. Collaborative use of new technologies and knowledge.
2. Cooperation in the implementation and development of technologies.

- **International Expansion:**

1. Collaboration in entering international markets.
2. Partnership in export and import activities.

- **Employee Training and Development:**

1. Joint training sessions and seminars for employees.
2. Collaborative efforts to raise skill levels.

Collaboration in these areas can provide practice enterprise and businesses with the opportunity to leverage synergy, reduce costs, share risks, and operate more effectively in the market.

ADVANTAGES AND CHALLENGES OF PRACTICE ENTERPRISE COOPERATION WITH BUSINESS COMPANIES

This discusses the advantages, challenges, and key factors of the strategy of practice enterprise collaborating with external businesses. Practice enterprise, by modeling practices of other successful organizations, can achieve a greater competitive advantage. Collaborating with external enterprises provides an opportunity to leverage expertise and experience while reducing business risk. Despite the advantages, organizations must address challenges such as quality partnership management and intellectual property protection. Effective collaboration depends on the development of long-term strategies, adherence to mutual trust principles, and the ability to adapt to a changing business environment.

Collaboration with external companies is a dynamic process that allows practice enterprise to be competitive and long-term successful business developers. Collaboration between practice enterprise and a mentor company offers many other benefits to both participating parties. For instance, practice enterprise employees become familiar with job opportunities in a specific region and improve their chances of securing these positions. At an early stage, the mentor company can identify qualified

young talents and encourage them to consider their company as an employer in the future.

The mentor company can provide significant assistance in the educational process by identifying problems and helping make decisions in real practical situations.

Table 2

Collaboration Opportunities Beneficial for Businesses and Practice Enterprise

Collaboration Opportunities Beneficial for Businesses	**Collaboration Opportunities Beneficial for Practice Enterprise**
Preparation of Company Advertising Materials	Internship Opportunities for Students
Distribution of Company Advertising on Social Networks	Introduction to Business Fields
Search for Potential Company Clients	Provision of Material Support through grants
Organization of Company Events	Familiarization with Overall Business Operations
Consultation of Company Clients	Provision of Consultation/Mentorship
Participation in Projects / Preparation of Project Proposals	Organization of Training Activities
Organization and Conducting of Various Market Research	Access to Company Infrastructure
Preparation of Company Presentations	Collaboration in the Development of Joint Projects
Representation of the Company at Exhibitions / Fairs	Providing Opportunities for Collaboration with Other Companies

Source: compiled by the author according to „Practice Enterprise Partnership With Real Business Guide “.

A practice enterprise cooperation with external companies is a key factor in achieving successful and sustainable business development. In today's globalized business world, companies have the opportunity to collaborate with various organizations in order to achieve greater competitive advantage, more efficient operations and the absorption of new markets. Practice enterprise often try to implement innovations that have already been successfully tested in other organizations. Cooperation with external companies allows practice enterprise to achieve various advantages.

First of all, it provides an opportunity to use the expertise and experience of other companies. By collaborating with external partners, practice enterprise can adapt more quickly to new markets, expand their product line, or implement innovations because they take advantage of already existing resources and knowledge.

Second, cooperation with external companies reduces business risk. Sharing resources, expertise and risk responsibilities with partners can be an effective way to reduce business volatility. This is especially important for practice enterprise, which often absorb large amounts of funds for research and development. However, despite the advantages, collaboration with external companies also

presents challenges. One of the main challenges is the quality management of the partnership.

In order to achieve successful cooperation, practice enterprise must effectively manage relations with their partners, ensure that their values and goals coincide with the common vision. Another challenge is the protection of intellectual property. When working with external partners, there is a risk that important intellectual property will be unprotected or even borrowed without permission.

Therefore, effective legal measures need to be put in place to ensure the security of intellectual property. It is important to mention that cooperation with external companies should be based on the principles of long-term strategy and mutual trust. This requires consistency, communication, and joint efforts to ensure that both parties' goals are met.

Finally, when implementing cooperation with external companies, practice enterprise must constantly monitor market trends and change their strategies according to the changing business environment. Only in this way can they remain competitive and successfully develop their activities.

Picture 2.

Practice enterprise activities

Source: compiled by the author.

- In 2022, the Lithuanian Sea Museum organized the "Sustainable Future Creators' Laboratory WITHOUT WASTE 2022," where students from the Tourism Business Studies program presented environmentally friendly tourist routes. This initiative aimed to promote environmental conservation, and visitors to the Sea Museum learned about the impact of pollution on the inhabitants

of the Baltic Sea, especially grey seals. During interactive educational sessions, visitors answered questions using QR codes.

- The Simulith Center initiative is to train imitative companies to operate using their own created system. This center organizes seminars, such as "Knowledge Battles," allowing employees of imitative companies to delve into the activities of the Simulith Center. By participating in these seminars, company employees gain a deeper understanding of the Simulith Center's functions, its context of emergence, and other important aspects. This not only enhances their knowledge of the system but also promotes closer collaboration with the Simulith Center and other participants in the field. This innovative approach to training not only effectively teaches the use of the system but also encourages quality collaboration and understanding of business operations.
- SBA Home – We visited the warehouse. Explored the entire facility, walked around the entire territory. The guide explained the production process, how everything is made, and mentioned that the main company's client and partner is IKEA.
- VPA Logistics – We inspected the company's activities. Explored the entire territory. They explained what they do, what they are engaged in, and the services they provide. Showed the railroad tracks through which trains carry goods to other countries. The company's clients include private individuals and business clients.
- IB Pamarys employees actively participated in the concluding conference-discussion of the international project "INCLUSION OF INNOVATIVE WORK-BASED-LEARNING AND BUSINESS PARTNERSHIPS IN HEI CURRICULA DEVELOPMENT (HEIPNET)." They gained a deeper understanding of the project's goals, results, and its impact on the collaboration between higher education institutions and businesses. The conference featured presentations on the implemented experiences of conceptualizing imitation companies from various sources, including the University of Pavia in Italy, the University of Graz in Austria, Klaipėda State College, and the National and World Economy University in Bulgaria. The main goal of the project is to develop students' competencies and employability skills by adapting the methodology of learning in the working environment of imitation companies to higher education study programs and strengthening connections with business enterprises.
- Klaipeda Container Terminal – They talked about their activities, what they do, and showed the entire territory. They explained where the cargoes come from and where they go. We observed how they load ships and unload them.
- Klaipeda State Seaport Authority – We visited the main branch where the entire process takes place. They explained their activities, what they are engaged in, and how the work is carried out. Showed the entire surveillance camera system, what they monitor, which ports or warehouses they observe.

- DHL Home – They talked about their long-distance operations, what they do, and their goals. The company's clients include private individuals and business clients. The services provided by the company include international door-to-door delivery according to the client's preferences and flexibility in choosing services.

Thus, cooperation with external companies is an essential component of the business development of practice enterprise. This provides an opportunity to benefit from the experience and resources of other companies and also reduces business risk. Despite the challenges, effective partnership management and consistency will allow mock companies to remain competitive and adapt to the ever-changing business environment. Outsourcing is a dynamic process that can guarantee long-term success for spin-off companies.

CONCLUSIONS

1. Imitative companies refer to organizations that rely on the success examples of other companies and strive to capitalize on their positive experiences, processes, or innovations. This model allows imitative companies to adapt more quickly to the market and reduce risk. However, it may simultaneously pose a threat to the lack of originality and dependence on the actions of other entities.
2. It has been identified that collaboration between imitative companies and business enterprises can be beneficial in several areas. Firstly, it can accelerate the development of new products or services by building upon tested and successful ideas. Secondly, collaboration can result in more efficient resource utilization, saving time and money. Thirdly, imitative companies can leverage the marketing and distribution networks of business enterprises to achieve greater visibility in the market.
3. Collaboration between imitative and business companies brings advantages in areas such as increased efficiency, accelerated innovation, and market expansion. However, this model also presents challenges, including a potential lack of creativity, dependency on the strategies of other organizations, and sensitivity to market changes. It is important to balance these benefits and challenges to ensure that collaboration is sustainable and mutually beneficial in the long term.

BIBLIOGRAPHY

1. Riebenbauer, E., Dreisiebner, G., Feuchter, T., Stock, M. (2022). For Practice Enterprise Implementation in Higher Education Institutions. Retrieved from https://penworldwide.org/wp-content/uploads/HEIPNET_Manual_EN.pdf [in English].
2. Ezerskiene, S., Stoniene, A. (2022). Practice Enterprise Partnership With Real Business

Guide. Retrieved from https://penworldwide.org/wp-content/uploads/HEIPNET_Partnership_guide_EN.pdf [in English].

3. Muvrudiev, H., Baciulyte, R. (2022). For Practice Enterprise Curriculum/Module Improvement. Retrieved from https://penworldwide.org/wp-content/uploads/HEIPNET_Recommendations_EN.pdf [in English].
4. Mitchell, S. (2022). Practice Enterprise and Business Partnership Database. Retrieved from https://penworldwide.org/wp-content/uploads/HEIPNET_Database-Guide_EN.pdf [in English].
5. Bojoroviene, J. (2019). Imitacinių bendrovių ir verslo įmonių bendradarbiavimo nauda. Retrieved from https://vb.lsu.lt/object/elaba:40430326/40430326.pdf#page=12 [in Lithuanian].
6. Stonienė, A., Žvinienė, V., & Jonuševičienė, J. (2019). Imitacinių bendrovių ir verslo įmonių bendradarbiavimas edukaciniame kontekste. Retrieved from https://vb.mruni.eu/object/elaba:35444278/35444278.pdf#page=83 [in Lithuanian].
7. Bojorovienė, J., Stonienė, A., & Žvinienė, V. (2020). IMITACINIŲ BENDROVIŲ VEIKLOS GALIMYBĖS REALAUS VERSLO KONTEKSTE–PRAKTIKANTŲ POŽIŪRIS. Retrieved from https://www.utenos-kolegija.lt/upload/file_manager/Visuomenei/Įžvalgos/2020-Nr1/15%20J.%20Bojoroviene,%20A.%20Stoniene,%20V.%20Zviniene.%20IMITACINIU%20BENDROVIU%20VEIKLOS%20GALIMYBES%20REALAUS%20VERSLO%20KONTEKSTE%20–%20PRAKTIKANTU%20POZIURIS.pdf [in Lithuanian].

Student:
Йоан Йоцов
Ioan Yotsov
Yoan_yocov@abv.bg
Ръководител: Проф. д-р Слави Димитров
The supervisor: Prof. Slavi Dimitrov, PhD
Великотърновски университет „Св. Св. Кирил и Методий“, България
„St. Cyril and St. Methodius“ University of Veliko Tarnovo, Bulgaria

ПРОБЛЕМИ НА СОЦИАЛНОТО ОБЩЕСТВО НА ЯПОНИЯ ПРЕЗ ПЕРИОДА 1868-2019 ГОДИНА

PROBLEMS OF JAPAN'S SOCIAL SOCIETY DURING THE PERIOD 1868-2019

Abstract: In this work we will look at the land of the rising sun Japan and its problems during the different periods and specifically two of the most important ones: women's rights and the exploitation of child labor. We pay special attention to the last three periods of its development (Meiji, Showa and Heisei) and how the laws regulating the use of underage labor and women's rights and their struggle for justice changed during them. This is refracted through traditional Japanese values.

Keywords: revolution, exploitation, social rights

ВЪВЕДЕНИЕ

В този статия е разгледана страната на изгряващото слънце Япония и нейните социални проблеми през различните периоди и по-конкретно два от най важните: правата на жените и експлоатацията на детския труд. Обърнато е специално внимание на последните три периода от нейното развитие и как през тях се променят законите регулиращи ползването на непълнолетна работна ръка и правата на жените и тяхната борба за справедливост.

Предмет на изследване е социалното общество в Япония, *обект* на изследване са правата на жените и експлоатацията на детски труд в тази страна, а *целта* е да се анализира състоянието, особеностите и възможностите за развитие на тази част от японското общество.

ИЗЛОЖЕНИЕ

По време на периода Мейджи в Япония (1868-1912 г.) правата на жените претърпяват значителни промени, повлияни от цялостните промени в обществото и усилията на правителството за модернизация.

Преди Реставрацията Мейджи, Япония следва конфуцианските принципи, които подчертават йерархичните социални структури и предписаните роли на мъжете и жените. Жените като цяло са били ограничени до домакински роли, от тях се е очаквало да дават

приоритет на семейството и често са били ограничени в образователните и социалните възможности (Beasley, 1999).

Правителството на Мейджи инициира реформи, които насърчават образованието и за двата пола. Въведено е държавно образование и момичетата получават по-голям достъп до училищно образование, макар и първоначално с акцент върху традиционните умения и ценности. Създават се институции, предназначени специално за момичета, които предлагат образование в области като домашните науки, морала и основната грамотност (Brown, 1993).

Направени са промени в брачните закони, които предоставят на жените по-голяма автономия при избора на съпруг/съпруга. Уговорените бракове все още са били широко разпространени, но са станали по-малко обвързващи от правна гледна точка.

Направени са изменения в законите за наследяване, които позволяват на някои жени да наследяват имущество и богатство в определени случаи, макар и обикновено в контекста на запазване на семейния произход.

Въпреки че обществените норми продължават да подчертават традиционните роли на половете, в градските райони настъпват промени и някои жени започват работа във фабрики или като чиновнички. Възможностите им обаче са ограничени в сравнение с тези на мъжете.

Значителен брой жени намират работа в разрастващата се текстилна промишленост, макар и често при лоши условия на труд и за по-ниско заплащане от мъжете. В резултат на това жените започват да се организират и да се застъпват за правата си, да създават асоциации и да участват в социални движения за подобряване на положението си. Жените авторки и активистки допринасят за литературата и пресата, като обсъждат проблемите на жените и се застъпват за промяна.

Въпреки тези реформи японското общество остава до голяма степен патриархално, а традиционните роли на половете се запазват в селските райони и в много семейства.

Въпреки че беше постигнат известен напредък в достъпа до образование и правните реформи, жените бяха изправени пред значителни пречки при навлизането в професии и постигането на ръководни роли. Периодът Мейджи бележи важен преходен етап за правата на жените в Япония. Макар да е налице законодателен и социален напредък, който предоставя на някои жени по-големи възможности за образование и законови права, традиционните норми на пола продължават да съществуват, което ограничава обхвата на тези промени. Ролите на жените продължават да са свързани предимно с домакинството, а пътят към равенство между половете е постепенен и продължителен процес в социалната еволюция на Япония (Totman, 2002).

През периода Шова (1926-1989 г.) в Япония правата на жените претърпяват значителни промени и предизвикателства, повлияни от социално-политическия пейзаж на страната,

икономическите трансформации и променящите се културни парадигми. Тази епоха е белязана от няколко отделни етапа, които оказват влияние върху ролята, правата и обществените очаквания на жените.

В началния период Шова (1926-1945 г.), милитаризацията на Япония води до засилване на традиционните роли на половете, като се набляга на жените като домакини и носителки на бъдещи войници. Гражданският кодекс от 1898 г. затвърждава патриархалната семейна структура, като предоставя на мъжете значителна власт в домакинството. От своя страна жените получават право на глас през 1945 г., макар и по-късно в сравнение с много западни страни.

Полагат се усилия за увеличаване на образователните възможности на жените, което води до повишаване на грамотността и разширяване на достъпа до образование. Въпреки че някои жени започват работа, особено по време на Втората световна война, те често са ограничени до нископлатени, работни места и са подложени на значителна дискриминация. Въпреки промените в обществото, традиционните роли на половете се запазват, а очакванията към жените да дават приоритет на семейството и домашните задължения остават силни (Burns, 2003).

Следвоенният период Шова (1945-1989 г.) започва с промени в Конституцията от 1947 г. и предоставя на жените повече права, като подчертава равенството между половете и отхвърля дискриминацията. Появяват се движения за правата на жените, които се застъпват за по-голямо равенство между половете, репродуктивни права и подобряване на условията на труд.

Япония преживява бърз икономически растеж в следвоенния период, което води до увеличаване на възможностите за жените на пазара на труда. Жените започват да навлизат в различни професии, но все още се сблъскват с пречки пред развитието си, като получават по-ниски заплати от мъжете и се сблъскват със „стъкления таван“. Въпреки правните реформи, обществените нагласи по отношение на ролята на жените се развиват бавно. От жените все още се очакваше да жонглират между работата и домашните задължения. Появи се „феноменът М-крива“, който показва колко много жени напускат работната сила след сключване на брак или раждане на дете поради обществените очаквания.

Популярната култура изобразява жените в традиционни роли, като запазва определени стереотипи въпреки променящите се обществени норми. Полагат се усилия за насърчаване на равенството между половете чрез образование, като се насърчава стремежът на жените към висше образование и професионална кариера.

Периодът Шова в Япония е свидетел на постепенна еволюция в правата и ролите на жените. Въпреки че правните реформи и увеличените образователни възможности разширяват

правата на жените на хартия, обществените очаквания, традиционните полови норми и различията на работното място често ограничават практическото осъществяване на равенството между половете. Жените постигат успехи в областта на образованието и заетостта, но въпреки това продължават да съществуват значителни предизвикателства, които отразяват продължаващата борба за истинско равенство между половете и културните промени в обществената структура на Япония (Terumasa, 2003).

По време на периода Хейсей (1989-2019 г.) жените в Япония отбелязват редица постижения в областта на правата си в сравнение с предишни периоди, въпреки че предизвикателствата остават. Участието на жените в работната сила се разшири значително. Те навлязоха в различни професии и на по-високи длъжности, въпреки че разликата в заплащането на мъжете и жените и „стъкленият таван“ останаха проблеми.

Измененията на трудовото законодателство имаха за цел да намалят дискриминацията по пол и да насърчат равните възможности на работното място. Образователните възможности на жените се разшириха, което им позволи да посещават висши учебни заведения и да получават по-високи академични степени. Жените станаха по-активни в области като технологиите, науката и бизнеса, което допринесе за тяхната само реализация.

Промените в семейното законодателство, като например опростяване на процедурите по развод и по-добро регулиране на попечителството над деца, подкрепиха правата на жените в семейната сфера. През периода Хейсей продължава отмяната на традиционните роли на половете, като дискусиите все повече се съсредоточават върху въпроси като съчетаването на семейните и професионалните задължения. Женските групи и организации работят активно за насърчаване на правата на жените и равните възможности в различни области. Медиите акцентираха върху правата и равенството на жените, което допринесе за повишаване на обществената осведоменост.

В сравнение с предишни периоди като ерата Шова, през периода Хейсей се наблюдава по-забележимо подобрение на правата и възможностите на жените. По-голямото участие в работната сила, разширяването на образованието и законодателните промени подпомагат самореализацията на жените и съчетаването на семейния и професионалния живот. Въпреки това предизвикателства като разликата в заплащането на жените и мъжете и запазването на традиционните роли на половете остават значими проблеми.

Въпреки тези предизвикателства периодът Хейсей представлява забележителна стъпка напред в утвърждаването на правата на жените и равенството между половете в японското общество (Totman, 2002).

Другият голям проблем е експлоатацията на детски труд през трите периода Мейджи, Шова и Хейсей.

По време на периода Мейджи в Япония (1868-1912 г.) експлоатацията на деца за трудова дейност е широко разпространена и е обусловена от сложно взаимодействие на обществени, икономически и културни фактори. Направен задълбочен преглед на различните причини и мнения, които стоят зад експлоатацията на детски труд през тази епоха.

По време на периода Мейджи Япония претърпява бърза индустриализация, която води до създаването на фабрики и производства. Търсенето на работна ръка рязко нараства, а на децата се гледа като на евтина и ненужна работна ръка. В градските и индустриалните центрове децата често са работили във фабрики, предимно в текстилни фабрики или в преработвателната промишленост.

Децата издържали на дълги часове тежка работа, често в тесни и опасни условия. Много от тях живеели в пренаселени жилища или общежития, предоставени от фабриките. Тези помещения често са били нехигиенични и не са разполагали с подходящи санитарни помещения. Бедността е била широко разпространена и много семейства се борели да свържат двата края. Изпращането на децата на работа често се е разглеждало като средство за допълване на семейния доход, особено в аграрните общности, засегнати от поземлените реформи и промените в селското стопанство.

В селските райони децата са били ангажирани със селскостопанска работа, като са помагали на семействата си в дейности като засаждане, прибиране на реколтата и грижи за посевите. Те работят сезонно и се сблъскваха с дълги часове на физически натоварваща работа. Някои деца са ангажирани в семейни производства като производство на коприна или занаятчийство, като често са работили заедно с родителите си или с роднини.

Децата обикновено са работили дълго време, понякога до 12 часа на ден или повече, с минимални почивки. Заради трудовите си задължения много деца са имали ограничен достъп до образование. Те или получавали спорадично образование, или изобщо нямали формално образование, което затвърждавало цикъла на неграмотност и ограничени възможности.

Децата получават значително по-ниско заплащане от възрастните за същата работа, което допринася за доходите на семействата им, но често ги вкарва в капана на бедността. Работата в опасна среда излага децата на рискове за здравето, като например дихателни проблеми в текстилните фабрики или физически наранявания в промишлените предприятия. Лошото хранене и липсата на достъп до здравни грижи допълнително влошават здравословното им състояние.

Натоварващият работен график лишаваше тези деца от типично детство, като им отнема време за игра, образование и социални контакти. Децата, ангажирани с трудова дейност, често се сблъскват с обществена стигма, тъй като се смятат за представители на по-ниска класа или нямат възможности за социално развитие (Burns, 2003).

Начинът на живот на децата, експлоатирани за работа през периода Мейджи, се характеризира с тежки условия на труд, ограничено образование и жертване на детството в името на икономическото оцеляване. Тези условия са ярко отражение на социално-икономическите реалности и експлоататорските трудови практики, преобладаващи през тази епоха.

Фокусът на правителството върху икономическия растеж и модернизацията често е бил за сметка на трудовите разпоредби. Съществуват минимални закони за защита на децата в работната сила, което позволява на работодателите да експлоатират техния труд. Конфуцианските ценности, подчертаващи уважението към по-възрастните и приноса към благосъстоянието на семейството, формират схващането, че децата трябва да допринасят за доходите на домакинството от ранна възраст (Reiko, 2001).

Въпреки че през този период се полагат усилия за разширяване на образованието, достъпът до него е ограничен, особено за по-бедните семейства. В резултат на това децата често е трябвало да избират между образование и работа, като икономическите нужди на семейството са имали предимство.

Обществените норми често налагат от момичетата да помагат в домакинството или да се занимават с текстилна работа още от ранна възраст, което допринася за разпространението на детския труд, особено в домашната индустрия. Много деца, особено момичетата, са били наемани в текстилната промишленост поради техните пъргави пръсти и способност да се справят с деликатни задачи. Тази индустрия формира значителна част от детския труд през периода Мейджи.

В селските райони децата са били изключително важни за селскостопанската работа, особено по време на пиковите сезони като засаждане и прибиране на реколтата. Икономическият натиск принуждавал семействата да разчитат на детския труд, за да поддържат селскостопанското производство.

Основният фокус на правителството бива върху бързата модернизация, често за сметка на трудовите права и защита. Съществуват ограничени закони за защита на децата-работници, което позволява на работодателите да се възползват от тяхната уязвимост. Общественото възприемало на работата на децата като необходимост за оцеляването на семейството допринася за липсата на широка информираност или активност срещу детския труд през този период.

По време на периода Шова в Япония (1926-1989 г.) експлоатацията на деца за работа продължава поради сложно взаимодействие на социално-икономически, културни и исторически фактори, които повлиява на преобладаващите нагласи към детския труд. След Втората световна война Япония се сблъска с огромни икономически предизвикателства. Било

необходимо бързо възстановяване и икономически растеж, което довежда до висока нужда от работна сила, включително деца.

Бързият процес на индустриализация и урбанизация създава постоянна нужда от евтин и гъвкав работен кадър, а децата често биват наети в индустрии като текстил, производство и селското стопанство поради по-ниските им заплати и предполагаемата им адаптивност.

Много семейства се борят с бедност и икономическа нестабилност, особено след войната. Натискът за изпращане на децата на работа често се възприема като необходимост за допълване на семейния бюджет. Ограничените програми за социална помощ и подкрепа означават, че семействата трябва да разчитат на доходите, генерирани от всеки възможен член, включително децата, за да изкарат бюджета (Terumasa, 2003).

Конфуцианските ценности, подчертаващи семейния дълг и важността на приноса към благоденствието на домакинството, влияеха на възприятието, че децата трябва да работят, за да подкрепят семействата си (Reiko, 2001). Историческата зависимост на Япония от семейно базирани занаяти и селскостопански индустрии поддържа идеята, че децата трябва да допринасят за семейните предприятия от малка възраст. През по-ранните части от периода на Шова липсват минимални регулации, които специално да защитават правата на децата на работното място. Тази липса на законодателна защита позволяваше на работодателите да злоупотребяват с труда на децата.

Надзорът и прилагането на законите за труда често били неподходящи, което позволява на експлоатативните практики да продължат. Въпреки усилията да се разшири образованието, достъпът остава ограничен, особено за по-бедните семейства. Това кара мнозина деца да избират между образование и работа, като често предпочитаха икономическите нужди на семействата си. В някои индустрии и региони съществува културно приемане на детския труд като норма, утвърждавайки цикъла на експлоатация.

Ангажирането в труд на млада възраст лишаваше децата от нормално детство, лишавайки ги от възможността за образование, игра и социално развитие. Децата, работещи в опасни среди, са изложени на рискове за физическо и психическо здраве, издържайки дълги часове, лоши условия на работа и изложени на опасни вещества.

Експлоатацията на децата за работа през периода на Шова произтича от комбинация от икономическа необходимост, културни норми, исторически предизвикателства и слаба законова защита. Въпреки че по време на периода са забелязани някои промени в обществото, които премахват експлоатацията, но тя продължава да бъде широко разпространена в ранните години на този период. По време на периода Хейсей (1989-2019 г.) Япония предприе няколко стъпки за справяне с детския труд и подобряване на условията за младите работници. Използват се няколко начина, по които държавата се справи с този проблем през това време:

- Япония въведе и измени трудовото законодателство, за да защити децата в работната сила. Законът за закрила на детето бе преразгледан, за да подчертае защитата на правата и благосъстоянието на децата, включително разпоредби срещу детския труд и експлоатацията;
- Япония наложи законите за задължителното образование, за да гарантира, че децата получават образование до определена възраст, с цел да се предотврати преждевременното им навлизане в работната сила. Бяха положени усилия за интегриране на професионалното обучение в образователните системи, предоставяйки алтернативи за развитие на умения, без да се компрометират правата на децата;
- Правителството и неправителствените организации стартираха кампании за осведомяване, за да информират обществеността за пагубните последици от детския труд и значението на защитата на правата на децата;
- Властите увеличиха усилията си за прилагане на трудовите закони и разпоредби, като провеждат инспекции в индустриите, в които се наемат млади работници, за да се гарантира спазването на стандартите;
- Япония ратифицира международни споразумения като Конвенцията на Международната организация на труда (МОТ) за най-лошите форми на детския труд, като се ангажира да изкорени най-лошите форми на детски труд. Япония започна да си сътрудничи с международни организации, за да се поучи от най-добрите световни практики и да приложи ефективни мерки за борба с детския труд;
- Държавата разработи системи за социална подкрепа за подпомагане на семейства в нужда, с цел намаляване на икономическия натиск, довел до детския труд. Бяха положени усилия за осигуряване на програми за рехабилитация за бивши работещи деца, предлагащи образование и обучение за умения, за да ги реинтегрират в обществото.

Въпреки тези мерки предизвикателствата продължават, като преобладаването на неформалната работа, трудностите при наблюдението на дребните индустрии и осигуряването на всеобщо спазване на трудовото законодателство. Освен това икономическият натиск, особено в домакинствата в неравностойно положение, понякога кара децата да търсят работа въпреки правната защита. Като цяло Япония положи съгласувани усилия по време на периода Хейсей за справяне с детския труд чрез законодателни реформи, образователни инициативи, кампании за повишаване на осведомеността и международно сътрудничество, целящи защита на правата и благосъстоянието на децата в работната сила.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Можем да обобщим, че в Япония правата на жените са претърпели значителен напредък през последните десетилетия, включително по отношение на равенството в образованието и работата. Въпреки това, все още съществуват предизвикателства, особено в професионалната сфера, където жените се изправят пред заплахи като разлики в заплатите и ограничения в кариерното им развитие.

Относно експлоатацията на детски труд в Япония, страната има закони, които забраняват детския труд и предоставят закрила на младите работници. През годините са предприети мерки за регулиране на трудовите стандарти и намаляване на децата, които се използват за труд. Въпреки това, все още се наблюдава някои случаи на незаконен детски труд, особено в семействата, които са социално уязвими или изложени на икономически трудности.

BIBLIOGRAPHY

Beasley, W. (1999). The Japanese Experience: A Short History of Japan. University of California Press. [in English].

Brown, D. (ed.). (1993). The Cambridge History of Japan. Cambridge University Press. [in English].

Totman, C. (2002). A History of Japan. Blackwell. [in English].

Burns, S. (2003). Before the Nation - Kokugaku and the Imagining of Community in Early Modern Japan, Duke University Press, Durham, London. [in English].

Terumasa, N. (2003). A History of National Civilization, Fusosha. [in English].

Reiko, Sh. (2001). The Confucianism of Kitabatake Chikabo, Perikansha. [in English].

Student:
Trunko Victoria
Speciality: Finance, banking and insurance
Supervisor:
Melnik Kostiantyn
Lecturer at the Department of International Economic Relations
Odessa National Economic University
Odesa, Ukraine
kostya.melnik.00@gmail.com

МІГРАЦІЯ ДІЄЗДАТНОГО НАСЕЛЕННЯ УКРАЇНИ ПІД ЧАС ВОЄННОГО СТАНУ

Ключові слова: міграція, трудові ресурси, воєнний стан, зовнішня міграція, внутрішня міграція, міграційне сальдо.

Анотація: У статті розглянуто динаміку розміру номінальної заробітної плати. Визначено причини трудової міграції за межі країни. Надано визначення терміну «зовнішня міграція». Порівняно кількість українців за кордоном у період з 01.02.2023 по 21.06.2023 рр. Виявлено кількість перетинів кордону з 24.02.2022 до 01.05.2023 за даними Державної прикордонної служби. Надано визначення поняттю «міграційне сальдо». Розподіллено країни з від' ємним і додатнім міграційним сальдо. Визначено причини, які впливають на вибір країни при міграції. Порівняно кількість громадян України в країнах світу. Висвітлено позитивні і негативні наслідки міграції робочої сили. Надано визначення поняттю «внутрішньо переміщена особа». Розглянуто темпи відновлення бізнес-клімату в Україні з березня по вересень 2022 р.

Key words: migration, labor resources, martial law, external migration, internal migration, migration balance.

Abstract: The article examines the dynamics of nominal wages. The causes of labor migration outside the country are determined. A definition of the term "External migration" is given. The number of Ukrainians abroad in the period from 02/01/2023 to 06/21/2023 was compared. The number of border crossings from 02/24/2022 to 05/01/2023 was revealed according to the data of the State Border Service. The definition of the concept of "Migration balance" is given. Countries with a negative and positive migration balance are divided. The reasons that influence the choice of the country during migration have been determined. Comparison of the number of citizens of Ukraine in the countries of the world. The positive and negative consequences of labor migration are highlighted.

The concept of «Internally Displaced Person» is defined. The rate of recovery of the business climate in Ukraine from March to September 2022 was considered.

Чисельність населення в Україні поступово зменшується, основними причинами цього є: по-перше, через перевищення смертності над народжуваністю, по-друге, через значний рівень трудової міграції, який лише збільшився з початку воєнних дій. Міграція трудового населення є актуальною та невід'ємною частиною сучасної соціально-економічної реальності України. Українське трудове населення наділене потужним потенціалом для забезпечення важливого внеску у внутрішній та зовнішній розвиток країни. В даному контексті важливо розглядати як позитивні, так і негативні аспекти міграційних процесів, їх вплив на економіку, соціальну структуру та загальний розвиток України. Міграція трудового населення стала однією з ключових тем у сучасному світі, визначаючи нові виклики та можливості для країн та їх громадян. У контексті воєнного стану, проблема міграції трудового населення в Україні стає особливо актуальною.

Більшість роботодавців виплачують своїм співробітникам довоєнний рівень заробітної плати у національній валюті. Проте, навіть якщо в компанії зарплати залишилися на довоєнному рівні, фактично це означає зниження на понад 40 % через девальвацію та інфляцію [9].

Рис. 1.

Середньомісячна номінальна заробітна плата за квартал у 2021 – 2023 рр.

Складено автором за джерелом [8].

Розмір номінальної середньомісячної заробітної плати, до повномасштабного вторгнення, спостерігалась тенденція збільшення розміру, але через нестабільність фінансової системи після вторгнення відбуваються коливання. У II кварталі 2023 р. у порівнянні з I кварталом 2023 р. відбулось підвищення заробітної плати до 17 176, що на 1 740 грн більше,

ніж у попередньому кварталі. Незважаючи на значне перевищення номінальної заробітної плати у II кварталі 2023 року над IV кварталом 2021 року, рівень реальної заробітної плати суттєво не змінився через високий рівень інфляції, тому низький рівень заробітної плати і значне зростання цін можна віднести до основних причин міграції трудового населення.

Основними причинами трудової міграції, які визначають рішення людей шукати роботу за межами своєї країни:

1) воєнні дії на території України;
2) високий рівень безробіття в країні;
3) незадоволеність населення соціально-економічними умовами життя та несприятлива демографічна ситуація;
4) високий рівень корупції;
5) проблеми раціонального використання трудових ресурсів (вузькість ринку праці, структурне безробіття, нерівність чоловіків та жінок при прийнятті на роботу тощо) та несправедливий розподіл доходів;
6) відсутність соціального пакету;
7) деградація системи безкоштовної освіти та медицини [2, с. 480].

Розуміння наведених причин допомагає сформулювати стратегію для керування міграційними процесами та максимізації позитивного впливу трудової міграції на розвиток держави.

Зовнішня міграція в Україні представляє собою пересування населення за кордон для працевлаштування, навчання чи пошуку кращих умов життя. Цей процес впливає на економіку, соціокультурний ландшафт та інші аспекти українського суспільства.

Таблиця 1.

Назва: Кількість українців за кордоном у період з 01.02.2023 по 21.06.2023 рр.

Дата	Кількість українців за кордоном
01.02.2023	7 989 027
29.03.2023	8 054 849
21.06.2023	8 177 638

Джерело: [4].

Аналізуючи наведенні дані, можна стверджувати, що кількість емігрантів за досліджуваний період збільшилась на 188 611 осіб.

Майже 63% українців, які перебувають за кордоном, повнолітні, 22% — діти до 18 років. Вік ще 15% осіб не уточнюють. Нині за кордоном через війну перебуває близько 20% наявного населення України до 24 лютого 2022 року [4].

За даними Державної прикордонної служби можна виявити приблизну кількість осіб, яка перетнула кордон в конкретному місті. Дані не є точними через можливість осіб повернутися на Батьківщину і через проблеми с фіксацією кількості осіб, які виїхали за межі України в перші 3 тижня після повномасштабного вторгнення.

Таблиця 2.

Назва: Кількість перетинів кордону з 24.02.2022 до 01.05.2023 за даними ДПС.

Ділянка кордону	Всього перетинів	На в'їзд в Україну	На виїзд з України	Міграційне сальдо
Угорщина	4 405 629	2 142 325	2 263 304	-120 979
Словаччина	2 283 454	1 044 561	1 238 893	-194 332
Румунія	4 469 787	2 105 445	2 364 342	-258 897
Польща	19 936 060	9 042 429	10 893 631	-1 851 202
Молдова	3 259 835	1 494 669	1 765 166	-270 497
Росія	5 868	5 569	299	5 270
Білорусь	4 038	3 972	66	3 906

Джерело: [4].

Відзначимо, що міграційне сальдо - різниця між числом прибулих на територію та числом вибулих з неї за певний термін (як правило, за рік) [7]. У Росії і Білорусі додатне міграційне сальдо, у той час як в Угорщині, Словаччині, Румунії, Польщі, Молдові – від'ємне. Найбільша кількість перетинів кордону Польщі, яка складає 19 936 060 разів, при чому на в'їзд в Україну і на виїзд з України найбільша кількість також перепадає на Польщу. Від'ємне міграційне сальдо свідчить про те, що впродовж досліджуваного періоду більше осіб виїхало за межі країни, чим в'їхало в Україну.

Зрозуміло, що не всі українці залишаються в країнах, які мають спільний кордон з Україною. На вибір країни впливають наступні фактори:

1) Висока реальна заробітна плата;
2) Умови та можливість кар'єрного зростання при бажанні працевлаштуватися на тривалий час;
3) Знання мови та зручність адаптації до культури;
4) Легальність працевлаштування;
5) Географічне положення і клімат.

Кількість українців, які на 01.02.2023 р. офіційно перебували за межами України надано у таблиці 3, де продемонстровано кількість осіб за країнами світу.

Таблиця 3.

Назва: Кількість громадян України, які перебувають за кордоном – статистика по країнам станом на 01.02.2023 р.

Країна	Кількість громадян України, які перебувають за кордоном
Польща	1 786 000
Німеччина	1 200 000
США	894 665
Чехія	631 705
Італія	400 023
Канада	311 351
Іспанія	270 000
Ізраїль	220 000
Угорщина	175 500
Молдова	158 613
Словаччина	148 678
Франція	147 253
Велика Британія	140 300
Румунія	126 165
Греція	100 942
Інші країни	1 279 832
Всього	7 989 027

Джерело: [1].

Найбільша кількість громадян України за кордоном спостерігається в Польщі (1 786 000 осіб), Німеччині (1 200 000 осіб) і в США (894 665 осіб).

Розглянемо динаміку кількості українців в межах Європи за даними Управління Верховного комісара ООН у справах біженців (УВКБ ООН). Наведені дані дають змогу оцінити зміну у кількості осіб спираючись на дати з 01.06.2022 по 01.07.2023 рр.

Рис. 2.

Назва: Динаміка кількості українців в межах Європи в період з 01.06.2022 до 26.06.2023.

Складено автором за джерелом [4].

Для полегшення аналізу кількості українських переселенців побудована лінію тренду. З 01.06.2022 р. до 01.12.2022 р. можна спостерігати лише ріст кількості українців за кордоном. Незважаючи на незначні спади, під час досліджуваного періоду спостерігається тенденція збільшення кількості українських переселенців. З 01.05.2023 р. кількість зафіксованих осіб зменшилася на 0,7 млн у порівнянні з 01.06.2023 р. За інформацією, опублікованою УВКБ ООН, можна припустити, що з 24 лютого минулого року з України виїхало та не повернулося близько 6,29 млн осіб [4].

Міграція робочої сили закордон має для України, як правило, негативні наслідки, серед яких можна виділити:

1) втрата країною найбільш конкурентоздатної частини власних трудових ресурсів;

2) уповільнення темпів розвитку НТП в зв'язку з чисельною інтелектуальною еміграцією, або так званим «відтоком умів»;

3) використання громадян України за кордоном на низько кваліфікованих, важких роботах зі шкідливими умовами праці, наявність випадків їх дискримінації та експлуатації з боку місцевих роботодавців та ін.

Проте, вплив міграційних процесів може і позитивно впливати на різні сфери господарювання:

1. Підвищення рівня кваліфікації, освоєння нових технологій, професій, систем організації виробництва трудових мігрантів.

2. Надходження в Україну додаткової іноземної валюти шляхом грошових переказів трудових емігрантів та інвестування коштів в економіку через створення спільних підприємств з іноземними засновниками.

3. Значне зниження рівня безробіття на українському ринку праці [3].

У зв'язку з повномасштабним вторгненням в межах України відбувається внутрішня міграція населення, у тому числі і дієздатного. Тому варто розглянути внутрішню міграцію українців, адже, велика кількість громадян не покидала територію країни, а переїхали на території, на яких не ведуться активні бойові дії, тобто переважно на захід України.

Відмітимо, що внутрішньо переміщеною особою (ВПО) є громадянин України, іноземець або особа без громадянства, яка перебуває на території України на законних підставах та має право на постійне проживання в Україні, яку змусили залишити або покинути своє місце проживання у результаті або з метою уникнення негативних наслідків збройного конфлікту, тимчасової окупації, повсюдних проявів насильства, порушень прав людини та надзвичайних ситуацій природного чи техногенного характеру [6].

Станом на 12 грудня 2022 р. кількість ВПО склала 4 893 079 осіб, з яких 1 093 821 — діти, станом на 9 червня 2023 р. - 4 871 807 осіб, з яких 1 051 688 особам до 18 років. Тобто майже за 6 місяців кількість ВПО суттєво не змінилась.

Темпи відновлення бізнес-клімату в Україні з березня по вересень 2022 р. Наведені дані дадуть змогу виявити кількість підприємств, що мігрували, і порівняти дані з підприємствами, що знаходяться на різних етапах життєвого циклу.

Рис. 3.

Темпи відновлення бізнес-клімату в Україні під час війни у 2022 р.

Джерело: [9].

На графіку спостерігається зменшення кількості закритих підприємств у липні в порівнянні з червнем. Схожа динаміка у збанкрутілих підприємств – їх кількість до червня

зростала, але в липні зменшилась і зупинилася на рівні 135 підприємств. Розглянемо підприємства, які мігрували. Їх кількість зростала до червня, але в липні значно зменшилась, а саме на 724 підприємства. Динаміка створення нового бізнесу також зростає, але в липні спостерігається зменшення кількості нових підприємств.

Міграція дієздатного населення в Україні під час воєнного стану є вимушеною реакцією на військовий конфлікт. Люди вирушають за кордон або в інший куток країни, шукаючи безпеки та захисту від воєнного вторгнення. Зовнішня міграція має більше наслідків, як негативних (нестача висококваліфікованих кадрів на внутрішньому ринку праці), так і позитивних (обмін досвідом), ніж внутрішня міграція. Кількість емігрантів з України зростає, причому Польща, Німеччина та США є країнами, які прийняли найбільшу кількість українських громадян з початку повномасштабного вторгнення. Важливо розуміти, що для відновлення економічного сектору державі необхідно повернути українців та залучити дієздатне населення інших країн завдяки стимулам і вигідним пропозиціям.

Таким чином, необхідність розуміння та врахування усіх аспектів міграції дієздатного населення в умовах воєнного стану є важливим фактором для розробки ефективної стратегії та політики, спрямованих на покращення якості життя та підтримку громадян у теперішньому часі та відтворення і повернення робочої сили для відбудови економіки.

BIBLIOGRAPHY

1. *Вплив повномасштабної війни на міграцію українців: як масштаби переміщення оцінюють держава Україна та міжнародні організації*. (б. д.). ОПОРА - Громадянська мережа - вибори в Україні - Election in Ukraine. https://www.oporaua.org/viyna/vpliv-povnomasshtabnoyi-viini-na-migratsiiu-ukrayintsiv-iak-masshtabi-peremishchennia-otsiniuiut-derzhava-ukrayina-ta-mizhnarodni-organizatsiyi-24523#Кількість%20ВПО

2. Каліневич, О. С. (2023, April). Проблема трудової міграції населення в Україні. In *The 7 th International scientific and practical conference "Science and technology: problems, prospects and innovations" (April 13-15, 2023) CPN Publishing Group, Osaka, Japan. 2023. 498 p.* (p. 478).

3. Киданюк, В. (2021). Трудова міграція в Україні: тенденції та наслідки. *Студентський науковий вісник,* 46, 21-23. http://dspace.tnpu.edu.ua/bitstream/123456789/21434/1/11_Kydanyuk.pdf

4. *Кількість українців та їх міграція за кордон через війну — дослідження Громадянської мережі ОПОРА*. (б. д.). ОПОРА - Громадянська мережа - вибори в Україні - Election in Ukraine. https://www.oporaua.org/viyna/kilkist-ukrayintsiv-ta-yikh-migratsiia-za-

kordon-cherez-viinu-doslidzhennia-gromadianskoyi-merezhi-opora-24791#Міністерство%20закордонних%20справ

5. Кучерява, О., & Освіцинський, Б. (2022). Міграція у воєнний період як фактор впливу на трудовий потенціал підприємства. *Соціально-компетентне управління та безпека підприємницьких структур в умовах воєнної економіки (с.*145-149).

6. *Портал онлайн послуг*. (б. д.). Центральний портал. https://igov.org.ua/subcategory/1/32/situation/48

7. *Сальдо міграцій*. (б. д.). Географія, географія України, країни світу. http://www.geograf.com.ua/glossary/suspilno-geografichni-terminy/saldo-migratsij

8. *Середньомісячна заробітна плата за видами економічної діяльності за квартал.* (б. д.). Держстат України. https://ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2017/gdn/snzp/snzp_ek/smzp_ek_u.htm

9. Тутова, А. С. (2022). Міграція населення під час війни та її вплив на ринок оплати праці (с.109-120). http://repository.hneu.edu.ua/bitstream/123456789/29242/1/%D0%A2%D1%83%D1%82%D0%BE%D0%B2%D0%B0%20%D0%90.%D0%A1.%20%D0%9C%D1%96%D0%B3%D1%80%D0%B0%D1%86%D1%96%D1%8F%20%D0%BD%D0%B0%D1%81%D0%B5%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8F%20%D0%BF%D1%96%D0%B4%20%D1%87%D0%B0%D1%81%20%D0%B2%D1%96%D0%B9%D0%BD%D0%B8%20%D1%82%D0%B0%20%D1%97%D1%97%20%D0%B2%D0%BF%D0%BB%D0%B8%D0%B2%20%D0%BD%D0%B0%20%D1%80%D0%B8%D0%BD%D0%BE%D0%BA%20%D0%BE%D0%BF%D0%BB%D0%B0%D1%82%D0%B8%20%D0%BF%D1%80%D0%B0%D1%86%D1%96.pdf

III. PROBLEMY I WYZWANIA FINANSOWE
FINANCIAL PROBLEMS AND CHALLENGES

Student:
Andrii Stelmakh
Finance study program
Supervisor:
Izolda Skruibytė, Phd. Assoc.professor
Klaipėdos Valstybinė Kolegija / Higher Education Institution
i.skruibyte@kvk.lt

ANALYSIS OF THE ENTERPRISE CAPITAL STRUCTURE

Keywords: capital structure, Modigliani-Miller theory, trade-off theory, pecking order theory, agency cost theory.

Abstract: The subject of enterprise capital structure management, especially the balance between debt and equity financing, has long tempted the attention of both financial researchers and business experts. This study discusses the deep effects of capital structure choices have on not only the theoretical foundations of corporate finance, but also the practical techniques enterprises implement on a global level.

The subject of the study was an enterprise capital structure, for which critical capital structure metrics were methodically analyzed. These indicators, which included ratios such as Debt-to-Equity and Equity Ratio, provided important insights into the enterprise's financial position and strategic financing decisions.

Finally, while theoretically examined in financial literature, the capital structure reveals its actual nature when applied to real-world businesses. This study deconstructed the delicate balance between debt and equity, as well as how such decisions impact an organization's financial future using a comprehensive analysis of an enterprise. It highlights the significance of strategic financial decisions and their implications for an organization's overall health and market perception.

Introduction

Capital structure, or the balance of debt and equity financing in an enterprise, has long been a focus of financial study. From a global viewpoint, the subject of how organizations pick their capital structure is still relevant since it impacts not only the theoretical understandings of corporate finance but also the actual tactics taken by enterprises throughout the world (Brusov and Filatova, 2023).

A historical viewpoint highlights the strong relationship between an enterprise’s capital structure choice and its primary purpose - profit maximization. While the theoretical basis remains strong, the market's practical features have been constantly constructed, polished, analyzed, and updated. In

today's data-driven world, the applied methods of research are mixed with using AI's analytical powers has the ability to uncover hidden insights, predict financial actions with more precision, and challenge traditional theoretical structures (Luo and Jiang, 2022).

Research aim: Theoretically analyze the capital structure of the enterprise by presenting the main theories and factors influencing the capital structure.

Research tasks:

1. To conduct the analysis of capital structure and its main components.
2. To provide the main theories of the capital structure.
3. To analyze factors influencing capital structure.

Research methods: analysis of scientific articles, comparison and summary.

1. The concept of capital structure and its main components

The capital structure of an enterprise refers to the combination of financial resources that it uses to fund its operations and achieve its strategic goals. This combination, which is mostly made from equity and debt, plays an important role in a corporation's financial structure. The breakdown of an enterprises capital structure has a direct influence on its risk tolerance, the price of capital, and, as a result, its market value (Agarwal, 2013).

Capital structure develops as a key topic in the field of finance for companies. It has a huge impact on how an enterprise manages its financial responsibilities while seeking to expanding and profitability. The complex balance of equity and debt determines the cost of capital, which is a critical factor of an enterprise's ability to launch new initiatives. Furthermore, a rational capital structure can act as a buffer against financial adversity, guaranteeing some level of financial stability.

Enterprises may plan a financial composition that matches the interests of investors, creditors, and other parties by looking at the capital structure. It serves as a channel for organizations to maximize their financial performance, making it important in corporate financial management (Alghifari et.al., 2022).

An enterprise's capital structure is the specific mix of debt and equity that it uses to fund its day-to-day activities and strategic goals. Capital structure components can be categorized as equity capital, which reflects ownership in the business, and debt capital, that is borrowed from outside sources. This composition is critical since it affects both the enterprises financial stability and its growth path (Gurbanov, 2021).

The importance of capital structure for businesses is numerous. For example, it sets the enterprise's risk and return characteristics. Due to the required nature of debt repayments, the greater percentage of debt enhances the enterprise's financial risk, whereas equity does not. Second, the capital structure choice is critical to an enterprise's future growth and progress. An optimal capital structure can result

in a cheaper cost of capital, increasing the enterprise's capacity to pursue profitable initiatives (Ma and Xu, 2020).

Capital structure has an influence on an enterprise's success and value. The capital structure has a direct impact on performance indicators such as Return on Equity (ROE) and Earnings Per Share (EPS). An appropriate capital structure can improve these performance metrics, potentially increasing the enterprise's market value. Furthermore, the enterprise's capital structure influences its cost of capital, which is the minimum return requested by investors. A reduced cost of capital may result in a higher business valuation since it increases the present value of future cash flows, providing all other variables stay constant (Swanson, Srinidhi and Seetharaman, 2003).

Enterprises may find a balance between risk and benefit with a well-considered capital structure, assuring not just survival but also an ideal environment for development and value development. The careful coordination of short-term and long-term capital structures, together with understanding of the underlying theories, is the foundation of responsible corporate financial management (Baker and Martin, 2011).

The capital structure is created by combining several sources of finances, each with its own set of features and effects. Equity, debt, and hybrid securities are the key components.

1. *Equity:* The enterprise's equity reflects its ownership. It has an infinite lifespan and does not need ongoing payments. Because it has no fixed liabilities, equity provides a financial buffer. It also boosts the enterprise's creditworthiness, making further funding accessible. Also, equity may result in a reduced Return on Equity (ROE) if profit do not rise proportionally (Mvita, Brummer and Wolmarans, 2021).

2. *Debt:* Debt is the borrowing of cash with the promise to repay the entire borrowed amount plus interest at specified periods. Debt interest is tax-deductible, lowering the effective cost of debt. Furthermore, debt doesn't affect ownership. Because of fixed payment obligations debt increases financial risk. High levels of debt could impact the enterprise's operating flexibility due to loan restrictions (Swanson, Srinidhi and Seetharaman, 2003).

3. *Hybrid securities:* Hybrid instruments, such as bonds and shares, contain aspects of debt and equity. They give some financial flexibility, sometimes combining the tax benefits of debt with the reduced risk characteristics of stock. They might be difficult to arrange and have greater issuing expenses. Furthermore, they may have strict regulations (Sasso, 2013).

The optimum capital structure concept is essential to capital structure discussion. It refers to a debt-equity mix that reduces the enterprise's cost of capital while increasing its value. Enterprises seek to develop a capital structure that meets their operating requirements, enhances shareholder value, and guarantees long-term sustainability by achieving a balance. Due to variances in industry dynamics,

operational dangers and the enterprise growth, the ideal capital structure may change between enterprises.

2. Main theories of the enterprise's capital structure

Scholars have different approaches on the enterprise's ability to finance its activities, so their views on the enterprise's capital structure and its optimization are very different. Considering this, different theories of capital structure are provided in the scientific literature. The main theories of Capital Structure:

1. *Modigliani-Miller theorem (MM):* The MM theorem, developed by Franco Modigliani and Merton Miller, is based on a number of presumptions, including the absence of taxes, the absence of bankruptcy costs, and the availability of extensive market knowledge. Initially, the theory claimed that under perfect market circumstances, capital structure had no impact on business value. When they modified the basic idea of no taxes, the theory developed to recognize that, due to tax deductions on interest payments, enterprises with debt may have a higher value than those without (Adesuyi, 2022).

2. *Trade-off theory:* According to this theory, there is a trade-off between the tax advantages of debt and the costs of a recession. Enterprises want to create an optimal capital structure in which the marginal benefit of debt tax protects correlates with the marginal cost of financial instability. This theory provides a framework for understanding how companies might try to reduce their total cost of capital in order to maximize enterprise value (Atakul and Gundes, 2021).

3. *Pecking order theory:* According to this theory, organizations' financing preferences are organized in a hierarchy: first, internal financing through retained earnings, then debt, and finally equity. This hierarchy is based on information asymmetry, in which management know more about the enterprise's worth and prospects than outside investors. Enterprises look for internal financing to avoid underpricing problems and the expenses of issuing new securities. When internal funding is insufficient, debt gets preference over equity since it has lower information costs and is less dilutive (Atakul and Gundes, 2021).

4. *Agency cost theory:* analyzes conflicts of interest that exist between different stakeholders within a corporation, particularly between managers and shareholders and between shareholders and debt holders. Managers may not always behave in the best interests of shareholders, and shareholders' goals might conflict with the interests of debt holders. These agency conflicts have the potential to significantly affect capital structure decisions. For example, debt can be used as a disciplinary tool to limit managerial freedom and align managers' actions with the interests of shareholders. A high amount of debt, on the other hand, may lead to asset substitution and underinvestment issues, intensifying tensions between shareholders and debt holders (Brusov and Filatova, 2023)

Capital structure, which includes a mix of stock, debt, and hybrid instruments, is critical in determining an enterprise's financial future. The discussion disclosed concepts like as the Modigliani-Miller theorem, Trade-off theory, Pecking Order theory, and Agency Cost theory, each of which explained different aspects of capital structure choices. These ideas give a solid foundation for understanding real-world financial decision-making in organizations. The discussions emphasized the subtle balance that organizations seek for when optimizing capital structure to reduce costs and increase value, emphasizing the deep significance these theoretical frameworks carry for real financial management and overall enterprise strategy. This theoretical investigation has developed a greater knowledge of the complex dynamics surrounding capital structure and its crucial role in corporate financial management, considerably contributing to the larger academic and practical debate on corporate finance (Luo and Jiang, 2022).

3. Factors influencing capital structure

A key component of business finance management is capital structure, which defines the combination of debt and equity used by an enterprise to fund its activities. The composition of an enterprise's capital structure has an important impact on its risk profile, cost of capital, and, ultimately, market value. The debate over capital structure goes beyond its definition to include the numerous elements that determine its composition. These variables include internal business characteristics as well as external macroeconomic and industry-specific variables (Swanson, Srinidhi and Seetharaman, 2003). Understanding the elements that influence capital structure is critical for good corporate financial management. It acts as a guide for financial managers as they navigate the complicated topography of capital allocation in order to maximize the enterprise's financial performance and shareholder value. It also provides insight into how external shocks, such as economic downturns or regulatory changes, may influence the enterprise's financial situation, allowing for a faster and strategic response (Taristy, Haryono and Hartono, 2023).

Moving on to the elements impacting capital structure, it is clear that the decision-making process gets mixed up with a number of variables. Internal dynamics such as the enterprise's profitability, growth prospects, and asset structure are included, as are external impacts such as macroeconomic conditions, industry dynamics, and financial market conditions. The interaction of these elements helps organizations build a capital structure that matches to their strategic goals while managing financial risks (Riyandi and Riyanto, 2022).

This analytical dive into the elements influencing capital structure attempts to provide a deeper comprehension of the interaction of many variables. It emphasizes the need of careful capital structure management in enhancing an enterprise's financial resilience and ability to adapt in the context of a constantly changing business environment (Gajdosikova and Valaskova, 2022).

Macroeconomic conditions have an important effect on the financial environment in which enterprises operate, resulting in their capital structure decisions. Interest rates, inflation, and economic growth are three critical macroeconomic elements (Sîrbulescu, Iancu, Adamov, Rujescu and Alda, 2022).

1. *Interest Rates:* Borrowing costs are influenced by interest rates. Lower interest rates lower the cost of debt, which makes lending attractive to businesses. Higher interest rates, on the other hand, could discourage enterprises from taking on debt, pushing them toward equity financing or keeping earnings.
2. *Inflation:* Inflation impacts the actual cost of borrowing as well as companies buying power. High inflation may decrease buying power, making debt repayment more difficult, particularly if an enterprise's earnings do not keep move with inflation. This scenario may cause businesses to reassess their debt levels in order to avoid financial difficulties.
3. *Economic Growth:* Economic growth indicates a favorable climate for corporate expansion. Enterprises may be more motivated to use debt to take advantage of growth prospects in a booming economy. On the other hand, during economic downturns, corporations may tread carefully with debt in order to prevent over-leveraging.

Enterprises must constantly pass through these macroeconomic waters in order to dynamically change their capital structure. In a low-interest-rate environment, for example, corporations may choose to increase their debt levels in order to capitalize on the lower cost of borrowing, so encouraging investment and expansion. Enterprises may de-leverage during economic downturns to retain financial stability and weather unfavorable conditions (Garrison, 2001).

Adjusting capital structure in response to macroeconomic events necessitates a thorough grasp of the larger economic environment and its relationship to the enterprise's financial health. It is a dynamic process in which companies try to align their capital structure with their strategic goals while mitigating macroeconomic risks. Enterprises can better position themselves to capitalize on possibilities given by good economic conditions while mitigating the risks associated with negative economic scenarios, guaranteeing financial resilience and strategic agility in a volatile economic landscape (Baker and Martin, 2011).

Industry trends have an important effect on an enterprise's capital structure decisions. Competition, market instability, and the regulatory climate within a sector might have significant consequences.

1. *Competition:* Highly competitive sectors may put pressure on businesses to keep their capital structures lean in order to improve their financial flexibility and competitiveness. Enterprises in less competitive marketplaces, on the other hand, may be able to carry higher debt.

2. *Market Volatility:* Industries with significant market volatility may take a conservative approach to debt in order to retain financial solvency during downturns. In contrast, stable markets may encourage enterprises to use debt to finance expansion.
3. *Regulatory Environment:* Through limitations or incentives on debt financing, the regulatory environment may impact capital structure. Tax rules supporting debt, for example, could cause corporations to expand their debt ratios (Taristy, Haryono and Hartono, 2023)

When capital structure changes across industries are compared, various patterns appear. Capital-intensive businesses, such as utilities or manufacturing, sometimes have higher debt ratios due to significant investments in infrastructure and equipment. Service or technology-based businesses, on the other hand, may have lower debt levels since they require less fixed capital and therefore have greater operational flexibility.

These sector-specific dynamics demonstrate how capital structure is a complex decision impacted by the larger business environment rather than a one-size-fits-all scenario. Due to comparable outside factors and operational features, enterprises in the same industry may display similar capital structure patterns. In contrast, the diversity of capital structures among industries reflects the differing degrees of outside influences and operational requirements (Atakul and Gundes, 2021).

Understanding these industry dynamics strengthens the capital structure discourse by offering a lens through which to study and grasp variances in capital structure decisions across various industrial environments. We go deeper into the intricate interplay of sector-specific variables and capital structure decisions in this analysis, adding to a more nuanced understanding of corporate finance management in various business contexts (Dwiharto and Kurniasih, 2013).

Internal features of a corporation have significant effects on capital structure decisions. Enterprise size, profitability, growth potential, and asset structure are all important considerations.

1. *Enterprise Size:* Larger organizations, which frequently have greater access to capital markets and a more diverse operating base, may be more likely to use debt financing than smaller enterprises, which may rely on equity financing due to limited access to loan markets.
2. *Profitability:* Profitable businesses may produce enough internal money to support their operations and expansion, decreasing their need on debt or equity funding.
3. *Growth Opportunities:* Enterprises with strong growth potential may prefer equity financing to prevent over-leveraging, and those with less development possibilities may prefer debt financing to boost shareholder returns.
4. *Asset Structure:* Enterprises having a higher share of tangible assets may be able to leverage debt more easily since these assets may be used as security (Alghifari et.al, 2022).

Furthermore, management preferences and corporate governance frameworks have a large effect on capital structure decisions.

Management Preferences: An enterprise's capital structure may be formed by management's risk avoidance or proclivity, expertise, and strategic vision. Risk-averse managers, for example, may favor a conservative capital structure with lower debt levels.

Corporate Governance: A strong corporate governance framework may guarantee that management's capital structure decisions accord with the interests of shareholders. Effective governance measures may assist in reducing agency issues by ensuring that capital structure decisions are made to maximize shareholder value rather than to satisfy management self-interest (Ertuğrul, 2023).

Financial markets and institutions influence an enterprise's capital structure decisions by affecting the availability and cost of capital.

1. *Market Imperfections:* Taxes, bankruptcy costs, and agency costs are examples of market imperfections that might divert real-world capital structure decisions from theoretical models. For example, bankruptcy fees might prevent enterprises from overborrowing.
2. *Transaction Costs:* The expenses of issuing securities can have an influence on capital structure decisions. High transaction costs might keep organizations from changing their capital structure or issuing new securities on a regular basis.
3. *Asymmetric Information:* The mismatch in information between corporate insiders and external investors might result in difficulties with adverse choice and ethical risk. To reduce the expenses associated with asymmetric knowledge, enterprises may prefer internal financing (Taristy, Haryono and Hartono, 2023).

Financial markets serve as a channel for enterprises to receive required funding, while financial institutions such as banks and investment enterprises support these transactions. The simplicity with which enterprises can change their capital structure to correlate with their strategic objectives is influenced by the efficiency, openness, and laws that regulate these markets and institutions.

Several indicators may be used to assess an enterprise's capital structure and financial health. These measures help in understanding an enterprise's debt-equity ratio, the cost of this capital, and the enterprise's capacity to pay its financial obligations (Table 1).

Table 1.
Important Capital structure ratios

Ratio	**Description**
Debt-to-Equity Ratio (D/E)	indicates the proportion of equity and debt the enterprise is using to finance its assets
Equity Ratio	represents the proportion of the enterprise's total assets that are financed by shareholders' equity

Debt Ratio	indicates the proportion of an enterprise's assets that are financed by debt
Long-term Debt to Capitalization Ratio	reflects the extent of an enterprise's capital that is provided by long-term debt
Interest Coverage Ratio	measures an enterprise's ability to handle its outstanding debt by comparing its earnings before interest and taxes (EBIT) to its interest expenses
Cash Flow to Debt Ratio	evaluates an enterprise's ability to pay back its debt with cash flow over a given period
Asset to Equity Ratio	used to assess the financial leverage of an enterprise by comparing total assets to shareholder equity
Capitalization Ratio	evaluates the extent to which an enterprise is financing its operations through debt versus equity
Times Interest Earned Ratio	measures an enterprise's ability to meet its interest payments with its operating income

Source: In-house analysis based on scientific articles.

These indicators give an in-depth view of an enterprise's capital structure and financial stability, assisting in the analysis needed for the practical section of the study on capital structure management. Each of these indicators may be carefully analyzed in order to understand the nuances of an enterprise's capital structure, resulting in better informed decision-making on financial management within the corporation (Szucs, 2015).

This review has covered a wide range of factors impacting capital structure, including macroeconomic conditions, industry dynamics, enterprise-specific characteristics, and financial market conditions. These elements together define organizations' financial architecture, influencing capital structure decisions. The interaction of these variables has an impact not just on an enterprise's financial health, but also on its strategic flexibility in managing a complicated business environment. Reflecting on these consequences highlights the significance of careful finance management and its organic link with an enterprise's overall business strategy. Enterprises are better positioned to create a capital structure that resonates with their strategic ambitions, maintaining financial stability and supporting sustainable growth in the ever-changing business environment with a greater awareness of these impacting elements (Marks, Robbins, Fernández and Funkhouser, 2009).

Conclusions

The theoretical aspects of capital structure management continue to be important in the field of finance. The theoretical investigation highlighted the global significance of capital structure decisions, influencing both academic theoretical findings and the pragmatic methods used by enterprises globally. This knowledge serves as the foundation for future empirical investigations, guaranteeing that the study is founded on valid financial concepts.

The study presents the main theories of capital structure such as Modigliani-Miller theorem, Trade-off theory, Pecking order theory, Agency cost theory. The theoretical analysis of these theories helps to understand and develop a greater knowledge of the complex dynamics surrounding capital structure and its crucial role in corporate financial management, considerably contributing to the larger academic and practical debate on corporate finance.

A company's capital structure is significantly influenced by external macroeconomic factors such as interest rate, inflation, economic growth, and internal factors such as enterprise size, profitability, growth opportunities, asset structure. In order to finance the enterprise's activities and work successfully, the managers of enterprises need to make a comprehensive analysis of the external environment as well as the enterprise's internal capabilities.

BIBLIOGRAPHY

1. Adesuyi, I.O. (2022). *Do the miller and Modigliani relevance and irrelevance theories of capital structure hold among listed manufacturing companies? Evidence from Kenya.* Journal of academic research in economics, Vol.14, No. 1, 45-54.
2. Agarwal, Y. (2013). *Capital structure decisions. Evaluating risk and uncertainty.* Singapore: John Wiley & Sons Singapore Pte. Ltd.
3. Alghifari, E.S., Solikin, I., Nugraha, N., Waspada, I., Sari, M. and Puspitawati, L. (2022). *Capital structure, profitability, hedging policy, firm size, and firm value: mediation and moderation analysis.* Journal of Eastern European and Central Asian Research, Vol.9 (5), 789-801.
4. Atakul, N. and Gundes, S. (2021). *Capital structure in the construction industry: theory and practice.* Canadian Journal of Civil Engineering, Vol. 48, 819-828.
5. Baker, H.K. and Martin G.S. (2011). *Capital structure and financing decisions: theory, evidence, and practice.* United States of America: John Wiley & Sons, Inc.
6. Brusov, P. and Filatova, T. (2023). *Capital Structure Theory: Past, Present, Future.* Mathematics, No.11, 1-30.
7. Dwiharto, A and Kurniasih, A. (2013). *Analysis of capital budgeting green industry in innovative and sustainable post-mining programs in belitung regency.* International Journal of Professional Business Review (JPBReview), Vol.8 (7), 1-19.

8. Ertuğrul, A. (2023). *Investigation of the Relationship between Corporate Governance and Capital Structure in Insurance Companies with Panel Regression Analysis.* Journal of BRSA Banking and Financial Markets, Vol.17 (1), 107-130.
9. Gajdosikova, D. and Valaskova, K. (2022). *Systematic Review of Literature and Comprehensive Bibliometric Analysis of Capital Structure Issue.* Management Dynamics in the Knowledge Economy, Vol.10 (3), 210-224.
10. Garrison, R.W. (2001). *Time and Money. The macroeconomics of capital structure.* USA and Canada: Routledge.
11. Gurbanov, G. (2021). *Analysis of the capital structure formation: the case of Georgian IT companies.* Globalization and Business, No.11, 152-156.
12. Luo, Y. and Jiang, C. (2022). *The impact of corporate capital structure on financial performance based on convolutional neural network.* Computational Intelligence and Neuroscience, Vol.2022, 1-7.
13. Ma, J. and Xu, H. (2020). *Empirical analysis and optimization of capital structure adjustment.* Journal of Industrial and Management Optimization, Vol.16 (3), 1037-1047.
14. Marks, H.K., Robbins, L.E., Fernández, G. and Funkhouser J.P. (2009). *The handbook of financing growth. Strategies, capital structure, and M&A transactions.* 2th Edition. Canada: John Wiley & Sons, Inc.
15. Marks, H.K., Robbins, L.E., Fernández, G. and Funkhouser J.P. (2005). *The handbook of financing growth. Strategies and Capital Structure.* Canada: John Wiley & Sons, Inc.
16. Mvita, M.F., Brummer, L.M. and Wolmarans, H.P. (2021). *Sectoral Analysis of Capital Structure and Distribution Policies of Companies listed on the JSE.* African Journal of Business and Economic Research, Vol.16 (4), 53-78.
17. Riyandi, T. and Riyanto, S. (2022). *Capital structure analysis in healthcare issuers in the des category for 2017-2019.* Interdisciplinary Social Studies, Vol.1 (10), 1270-1286.
18. Sasso, L. (2013). *Capital structure and corporate governance. The role of hybrid financial instruments.* Vol.21. The Netherlands: Kluwer Law International BV.
19. Sîrbulescu, E.C., Iancu, T., Adamov, T., Rujescu, C. and Alda, S. (2022). *Analysis of the structure of the capital of a company.* Agricultural Management / Lucrari Stiintifice Seria I, Management Agricol, Vol.24 (2), 195-202.
20. Swanson, Z., Srinidhi, B. and Seetharaman A. (2003). *The capital structure paradigm. Evolution of debt/equity choices.* United States of America: Praeger Publishers.
21. Szucs, G. (2015). *The financial analysis of the Hungarian automotive industry based on profitability and capital structure ratios.* Central European Business Review. Vol.4 (1), 61-73.

22. Taristy, D.N., Haryono, N.A. and Hartono, U. (2023). *Moderation Analysis of Company Size and Capital Structure on the Influence of Liquidity, Corporate Governance, and Business Risk on Financial Performance.* Technium Social Sciences Journal, Vol.45, 222-239.

Students:
Ioana Andrioaia
Student in accounting, Faculty of economics, administration and business
Ștefan cel Mare University of Suceava, Romania
Nicolai Jieri
PhD Student in Accounting
Academy of Economic Studies of Moldova/ Ștefan cel Mare University of Suceava, Romania
Supervisor:
Svetlana Mihaila
svetlana.mihaila@ase.md
Associate Professor, Academy of Economic Studies of Moldova,
Veronica Grosu
veronica.grosu@usm.ro
Professor, Ștefan cel Mare University of Suceava

BIBLIOMETRIC EXPLORATION OF IFRS 15 FOR UNVEILING TRENDS, IDENTIFYING GAPS AND CHARTING FUTURE RESEARCH IN FINANCIAL REPORTING

Keywords: Bibliometric analysis; Gaps; IFRS 15; Global Accounting; Impact; Themes;

Abstract: This study offers a thorough examination of the literature surrounding International Financial Reporting Standard (IFRS) 15 through a bibliometric analysis. The goal is to evaluate the major themes and identify gaps in the current academic understanding of IFRS 15, as well as to forecast future scientific themes in this domain. By analyzing publications from the Web of Science database between 2014 and 2023, we have concentrated on the most recent and relevant literature post the implementation of IFRS 15. Using advanced bibliometric tools, we identified major themes, gaps, and future research directions from 223 relevant publications. The study systematically categorizes the key themes emerging in the IFRS 15 literature, pointing out the notable gaps that warrant further exploration, thereby contributing to a more nuanced understanding of IFRS 15's impact on global financial reporting and accounting practices.

Introduction

As global markets continue to become more intertwined, the demand for a unified, transparent and comprehensive accounting framework becomes increasingly important (Wärnlund & Klein, 2020). IFRS 15, established collaboratively by the International Accounting Standards Board (IASB) and the Financial Accounting Standards Board (FASB), is one response to this demand (Napier & Stadler, 2020). It aims to streamline revenue recognition practices across jurisdictions, enhancing the comparability and reliability of financial statements across the globe (Leikoski, 2021).

Since the advent of IFRS 15, it has been the subject of extensive debate and analysis, reflecting its profound impact on financial reporting practices, corporate strategy and regulatory compliance (Haggenmüller, 2019). However, despite its implications, there is a noticeable lack of consensus in the literature on the practical effectiveness of the standard, its economic ramifications and its strategic significance for different stakeholders (Belsom & Berhe, 2021). Thus, the main purpose of this study is to extract the core elements from the IFRS 15 literature, thus elucidating its multifaceted impact. To achieve this aim, we set the following objectives: Objective 1: To analyze and discuss the central themes emerging from the literature on IFRS 15; Objective 2: Highlight gaps in the current understanding of IFRS 15 and its implications; Objective 3: Mapping future research directions.

Methodology of the work

In order to conduct an academically rigorous review of the literature on International Financial Reporting Standard (IFRS) 15, we used a structured methodology based on a bibliometric approach (Shoeb et al., 2022). With this analysis, the main areas of interest, research gaps can be identified and at the same time, future research agendas can be developed (Silva et al., 2021). In the following we detail the methodology used. The first step was to select the database and establish the search strategy. As the main database for our research, we used the Web of Science platform, renowned for its comprehensive collection of scientific studies. Thus, the initial step also involved a targeted search strategy to retrieve relevant publications. Therefore, the search query was formulated as follows: "IFRS 15" OR "Revenue from contracts with customers". This query has been designed to ensure that a broad spectrum of research papers addressing IFRS 15 is captured. In order to maintain the relevance of the analysis, we set specific criteria for inclusion, namely: *publication period*: limited to the years 2014-2023. We chose this period to ensure the inclusion of the most recent studies and developments since the introduction of IFRS 15. The scope of the search was restricted to only the relevant categories of work, namely: Business Finance; Management; Business; Economics and Management Science Operational Research; The rationale for the selection made was to focus on work that is directly relevant to the financial, economic and management aspects of IFRS 15.

The initial search without the above inclusion criteria resulted in a total of 410 publications. After applying these criteria, we identified 223 publications. These constituted the database on which we used the following programs to perform the bibliometric analysis:

- Bibliometrix, this tool is particularly useful when analysing large sets of bibliographic data, providing information about trends and thematic concentrations in the existing literature;
- Vosviewer, a tool that allowed us to create network maps illustrating relationships and co-occurrences between terms used, authors and publications in our dataset. Using it, we identified the major themes of the reference works in the IFRS 15 field.

The final step of the methodology involved synthesizing the findings from the bibliometric analysis and presenting them in a coherent and structured manner. This included: identifying and discussing the main themes and trends emerging from the literature; assessing the contributions, limitations and gaps in the literature; Future research directions, based on our findings, we suggested potential future research directions in the field. Therefore, the methodology used in this paper provides a comprehensive and systematic approach to review and analyse the literature on IFRS 15, using bibliometric tools and techniques to uncover insights and trends in the field. The findings of this study will contribute to a deeper understanding of the academic discourse surrounding IFRS 15 and its implications in the fields of finance, management and economics.

Discussions and results

After processing the data collected with the Vosviewer software, the result was the mapping of the network of key terms for the most relevant articles on "IFRS 15" or "Revenue from Contracts with Customers", as can be seen in Figure 1.

Figure 1.
Network of terms corresponding to the topic "IFRS 15" or "Revenue from Contracts with Customers"

Source: Own processing in VOSviewer software.

As can be seen above, 4 clusters were identified in the database using a minimum occurrence threshold of 5 for keywords. The keywords belonging to each cluster are shown in the following table and their grouping according to colour is illustrated in the previous figure.

Table 1.
Cluster keywords

Cluster 1 (red)	Cluster 2 (green)	Cluster 3 (blue)	Cluster 4 (yellow)
Competition, contracts, decision making, demand, disclosure, fair value, financial, financial instruments, financial performance, impact, information, measurement, optimisation, price, quality, revenue, revenue management, risk, strategy, system;	Business model, companies, corporate governance, financial reporting, firms, international accounting standards, international financial, management, performance, parent-subsidiary links, risks, standards	Accounting standards, adoption, costs, disclosures, financial statements, ifrs 15, implementation, performance obligation, revenue, revenue recognition;	Earnings, earnings management, economic consequences, enforcement, entities, interpretation, quality, quantity, reporting quality, value relevance;

Source: Own processing in Vosviewer.

Thematic cluster analysis

In the following we will conduct an analysis of each cluster identified to provide an overview of how the different concepts related to IFRS 15 are interlinked in the literature. The relevance of this approach is given by the information capacity, but also from the practical applications of the clusters and keywords. The identified clusters also provide a roadmap for interdisciplinary research, suggesting areas where accounting intersects with strategic management, market competition and corporate governance. This interconnectedness highlights the far-reaching implications of IFRS 15, which extend beyond mere accounting practices to influence overall business strategies and market dynamics.

Cluster 1, as identified in the dataset, presents a clustering of keywords revolving around market dynamics, strategic response and financial complexity in the context of IFRS 15. Thus, this cluster provides an in-depth insight into how companies are adapting and operating in the new financial reporting landscape shaped by IFRS 15. We have provided a detailed analysis of it in Table 2.

Table 2.
Subgroups of cluster 1

Subgroup name	Keywords	Academic focus	Potential research directions
Strategic adaptation and market competition	competition, decision making, strategy	We see in this subgroup an interest in how companies are realigning their strategies in response to the new IFRS 15 reporting requirements. This approach prompts an examination of competitive dynamics - how	Future studies could deepen case studies of companies that have successfully navigated these strategic changes, providing a model for

		companies are adjusting their market positioning and risk management strategies in light of changes in revenue recognition.	best practice in IFRS 15 decision making.
Financial reporting and performance indicators:	financial performance, financial reporting, disclosure, fair value	This sub-group stresses the importance of fair and transparent financial reporting in accordance with IFRS 15. The focus on 'fair value' and 'disclosure' highlights the complexity involved in valuing assets and liabilities and the increased need for clarity in financial statements(Kohler et al., 2021).	Future studies could explore how IFRS 15 influences a company's financial presentation, in particular how revenue recognition affects key performance indicators.
Quality of information and revenue recognition	information, quality, revenue, revenue sharing-contracts	This sub-group indicates an academic interest in the quality of information resulting from the adoption of IFRS 15, in particular in relation to revenue recognition practices. It also raises questions about the reliability and comparability of financial information across different entities and jurisdictions (Tarca, 2020).	Investigations could focus on the effectiveness of IFRS 15 in standardising revenue recognition practices, enhancing the comparability and usefulness of financial statements for stakeholders.
Risk management and financial instruments	financial instruments, risk	This sub-group highlights the complexity of managing financial instruments under the new revenue recognition standard. It invites a discussion on the risk profiles of different financial instruments and how companies manage these risks.	There is scope for empirical studies examining the impact of IFRS 15 on the valuation and reporting of complex financial instruments, thus contributing to the literature.
Impact assessment and measurement	impact, measurement.	The focus on impact and measurement indicates an interest in quantifying the effects of IFRS 15. This includes assessing the influence of the standard on various financial measures and operational aspects of businesses (Kivioja, 2019.).	Future research could involve quantitative analyses of financial indicators before and after IFRS 15 across all business sectors to provide insight into the pervasive impact of the standard.

Source: Own processing in bibliometrix.

So the first cluster in the context of IFRS 15 covers multiple dimensions of financial reporting and strategic management. It reflects the challenges and opportunities that IFRS 15 presents for businesses.

Cluster 2 of the dataset comprises a theme that focuses around the operational and regulatory impact of IFRS 15, with a focus on business models, corporate governance and the wider implications for businesses. This cluster provides vital insight into how IFRS 15 is reshaping business operations and governance structures, as can be seen in Table 3, where we have conducted a detailed analysis.

Table 3.

Subgroups of cluster 2

Subgroup name	Keywords	Academic focus	Potential research directions
Adapting the business model	business model, companies.	This sub-group highlights the need for companies to adapt their models in response to IFRS 15. The focus on the 'business model' suggests a deep interest in how firms restructure their operations and revenue streams to align with the new standards (Grosu et al., 2022).	Future research could investigate how different sectors adapt their business models, with case studies illustrating innovative approaches.
Corporate governance and compliance:	corporate governance, international financial reporting standards.	This sub-group focuses on the corporate governance challenges posed by IFRS 15. It also highlights the need for robust governance frameworks that can navigate through the complexity of these standards, ensuring compliance and maintaining operational efficiency (Aladwey & Diab, 2023).	Future studies could explore the role of boards of directors in overseeing compliance with IFRS 15 and the impact of these standards on corporate governance practices.
Regulatory environment and management strategies	international accounting standards, management.	This subgroup indicates an interest in how the regulatory environment of international accounting standards intersects with management strategies.	Future research could explore how senior management navigates the regulatory landscape with a focus on strategy formulation and implementation in the context of IFRS 15.

Source: Own processing in bibliometrix.

Therefore, the resulting 2nd cluster comprises a rich area for the literature, where researchers analyse how companies restructure their operations, governance and management strategies following the implementation of IFRS 15. This approach is important because it goes beyond the technical aspects of accounting, encompassing broader strategic and operational considerations while providing insights for business leaders, policy makers and academics.

Cluster 3 provides a focused perspective on the technical aspects and challenges of implementing international financial reporting standards. Thus, in this cluster we find in-depth practical aspects of the application of IFRS 15, covering topics such as disclosure requirements, financial statements and their implications for accounting practices. The following table provides a detailed analysis of this cluster.

Table 4.

Subgroups of cluster 3

Subgroup name	Keywords	Academic focus	Potential research directions
Highlights of IFRS 15 - Accounting Standards and Adoption	Accounting standards, adoption.	This sub-group focuses on the basics of IFRS 15, highlighting the importance of understanding the standard itself and the challenges involved in adopting it. The focus on 'accounting standards' indicates an exploration of the specific provisions of IFRS 15, while 'adoption' suggests an interest in the processes and strategies that companies use to integrate these standards into their accounting practices (Quagli et al., 2021).	Future studies could examine the variation in adoption strategies in different industries and regions.
Technical challenges - costs, disclosure and performance obligations	Costs, revenue recognition, performance obligation.	This sub-group looks at the technical challenges of implementing IFRS 15. Key words such as 'costs' and 'disclosure requirements' indicate the complexity and resource implications of complying with the new standards. Also, the term 'performance obligation' is central to IFRS 15, referring to the need to identify and account for distinct deliverables under a contract().	Future research could explore the impact of these technical requirements on the operational and financial aspects of businesses, focusing in particular on the cost-benefit analysis of compliance with these international standards.
Practical application and revenue recognition	Financial statements, implementation, practice, revenue	This subgroup focuses on the practical application of IFRS 15, in particular on revenue recognition and its representation in the financial statements (Jieri et al., 2022).	Studies in this area could focus on the methodologies and tools that businesses use.

Source: Own processing in bibliometrix.

Therefore, this cluster provides a ground for research that can help improve implementation practices, inform accounting training and provide insights into the effectiveness and efficiency of international financial reporting standards.

The last cluster is concerned with the economic consequences and the quality of financial reporting under these standards. The cluster is significant because it addresses the wider impact of IFRS 15 with a focus on economic impacts and integrity of financial reporting. The detailed analysis can be seen in Table 5.

Table 5.

Subgroups of cluster 4

Subgroup name	**Keywords**	**Academic focus**	**Potential research directions**
Economic Consequences and Revenue Management	Earnings, earnings management, economic consequences.	This sub-group highlights concerns about how IFRS 15 affects the economic performance of companies. The terms found suggest a focus on how companies report and manage revenue in the context of the new standards. "Economic consequences" highlights interest in the long-term impact of IFRS 15 on the financial health of companies (Dall'Agata, 2020).	Future studies could examine the impact of IFRS 15 adoption on key corporate financial indicators as well as on investment decisions.
Quality of Reporting and Efficiency of Implementation	Reporting quality, effectiveness, enforcement.	This sub-group focuses on the quality and effectiveness of financial reporting under IFRS 15. The terms used indicate a concern for the integrity and accuracy of financial information and the efficiency with which companies implement these standards.	Future research could consider how IFRS 15 contributes to improving the quality of financial reporting and transparency for other stakeholders.
Application and Interpretation of Standards	Interpretation, enforcement, entities.	This sub-group highlights the interest in how IFRS 15 is interpreted and applied in practice. Key words in this subgroup suggest a variety of approaches to the standard, which can lead to inconsistencies and challenges in accounting practice (Magli et al., 2018).	Future studies could investigate differences in the interpretation and application of IFRS 15 in different jurisdictions or industries, analysing the impact of these variations on financial reporting.

Source: Own processing in bibliometrix.

As can be seen in the table above, cluster 4 places particular importance on the economic and quality aspects of financial reporting. Thus, it provides a key insight into the impact of international standards beyond their technical compliance.

In conclusion, by focusing on these topics, research can contribute to a better understanding of IFRS 15 in improving the transparency and reliability of financial reporting... Assessing the flexibility of current standards is particularly important in order to respond to the particular needs of certain industries and to be able to provide recommendations on their future adaptation. That said, continued exploration of these topics is conducive to ensuring appropriate adoption of IFRS 15 in accounting practice, contributing to the development of tools to assist companies in the correct and beneficial application of this standard.

Potential gaps in the literature

The above analysis of the four clusters revealed the current status of IFRS 15 in the literature as well as possible future research of interest. However, by examining these clusters, we can also infer potential gaps in the literature where further research could be particularly valuable. A comprehensive analysis of these gaps involves examining intersections and areas not explicitly covered by existing clusters. Thus, based on the results we consider the following:

Interdisciplinary approaches: The resulting clusters focus mainly on accounting, finance and business strategy issues. There may be a gap in exploring IFRS 15 from an interdisciplinary perspective including socio-economic, technological, environmental viewpoints, etc. For example, the role of digital technologies in facilitating IFRS 15 compliance and the implications of these standards on sustainability reporting appear to be areas that have not been sufficiently explored.

Cross-cultural and regional studies: The clusters do not highlight cross-cultural or regional differences in the implementation and impact of IFRS 15. Research on how different cultural and regulatory environments influence the adoption and effectiveness of these standards could fill this significant gap.

Long-term impact: The resulting clusters, relate to the immediate economic consequences and the quality of reporting in broad terms, but longitudinal studies tracking the long-term impact of IFRS 15 are lacking. Case studies documenting the multi-year journey of organisations that have adapted to IFRS 15 could provide valuable insights.

Diverse consumer and investor perspectives: Existing clusters are strongly biased towards corporate and regulatory perspectives. For this reason, research is needed to examine the effects of IFRS 15 on consumers and investors, in particular how changes in reporting standards influence investment decisions and consumer confidence in financial statements.

Benchmarking with other standards: There is a potential gap in benchmarking studies that look at IFRS 15 in conjunction with other accounting standards, both within and outside IFRS (e.g. US GAAP). Such benchmarking could highlight unique challenges between different accounting regimes.

Education and training needs: As IFRS 15 involves complex changes in accounting practices, there may be a shortage of literature addressing the education and training needs of accountants and financial professionals. Research in this area could help adapt curricula to this new context.

The gaps identified therefore highlight areas where further research could significantly contribute to a more comprehensive understanding of the implications of IFRS 15. Addressing these gaps would not only enrich the academic sphere, but also provide practical information for businesses, academics, authorities and other stakeholders. Thus, by filling these gaps, future research can contribute to a more effective use of IFRS 15, improving the overall quality of financial reporting globally.

Conclusions

Our study aimed primarily at providing an overview of the state of scientific research on IFRS 15 in order to identify prevalent themes in the literature and to highlight existing gaps, thus being able to propose directions for future research. In the review process, the central themes of previous research on IFRS 15 were analysed and discussed, thus providing a clearer picture of the impact of this standard on various areas.

At the same time, the bibliometric analysis in this paper identified positive aspects regarding the state of research on IFRS 15 as well as some gaps in the literature. The main gaps suggest the need for interdisciplinary approaches and broader perspectives, including socio-economic, technological and environmental. The paper highlights the neglect of cross-cultural and regional differences in implementing and quantifying the impact of IFRS 15, as well as longitudinal analyses of long-term effects. It also shows an exaggerated focus on corporate and regulatory perspectives at the expense of investigating the impact on consumers and other stakeholders. We believe it is important to note that comparative studies with other standards, such as US GAAP, could lead to significant challenges and outcomes.

BIBLIOGRAPHY

1. Aladwey, L., & Diab, A. (2023). The determinants and effects of the early adoption of IFRS 15: Evidence from a developing country. Cogent Business & Management, 10(1), 2167544.

2. Belsom, O., & Berhe, Y. T. (2021). The Implementation of IFRS 15 Across Europe A study on the effect of implementing IFRS 15 on value relevance in 10 European Countries.

3. Dall'Agata, M. (2020) IFRS 15: Impact on Earnings Management in the Consumer Goods and Energy Sector.

4. Grosu, V., Mihailă, S., Jieri, N., Zlati, M. L., Socoliuc, M., & Cosmulese, C. G. (2022). Extended Implementation of IFRS 15 Integrated Model in Countries with an Emerging Economy. Engineering Economics, 33(4), 356-371.

5. Haggenmüller, S. (2019) *Revenue recognition under IFRS 15: A critical evaluation of predefined purposes and implications for improvement* (Doctoral dissertation, University of Gloucestershire).

6. Jieri, N., Grosu, V., & Mihaila, S. (2022) Revenue disclosures in financial statements in accordance with ifrs 15 "revenue from contracts with customers". The USV Annals of Economics and Public Administration, 21(2 (34)), 165-171.

7. Kivioja, T. (2019). The impact of IFRS 15 on analysts' forecast accuracy .

8. Kohler, H., Pochet, C., & Le Manh, A. (2021). Auditors as intermediaries in the endogenization of an accounting standard: The case of IFRS 15 within the telecom industry. Accounting, Organizations and Society, 91, 101227.

9. Leikoski, P. (2021). IFRS 15 revenue from contracts with customers-major changes and challenges in performance obligation identification.

10. Magli, F., Nobolo, A., & Ogliari, M. (2018) The effects on financial leverage and performance: The IFRS 16. International Business Research, 11(8), 76-89.

11. Napier, C. J., & Stadler, C. (2020). The real effects of a new accounting standard: the case of IFRS 15 Revenue from Contracts with Customers. *Accounting and Business Research*, *50*(5), 474-503.

12. Quagli, A., Roncagliolo, E., & D'Alauro, G. (2021). The preparedness to adopt new accounting standards: A study of European companies on the pre-adoption phase of IFRS 15. International Journal of Disclosure and Governance, 18(3), 290-303.

13. Shoeb, M., Aslam, A., & Aslam, A. (2022) . Environmental accounting disclosure practices: a bibliometric and systematic review. International Journal of Energy Economics and Policy, 12(4), 226-239.

14. Silva, A., Jorge, S., & Rodrigues, L. L. (2021). Enforcement and accounting quality in the context of IFRS: is there a gap in the literature, IJA & Information Management, 29(3), 345-367.

15. Tarca, A. (2020). The IASB and comparability of international financial reporting: Research evidence and implications. Australian Accounting Review, 30(4), 231-242.

16. Wärnlund, A., & Klein, T. (2020). IFRS 15: A critical evaluation of the newly issued revenue recognitions standard's ability to reflect economic reality.

Student:
Irina Iavorschi
Specialty: Accounting; audit; economic analysis
Supervisor:
Liliana Lazari
PhD, Head of Department of Accounting, Audit and Economic Analysis, Academy of Economic Studies of Moldova
liliana.lazari@ase.md

THE RELEVANCE OF DISCLOSURE NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS FOR DECISION MAKERS

Abstract: The notes, together with other annual financial statements, represent an important source of information for the shareholders and other financial statements users in business decision making. Disclosure of a large volume of notes with irrelevant information makes it difficult for the users to find material information for decision making process. This paper provides an overview of the most important projects of accounting organizations related to improvement of disclosures in the notes. The focus of this paper has been put on disclosure requirements listed in IFRS's. The purpose of the research was to identify deficiencies in the notes and to provide recommendations for its improvement.

Keywords: financial statements, notes to the financial statements, accounting policies, financial information, non-financial information

Introduction

Financial disclosures are carefully curated documents that present information about a company's finances. These disclosures are shared with the government, the public, and a company's stakeholders such as investors, shareholders, and employees. Disclosures come at the end of a financial statement, sharing non-financial information to provide context for the financials. This information helps investors, lenders, and others make the best possible decisions.

Sometimes disclosures in a financial statement are additional data, but in many cases, financial statement disclosure examples are narrative. These might describe changes in operations or strategy, share good news or bad news, or provide insight into the company structure and chain of command.

Warren Buffett (an American business magnate, investor) once said: "Other guys read Playboy. I read annual reports." This is a profound statement indicating that Warren Buffett takes his time to go through a complete annual report, including the financial statements and notes.

Thus, Mr. Buffett does NOT consider the numerical information about the company sufficient for him to decide about investing in that company. In fact, he reads a lot of text, too. "If you ever want to invest in some shares, I recommend you do the same thing."

The current practice shows several problems in financial reporting regarding disclosures in the notes. In early 2013, the IASB organized the Discussion Forum on financial reporting disclosure attended by various financial statement users, preparers, standard-setters, auditors, regulators, and representatives from prominent organizations already undertaking work in this area. Before the Forum itself, the IASB launched a study on published information in financial reports, which was aimed at international preparers, investors, analysts, and other primary users, to gain an insight into the disclosure problems the real stakeholders face. The main survey results were as follows:

- ✓ over 80% of the respondents emphasized that there is a problem in disclosed information.
- ✓ over 40% of the respondents agreed and strongly agreed that there is not enough relevant information;
- ✓ over 60% of the respondents agreed and strongly agreed that there is too much irrelevant information;
- ✓ over 50% of the respondents agreed and strongly agreed that there is poor communication (International Accounting Standards Board, 2013).

Since the disclosure problems have already evolved, the IASB realized that a comprehensive project must be launched. In that context, the IASB launched the main project Disclosure Initiative as a part of the general initiative Better Communication in Financial Reporting. Even though the IFRSs are mainly used by larger entities and the IABS's research is mainly focused on the annual report, it is justified to rely on their research as both reports (annual report and notes) are narrative and small entities certainly do not pay more attention to reporting than large ones.

There is no doubt that there is a disclosure problem in financial reporting internationally. More than 80% of the respondents to the IABS survey (International Accounting Standards Board, 2013) prove that, as well as the whole set of projects that have been taken by the IASB and eminent international accounting and finance professional organizations under the main initiative Better Communication in Financial Reporting. It is necessary to elaborate on the disclosure problem in detail to find a solution to adequate problem-solving.

IASB activities related to improving the disclosure requirements in the notes

As a result of the identified problems and motivated by other international organizations IASB launched a research project "Principles of Disclosures" in 2014. The focus of this project has been

put on the principles regarding the organization, placement, format, and linkage of information as well as the objectives and boundaries notes. The fundamental purpose of this project is to develop the principles of disclosure in the financial statements. The Board has identified three main concerns about disclosures in the financial statements, collectively termed the "disclosure problem" (chart 1). In practice, it is noted that the notes to the financial statements sometimes do not contain relevant information because entities often prepare notes "mechanically" without considering which information is relevant to users of financial statements.

Chart 1.

The Disclosure problem according to IASB

Source: https://www.ifrs.org/content/dam/ifrs/project/disclosure-initative/disclosure-initiative-principles-of-disclosure/discussion-paper/published-documents/discussion-paper-disclosure-initiative-principles-of-disclosure.pdf [March 2017].

Disclosure of irrelevant information in financial reports

Irrelevant information is information that does not give new knowledge to its users. When it comes to financial reporting, such information may be the one that is already disclosed in another financial statement, repetitive information in the same statement, or one which is generally known among financial statement users. Neither the repetitive nor generally known information has value for users. Moreover, it is difficult to find relevant information among a significant amount of irrelevant information published. "Management needs to avoid excessive disclosures which could impair competitiveness". [Fung, 2014]

Disclosure of irrelevant information leads to information overload. Frequent amendments to legal regulations and accounting standards impose many requirements on business entities. To meet all the requirements, entities disclose more and more information in their reports. For instance, the length of the annual report in the United Kingdom increased from 26 pages in 1965 to 75 pages in 2004, while Deloitte UK (2017) reported that the average length in 2016 was 155 pages which makes an increase

by six times in 50 years period. However, it is questionable whether the quality increased proportionally. More disclosures in annual reports may increase the cost of preparing the annual report as well as confuse the investors and eventually affect their investment decision.

Lack of relevant information in financial reports

Relevant information is information that has value for its users. Such information is accurate, precise, non-biased, timely, reliable, faithfully presented, comparable, and material (significant). When it comes to accounting standards, they do not directly state which information has to be presented in the notes but that the elementary qualitative characteristics that should be considered are relevance and faithful representation, which means that material (significant) information should be described in more detail. The Conceptual Framework for Financial Reporting [IFRS Foundation, 2021] defines material information as information which "omitting, misstating or obscuring could reasonably be expected to influence decisions that the primary users of general-purpose financial reports make based on those reports, which provide financial information about a specific reporting entity". Proper use of the materiality principle requires professional accounting judgments when evaluating which information should be presented in the notes. The IASB survey results point out that there is not enough relevant information disclosed in financial reports [International Accounting Standards Board, 2013]. Information overload is more often positively correlated with irrelevant disclosures than relevant ones. In line with that, more comprehensive reports do not always present more relevant information but more often irrelevant and immaterial information. Accordingly, increasing reports length also increased the share of irrelevant information, while the relevant information is hidden or not disclosed.

Many studies tested the relationship between disclosure quality and various entities' characteristics. It must be emphasized that studies regarding the measurement of disclosure quality differ from various aspects; measurement methods, independent variables, list of items comprising a disclosure index, statistical methods, etc. This does not necessarily decrease their importance and contribution, but researchers must be careful when interpreting their results. It is well known that only financial reporting is not sufficient nowadays but should be enriched by non-financial information that may be disclosed in the notes, annual report, management report, or separate non-financial report. Even though neither the non-financial information nor accounting ratios are mandatory to disclose according to the accounting standards, they may be important for stakeholders if they are relevant.

Poor communication in financial reports

Financial and non-financial information should be transparently disclosed in the entity's reports since these reports are the primary communication tool used by stakeholders. Unfortunately, it is not

uncommon that communication in these reports is poor and at a low level. Based on received responses from the IASB survey, "in terms of poor communication, many respondents cited internal inconsistency and lack of links and signposting throughout the entire annual report as key problems. When it comes to the notes to financial statements or annual reports, these reports are mainly prepared manually, which causes mistakes (e.g., outdated data, information from the previous year, different values among reports). These mistakes are seen as inconsistencies by users and cause a waste of their time to find accurate information. Besides inconsistencies between financial statements, there are also notes that miss filling a cell in the template prepared for more entities or forget to change some legal information regarding the entity. Nowadays, annual reports are pretty structured compared with those from several years ago, but notes to the financial statements are still unstructured. The reason lies in the entity that prepares them (large ones are aware of the importance of transparent and relevant reporting, while smaller ones usually do not care about reporting as they should). The unstructured notes do not contain the content of the notes, links, or signposting, which causes difficulties in navigating the report itself. Thus, some information is disclosed twice, while others are not disclosed at all. The most common situation is that the notes do not provide information other than those already disclosed in the balance sheet and income statement for micro and small entities. Such notes are prepared only to meet legal obligations, and they are not relevant to anyone, which is the basis of the need for their standardization.

Chart 2 Improvements to the notes

Suggestions for improving the notes to financial statements

In recent years, relevant accounting and non-accounting organizations recognized problems in providing information to users of financial statements through the notes to the financial statements. Suggestions for improving the notes to the financial statements are presented in chart 2. In discussion papers of most organizations, the main problem of the notes is its large volume so the main recommendation can be to reduce the volume of the notes. Furthermore, regulators should allow more principles-based disclosure regime. To achieve this goal, standard setters should define and incorporate principles of disclosures in its standards. Consequently, standards setters should revise existing disclosure requirements. For example, in IFRSs, disclosure requirements are specified in each standard. Each standard has many disclosure requirements and reporting entities, satisfying these requirements, disclose immaterial information that leads to large volume of the notes.

Conclusion

Financial statements and the notes to the financial statements are important part of the annual report of the company. In the notes users can find useful information about financial position and performance which clarifies items presented in the basic financial statement. Notes have crucial importance in obtaining a complete picture of the company and that is the reason why they are mandatory for all companies, regardless of their size. The content of the notes is prescribed by accounting standards, but the form in which should be presented to the users is not prescribed by any standard or regulation. Since the form of the notes is not standardized, different technical approaches for their presentation can be found in business practice. Consequently, it affects the comparability of the information, and therefore its quality. This can cause some difficulties in decision making process. According to results of conducted research it can be concluded that there is regulated base for making notes in the form of accounting standards, but there are too many disclosure requirements which are prescribed by the standards. The increasing length and complexity of disclosure have recently drawn attention of many interested parties. Business practice, as well as relevant accounting and non-accounting organizations have pointed to the complexity and usefulness of the notes, especially for the smaller entities. In order to improve the quality of information presented in the annual reports, especially in the notes, those organizations have recently conducted several projects on international level. Recommendations refer mainly to reducing the volume and creating unique form of the notes. In that sense, only relevant and material information should be presented to the users.

BIBLIOGRAPHY

1. Abad, C., Barone, E., Gullkvist, B. M., Hellman, N., Marques, A., Marton, J., Mason, S., Menezes Silva, R. L., Morais, A., Moya Gutierrez, S., Quagli, A., Vysotskaya, A. (2020), "On the 'Disclosure Initiative – Principles of Disclosure': The EAA Financial Reporting Standards Committee's View", Accounting in Europe, Vol. 17 No. 1, pp. 1-32.
2. European Parliament (2013), "Directive 2013/34/EU of the European Parliament and of the Council of June 26 2013 on the annual financial statements, consolidated financial statements and related reports of certain types of undertakings", available at https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex%3A32013L0034 (24 February 2021)
3. Fung, B. (2014), "The Demand and Need for Transparency and Disclosure in Corporate Governance", Universal Journal of Management, Vol. 2 No. 2, pp. 72-80.
4. Deloitte UK (2017), "Annual report insights 2017 – Surveying FTSE reporting", available at https://www.iasplus.com/en-gb/publications/global/surveys/annual-report-insights-2017 (24 February 2021)
5. IFRS Foundation (2021), "Conceptual Framework for Financial Reporting", available at https://www.ifrs.org/issued-standards/list-of-standards/conceptual framework.html/content/dam/ifrs/publications/html-standards/english/2021/issued/cf/#standard (19 July 2021)
6. International Accounting Standards Board (2013), "Discussion Forum–Financial Reporting Disclosure. Feedback Statement", available at https://www.ifrs.org/-/media/project/disclosure-initative/feedback-statement-discussion-forum-financial-reporting-disclosure-may-2013.pdf (25 February 2021)
7. https://www.ifrs.org/content/dam/ifrs/project/disclosure-initative/disclosure-initiative-principles-of-disclosure/discussion-paper/published-documents/discussion-paper-disclosure-initiative-principles-of-disclosure.pdf

Student PhD:
Lupașcu Margareta
Specialty: Accounting, auditing, economic analysis
Supervisor:
Grigoroi Lilia, PhD., associate professor,
Academy of Economic studies of Moldova
lilia.grigoroi@ase.md

REGULATORY APPROACHES TO ENTITY COMBINATIONS
ABORDĂRI TEORETICE PRIVIND COMBINĂRILE DE ENTITĂȚI: CAZUL REPUBLICII MOLDOVA

Key words: business combination, mergers, acquisitions, acquisition method, acquirer.

Abstract: Firstly, we must figure out the main discern between mergers and acquisitions, on the one hand, mergers are considered an agreement between two or more companies that combine their activities into one. On the other hand, acquisitions refer to a transaction, wherein one company purchases most or all of another company's shares and assets to gain control of that.

According to the legal framework, in the Republic of Moldova, entities are liable to be combined through merger, made by fusions or absorption. The similar situation is within accounting. According to the National Accounting Standards, no legally well-defined framework can applied by companies to recognize and measure in its financial statements the assets, liabilities, goodwill, and acquiree's shares, in this situation, the accountants shall be guided by IFRS 3.

IFRS 3 recommends also a unique method for companies that account for the business combinations, defined as the acquisition method. This method answers to four items: 1. Who is the acquirer? 2. When does the acquirer obtain the control of the acquiree? 3. How does the acquirer recognize and measure the assets, the liabilities, and any non-controlling interest in the acquiree? And 4. How does the acquirer recognize and measure goodwill?

Introduction:

As an effect of constant economic crises and an impact of globalization, the national economy can be recovered by implementing combined companies from different fields to achieve more profitability and risk resistance. Thus, international practice recommends the application of IFRS3 "Business Combinations". Mergers, acquisitions, and takeovers are becoming the key to success in the future for those companies practice transactions of these types to increase the operational and production department, minimize the costs, and develop informational and technological systems. The impact of business combinations will favor the domestic environment to become more

competitive and accessible to the international market and the goods, capital, and technologies exchanges.

The author underlines the importance of studying the national framework, the accounting literature recording the business combinations, and the impact of transferring international practices and knowledge to become more associated, competitive, and practical companies for investors.

The main objective of this study is to identify the theoretical and scientific aspects of business combinations, the related legal frameworks, and their key stages.

Introducere. În contextul crizelor economico-financiare și ca urmare a intensificării proceselor de globalizare, relansarea economiei naționale poate fi realizată prin implementarea unor proiecte de reorganizare a entităţilor, denumite în literatură economică ca „*combinări de întreprinderi*”, utilizate cu scop eficientizării activităţii operaționale entității dobânditoare; achiziției de afaceri diferite sau filiale; susţinerii în continuare a realizării obiectivelor de revitalizare nu numai a actorilor participanți la operaţiune, ci a întregului circuit. Pentru realizarea acestui obiectiv sau deziderat, practica internațională ne propune pentru aplicare prevederile IFRS3 „Combinări de întreprinderi”.

Importanța temei de cercetare rezidă din posibilitățile și necesitățile limitate ale entităților autohtone față de provocările suportate pe plan concurențial, care, de cele mai multe ori, sunt dictate de situații imprevizibile sau de incertitudine, ce determină investitorii acestora să ia decizii imediate de reorganizare a activităților prin amplificarea puterii de reacție asupra facturilor de risc, utilizând alipirea, asocierea și combinarea activităților sau afacerilor din mai multe entități economice.

Scopul acestei cercetări constă în identificare aspectelor teoretice și științifice ale combinărilor de entități, cadrului legal internațional și național aferent și a principalelor etape de realizare a acestora.

Conținut

Combinările de entități, ca un proces integru, include în sine cunoașterea, posedarea și inter-conectarea aspectele juridice de reorganizare a persoanelor juridice, cu aspectele fiscale și contabile de evaluare și recunoaștere a activelor, datoriilor, capitalului și altor elemente patrimoniale, precum și abordarea multidisciplinară din domeniul managementului, finanțelor și economiei.

IFRS 3 „Combinări de întreprinderi” definește aceste operațiuni ca niște tranzacții pe care le întreprinde entitatea dobânditoare pentru a obține controlul asupra altor afaceri sau entități [1. Anexa A].

Noțiuni similare atribuite temei de cercetare, mai des utilizate în literatura de specialitate pot fi identificate ca *fuziune și absorbție*.

Autorii autohtoni d. Grigoroi L. și Lazăr L., au încercat să evidențieze subiectul fuziunilor, axându-se pe poziționarea acestor operații în cadrul strategiilor de restructurare, prin explicarea acestora din perspectivă economică, juridică şi financiar-contabilă [2. p. 35]. Astfel, fuziunile din

punct de vedere economic sunt tratate ca operațiuni de extindere sau concentrare a capitalurilor și a investițiilor. Din punct de vedere juridic fuziunile sunt tratate ca instrumente de realizare a combinărilor de entităţi. Și, în final, din punct de vedere financiar-contabil fuziunile cuprind determinarea și estimarea costului unei astfel de tranzacţii, modul de contabilizare şi raportare a acestora în situațiile financiare ale entității dobânditoare. [2. p. 35].

Pentru a elucida confuziile apărute pe marginea combinărilor de entități, este autentic a menționa faptul că fuziunea ca noțiune este utilizată în dreptul civil, iar combinarea este tratată în cadrul financiar - contabil.

Potrivit articolului 204 din Codul Civil al Republicii Moldova (în continuare CC al RM) [3], reorganizarea unei persoane juridice este efectuată prin *fuziune*, *dezmembrare* și *transformare*.

Fuziunea, în viziunea cercetătorilor Grigoroi L., și Lazăr L., reprezintă o operaţiune tehnico-juridică prin care două sau mai multe persoane juridice, în scopul concentrării capitalului şi sporirii rentabilităţii activităţii, îşi unifică patrimoniul în unul singur [2. p. 35].

Procedura de fuziune a entităților economice este descrisă în art. 205, art. 208-213 din CC al RM. Conform acestor prevederi fuziunea poate fi realizată prin două forme: *contopire și absorbție*.

Contopirea reprezintă dizolvarea persoanelor juridice participante în proces fără a intra în procedura de lichidare și transferarea integrală a drepturilor şi obligaţiilor acestora la persoana juridică nou înfiinţată [3]. Contopirea presupune încetarea existenței a două sau mai multe persoane juridice și unirea acestora în o entitate nouă.

Iar *absorbţia* este procesul de dizolvare a persoanelor juridice absorbite fără a intra în lichidare şi transferarea integrală a drepturilor şi obligaţiilor acestora la persoana juridică absorbantă [3]. Absorbția se realizează de către persoana juridică existentă, numite absorbantă, care înglobează una sau mai multe entități economice, a căror activitatea încetează existența, denumite persoane juridice absorbite, astfel încât drepturile și obligațiunile a acestora se transferă în patrimoniul persoanei juridice absorbante.

Legislația RM a întrunit modificări semnificative pe parcursul ultimilor 30 ani, astfel la etapa actuală, aspectul practic cu referire la realizarea unui proces cap – coadă de combinare a două sau mai multe entități este foarte complex și realmente nou pentru mediul economic, însă la nivel mondial acest fenomen a luat amploare încă din anii 1980.

În plan internaţional primele operațiuni de combinare între entitățile economice datează cu anii 1970 în SUA, ca urmare a intensificării acestui proces au fost elaborate primele reglementări în domeniul contabil, iar la nivel internaţional amplificarea acestuia înregistrează anii 1980.

Pentru RM primele reglementări contabile a acestor tranzacţii a fost aplicate din 1998 până în 2014, cu aprobarea Standardului Național de Contabilitate 22 „Combinări de întreprinderi” (în continuare SNC). Însă o dată cu aprobarea noilor SNC, în 2014 și în corelare cu prevederile articolului

5, alin. 11 al Legii contabilităţii și raportării financiare nr. 287 din 15.12.2017 [4], entitatea economică poate aplica prevederile Standardelor Internaționale de Raportare Financiară (în continuare IFRS), în special IFRS 3 „Combinări de întreprinderi" în cazul în care prevederile actelor normative și legislative naționale, inclusiv SNC sunt insuficiente practicii contabile. Un astfel de SNC prin analogie nu a fost elaborat, însă elemente de consolidare a activității diferitor entități economice pot fi regăsite parțial în SNC „Părți afiliate și contracte de societate civilă". Având în vedere amploarea fenomenului respectiv în RM, aplicarea prevederilor IFRS de către entităţile autohtone ce înregistrează astfel de tranzacţii, constituie un avantaj și un beneficiu ce favorizează implementarea practicii internaționale la nivel local.

În același timp, etapele de realizare a procesului de fuziune a entităților din Republica Moldova, tratate din perspectiva diferitor abordări – economic, juridic, contabil, organizațional, etc. sunt reglementate prin o mulțime de acte normative [5; 6; 7; 8; 9; 10; 11;12; 13].

Aportul cunoașterii legislației naționale produce efecte favorabile asupra realizării eficiente, eficace și în termen oportun a unei fuziuni de entități, însă practica internațională este net superioară, atât la capitolul armonizării legislative cât și a practicii contabile.

În opinia cercetătoarei Hromei A., fuziunea, conform legislaţiei româneşti, parcurge trei etape juridice principale, şi anume: etapa de elaborare a proiectului de fuziune, etapa realizării propriu-zise a fuziunii şi etapa majorării capitalului social al societăţii rezultante ori a constituirii celei noi şi a radierii societăţii/societăţilor absorbite [5, p.104-105].

De asemenea, cercetătoarea Hromei A. enumeră și 7 etape financiare trebuie parcurse, în cadrul fuziunilor, după cum urmează:

1. Inventarierea şi evaluarea tuturor elementelor de activ şi pasiv;
2. Întocmirea situaţiilor financiare înainte de fuziune;
3. Evaluarea globală a entităților pentru determinarea aportului net a fiecăreia dintre acestea, prin metodele de evaluare prevăzute de legislaţia în vigoare;
4. Stabilirea raportului de schimb al titlurilor celor două companii;
5. Determinarea numărului de titluri ce trebuie emise în cadrul societăţii noi, pentru remunerarea vechilor acţionari, precum şi a nivelului cu care se va majora capitalul social al societăţii rezultate prin fuziune;
6. Calculul primei de fuziune, ca diferenţă între valoarea patrimoniului preluat de la societatea absorbită şi valoarea nominală a titlurilor de capital cedate pentru aceste aporturi;
7. Reflectarea în contabilitatea societăţilor implicate în fuziune a operaţiunilor efectuate cu ocazia acesteia [5. p.105].

Făcând o transpunere a etapelor de realizare a fuziunii, în corespundere cu CC al RM, acest proces începe cu elaborarea proiectului unui contractul de fuziune. Contractul de fuziune începe a

produce efecte juridice doar dacă este aprobat de adunarea generală a membrilor fiecărei persoane juridice implicate în procesul de fuziune. Un aspect importat este faptul că hotărârea de fuziune și respectiv contractul de fuziune se adoptă cu minimum a 2/3 din numărul total de voturi reprezentate la adunare, dacă o majoritate mai mare nu este prevăzută de lege sau de actul de costituire a persoanelor juridice participante.

Ulterior după aprobarea contractului de fuziune, peste o lună după publicarea avizului în Monitorul Oficial al RM privind fuziunea entităților, se depune o cerere la Agenția Servicii Publice, pentru înregistrarea de stat a modificărilor respective.

Art. 204 din CC al RM reflecă faptul că reorganizarea persoanelor juridice este realizată numai după data înregistrării de stat a noilor persoane juridice, cu excepţia reorganizării prin absorbţie, care inițiază la data înregistrării modificărilor în actele de constituire ale persoanei juridice absorbante [3].

Potrivit art. 213 din CC al RM, în succesiunea dății înregistrării fuziunii, patrimoniul persoanelor juridice absorbite sau al persoanelor juridice care se contopesc trece la persoana juridică absorbantă sau la persoană juridică noua creată. După înregistrarea fuziunii, persoana juridică absorbantă sau persoană juridică nou creată include în bilanţul său activele şi pasivele persoanelor juridice absorbite sau ale persoanelor juridice contopite [3].

Autoarea Foalea L. relatează faptul că în procesul transmiterii patrimoniului entității absorbante sau persoanei juridice noi, entitățile urmează să întocmească și să semneze Actul de primire- predare a patrimoniului, realizat în baza documentelor contabile, după reflectarea rezultatelor inventarierii, pentru confirmarea existenței activelor, capitalului propriu și a datoriilor acestora [14]. Or, inventarierea reprezintă procedeul de control și autentificare documentară a activelor, capitalului și datoriilor, care devine obligatoriu și indispensabil pentru a asigura obiectivitatea și corectitudinea operațiunilor financiar – contabile ale procesului de fuziune.

Pentru a înțelege și a transpune revederile legislației locale în corelare cu IFRS 3, este necesar a defini **entitatea dobânditoare** care este entitatea ce obține controlul asupra entității dobândite și **entitatea dobândită** este entitatea sau entitățile asupra căreia (cărora) dobânditorul obține și deține controlul în cadrul procesului de combinare de entități [1, Anexa A].

În tabelul nr. 1 vom reflecta similitudinile și diferențele identificate conform cadrului juridic și a prevederilor contabile identificate la nivel național

Tabelul 1.

Criterii de asemănare și deosebire a combinărilor de entități

Criterii	**Cadrul juridic național**	**Cadrul contabil și IFRS3**
Denumirea procesului	Fuziune prin absorbție sau contopire	Combinare de întreprinderi

Criterii	Cadrul juridic național	Cadrul contabil și IFRS3
Entitățile participante	Persoană juridică absorbită/ contopită Persoană juridică absorbantă sau persoană juridică nou creată	Entitate dobândită Entitatea dobânditoare
Actul ce reglementează tranzacția	Contract de fuziune	Angajament contractual
Metode de evaluare a activelor, datoriilor și altor elemente patrimoniale	Nu se specifică	Metoda achiziției
Evaluarea activelor, datoriilor și a altor elemente	În baza raționamentului contabil (valoarea justă sau contabilă)	Valoarea justă

Sursă: Elaborat de autor în baza CC al RM și IFRS 3.

Un aspect important în susținerea prevederilor IFRS 3, este faptul că cadrul internațional ne oferă o metodă unică de realizare a combinărilor de entități, cu mici excepții (în cazul combinărilor în control comun), denumită „metoda achiziției", care cuprinde următoarele elemente, prezentate în figura 1.

Figura 1.

Elemente ale metodei achiziției conform IFRS 3

Sursa: Elaborat în baza [1].

Dezvăluirea metodei achiziției recomandate de IFRS 3 necesită o abordare meticuloasă și detaliată a fiecărui element în parte care inițiază cu identificarea dacă o tranzacție prezintă o combinare de întreprinderi sau o achiziție de active.

Prin urmare, IFRS 3 specifică faptul că o tranzacție este considerată combinare de întreprinderi în cazul în care o afacere devine filiala unei entități dobânditoare, sau în cazul în care activele nete

ale unei sau mai multor entități sunt transferate către entitatea dobânditoare; sau o entitatea dobânditoare obține controlul asupra unor entități dobânditoare prin transferul de numerar, lichidități, active care constituie o afacere; prin asumarea de datorii ale entității dobândite; prin emisiuni de capital sau de cote de participație, prin transferarea contraprestațiilor fondatorilor entităților dobândite.

Concluzie

În concluzie, menționăm că cadrul normativ din Republica Moldova aferent combinărilor de entități reglementează preponderent aspectele juridice privind combinările de entități, în timp ce aspectul contabil este foarte vag. Drept urmare, contabilitatea fuziunilor de entități devine un proces complicat și ambiguu pentru mediul de afaceri, iar pentru mediul academic - un subiect de investigat. Astfel, trebuie să urmeze o etapă de analiză și ajustare a cadrului normativ aferent domeniului. Necesitatea ajustării cadrului legal național la directivele europene și cadrul internațional va contribui la alinierea Republica Moldova spre standardele europene și internaționale, iar asimilarea practicii contabile internaționale aferente tranzacțiilor de combinări de entități va permite crearea unui mediu favorabil pentru investitorii externi de a consolida afaceri sustenabile din diferite domenii în entități profitabile. Deși combinările de entități prezintă un domeniu multidisciplinar complex și complicat, posibilitatea de cercetare a acestor tranzacții în contextul globalizării și internaționalizării afacerilor, ne oferă posibilități nelimitate de dezvoltare a acestora la nivel național

BIBLIOGRAFIE

1. Ordinul Ministerului Finanțelor nr. 109 din 19.12.2008, privind acceptarea și publicarea Standardelor Internaționale de Raportare Financiară. In: Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 2008, nr. 237-240. Disponibil: https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=5048&lang=ro [in Romanian].

2. Lazari, L., Grigoroi, L. (2016), Tratamentul contabil al combinărilor de entități. În: Conferința „Paradigma contabilităţii şi auditului realităţi naţionale, tendinţe regionale şi internazionale”, Chişinău, ASEM, p. 32-44, Disponibil: https://irek.ase.md/xmlui/bitstream/handle/123456789/1794/Lazari%20Liliana_Grigoroi%20Lilia_conf_Dep_Contabilitate_aprilie_2016.pdf?sequence=1&isAllowed=y [in Romanian].

3. Codul Civil al Republicii Moldova nr. 1107 din 06.06.2002. In: Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 2019, nr. 66-75. Disponibil: https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=136381&lang=ro# [in Romanian]

4. Legea contabilității și raportării financiare nr. 287 din 15.12.2017, [online]. In: Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 2018, nr. 1-6. Disponibil: https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=125231&lang=ro# [in Romanian]

5. Codul Fiscal al Republicii Moldova, nr. 1163 din 24.04.1997, cu modificările ulterioare [online]. In: Monitorul Oficial Nr. 62 din 18.09.1997. Disponibil: https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=139901&lang=ro# [in Romanian]

6. Legea privind înregistrarea de stat a persoanelor juridice şi a întreprinzătorilor individuali nr. 220 din 19.10.2007, cu modificările ulterioare [online]. Disponibil: https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=138784&lang=ro# [in Romanian]

7. Legea cu privire la antreprenoriat şi întreprinderi nr. 845 din 03.01.1992 [online]. Disponibil: https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=138763&lang=ro# [in Romanian]

8. Legea privind societăţile pe acţiuni nr. 1134 din 02.04.1997 [online]. Disponibil: https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=138765&lang=ro# [in Romanian]

9. Legea privind societăţile cu răspundere limitată nr. 135 din 14.06.2007 [online]. Disponibil: https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=138766&lang=ro# [in Romanian]

10. Legea concurenţei nr. 183 din 11.07.2012 [online]. Disponibil: https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=139070&lang=ro# [in Romanian]

11. Legea privind activitatea de evaluare nr. 989 din 18.04.2002 [online]. Disponibil: https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=132880&lang=ro# [in Romanian]

12. Regulamentul privind concentrările economice, Hotărîrea Consiliului Concurenţei nr. 17 din 30.08.2003. [online]. Disponibil: https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=60301&lang=ro [in Romanian]

13. Ghidul privind reorganizarea societății pe acțiuni, Hotărîrea Comisiei Naţionale a Pieței Financiare nr. 23/2 din 27.04.2021 [online]. Disponibil: https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=126326&lang=ro#

14. Hromei, A.S.(2014), Importanța activității de DUE diligence în cadrul operațiunilor de fuziune. În: Conferința „ Cooperarea dintre mediul universitar şi organismele profesionale: Soluţii şi oportunităţi în dezvoltarea durabilă a profesiei contabile”, Chişinău, p. 104-106, Disponibil: https://ibn.idsi.md/sites/default/files/imag_file/104-106_18.pdf [in Romanian]

15. Foalea L.(2023) Reorganizarea entității prin fuziune: modul de contabilizzare. În: Monitorul Fiscal, nr. 5 august 2023, Chișinău, Disponibil: https://monitorul.fisc.md/reorganizarea-entitatii-prin-fuziune-modul-de-contabilizare-/ [in Romanian]

Students:
Alina Butnaru
Ana-Maria Buzdugan
PhD. student in Accounting
Ștefan cel Mare University of Suceava, Romania/Academy of Economic Studies of Moldova
Supervisors:
Professor PhD. Elena Hlaciuc,
e-mail: elena.hlaciuc@usm.ro
Ștefan cel Mare University of Suceava, Romania,
Liliana Lazari
liliana.lazari@ase.md
Associate Professor, Academy of Economic Studies of Moldova,
As. univ. dr. Simona-Maria Brinzaru
Ștefan cel Mare University of Suceava, Romania,
simona.brinzaru@usm.ro

LACK OF QUALIFIED HUMAN RESOURCES AMONG THE CURRENT PROBLEMS RELATED TO THE ABSORPTION OF EUROPEAN FUNDS IN ROMANIA

Key words: absorption; european funds; digital economy; eu budget; operational programmes, human capital.

Abstract: European funds refer to financial resources that are allocated by the European Union to support various initiatives, projects and programmes in its Member States. The absorption of European funds aims to promote economic development, regional cohesion, research and innovation, environmental sustainability, social inclusion and other priorities outlined by the EU. The main source of EU funds is the EU's Multiannual Financial Framework (MFF), which sets the budget for a period of seven years. Regarding the absorption of European funds, we notice several problems that hinder the implementation of European funds, such as excessive bureaucracy, lack of specialists in the field, lack of experienced people, legislative and political changes, the way projects are implemented, lack of adequate planning.

Introduction

At a time of many financial, political or social challenges (COVID-19 crisis, war in Ukraine, war in Israel), EU countries have been continuously looking for solutions and resources to support their economy and development. Administration and management of resources during this period were one of the most important aspects underlying the functioning of the modern economy and society.

In this context, the Structural Funds are rather a challenge, which, assumed and treated responsibly, can become a solution for maintaining macroeconomic balances, quality and productivity increases. The absorption of funds ensures the effective use of attracted funds and the successful implementation of projects and programs financed from European funds.

Getting started with the Structural Funds

The Ministry of European Investments and Projects specifies that European funds are non-reimbursable financing instruments allocated to the Member Standards of the European Union aiming to reduce the gaps in economic and social development between them. The management of EU funds is carried out jointly by the European Commission and each Member State. In Romania, the European Structural and Investment Funds (ESI Funds) are the main source of financing the Operational Programmes, and as main objective the Economic and Social Cohesion Policy at national level is the main objective.

Figure 2.

Structure of the European Structural and Investment Funds

Source: Internal analysis based on information taken from the site https://mfe.gov.ro/1-ce-sunt-fondurile-europene-si-de-cate-tipuri-sunt-acestea/,

The ESIFs aim to promote economic and social convergence, although eligibility and allocation criteria vary across funds. ESI funding usually covers only part of total public expenditure (Staehr, K., Urke, K., 2022*)*.

The largest financial envelope in 2021-2027 at EU level is the Multi-Year Financial Framework of the European Union worth EUR 1,074 billion. €750 billion and Next Generation EU. For this temporary instrument, legal commitments must be concluded before 31 December 2023 and paid before 31 December 2026.

It aims to support the recovery of Member States' economies from the pandemic shock of 2020, but also to achieve the EU's long-term priority objectives, with a strong focus on the green and digital transition. In addition to the situation caused by the Covid-19 pandemic, this budget is also marked from 2021 onwards when energy, fuel and raw material prices increased, being accentuated in 2022 with the outbreak of war in Ukraine and felt in 2023 with strong inflationary effects across the global economy. At the same time, according to the European Commission, the pandemic period has accentuated the need to allocate

funds for a digital economy. Member States intend to stop benefiting from solutions and systems from other regions of the world, which politically create diversions and deadlocks.

Based on information received from the European Commission we note that the EU budget is distributed across different policy areas and programmes in order to support EU policies and initiatives. Each Member State's contributions to the EU budget are determined on the basis of a formula that takes into account factors such as Member States' Gross National Income (GNI), VAT revenues and other economic indicators. The annual level of own resources that can be used is currently limited to a maximum of 1.4% of EU GNI. As total expenditure cannot exceed total revenue, expenditure is also limited by this ceiling.

Figure 2.
Romania's budget allocation (Euro) for Operational Programmes 2007-2013 and 2014-2020

	ESF	EAFRD	ERDF	CF	EMFF
2007-2013	2 769 803 791	7 129 535 969	8 141 094 793	5 848 088 356	
2014-2020	628 057 575	3 239 338 218	1 149 782 149	1 079 932 427	26 850 027

Source: Own elaboration based on information presented on the website https://cohesiondata.ec.europa.eu/EU-Level/Historic-EU-payments-by-MS-NUTS-2-region-filter-by/2qa4-zm5t.

In Figure 2, we can see that in the period 2007-2013, most European funds were allocated to the European Regional Development Fund, a period which focused on supporting the sustainable development of cities, potential urban growth poles, improving the business environment and basic infrastructure, followed by the European Agricultural Fund for Rural Development which aimed to support farmers in business development. In the next period, 2014-2020, Romania received much less EU funding than in the previous period. Most of the funds attracted in 2014-2020 were in the EAFRD.

Figure 3.

Total value of projects financed by European funds in the period 2014-2022 (RON)

Source: Own elaboration based on information from the Ministry of Investment and European Projects.

In Figure 3 we can see that the Bucharest-Ilfov region has attracted the most European funds from 2014 to the end of 2022, specifically in Bucharest (501 contracts concluded with a value of 19,731,279. 531 lei), followed by the South-East regions (Brăila, Buzău, Constanța, Galați, Tulcea, Vrancea) with the highest number of contracts concluded in Tulcea of 531 contracts with a value of 4.990.460.014 and a number of 386 contracts concluded in Constanța and with a value of 8.860.192.344 lei.

Considerations on the absorption of Structural Funds

Absorption of European funds is of great importance for maximising the benefits of EU financial support. The issue of absorption of operational programmes is a frequent concern in the context of European structural and investment funds. These funds are available for different areas, including infrastructure, environment and regional development, and aim to support development and modernisation projects in EU countries. The level of absorption of European funds is closely linked to the country's GDP, price stability, interest rates and exchange rates, and the ability of the country's economy to respond to the additional costs (Marcu, L., Kandzija, T., Dorotic, J., 2020).

Table 1.
Absorption of Structural Funds by operational programme for the 2014-2022 programming period, as of March 2022 and May 2023 (€ million)

	Total allocations 2014-2020 (cumulative)	Payments 2022			Payments 2023			Absorption rate		Absorption rate excluding pre-financing 2023	
		Total, of which:	Pre-financing	EU refunds	Total, of which:	Pre-financing	EU refunds	2022	2023	2022	2023
Regional	6860	3707,5	534,8	3172,7	4853,1	397,6	4455,5	54,00%	70,70%	46,20%	64,90%
Large infrastructure	9338,6	5253,5	797,4	4456,2	7872	804,3	7067,7	56,30%	84,30%	47,70%	75,70%
Competitiveness	2379,8	752,1	180,2	571,9	1689,5	378,2	1311,2	31,60%	71%	24%	55,10%
Human Capital	4596,1	1510,1	328,3	2181,7	3922,4	413,3	3509,1	54,60%	85,30%	47,50%	76,30%
Administrative capacity	563,6	293,4	46,8	246,6	410,1	46,8	363,3	52,10%	72,80%	43,80%	64,50%
Technical Support	332,8	242,3	18,7	223,6	270,3	16,4	253,3	72,80%	81,20%	67,20%	76,30%
TOTAL	24070,8	12758,9	1906,2	10852,7	19017,3	2056,6	16960,7	53,00%	79%	45,10%	70,50%

Source: Tax Council Annual Report 2022 and 2023, available at http://www.consiliulfiscal.ro/RA%20CF%202022.pdf and http://www.consiliulfiscal.ro/RA%20CF%202021.pdf;

Figure 4.

Graphical representation of structural funds absorption in March 2022 and May 2023 (€ million)

Source: Internal analysis based on information taken from the Annual Reports of the Fiscal Council of Romania in 2022 and 2023;

Analysing the above data, we observe an increase in the absorption rate of European funds in Romania by 26 percent, from 53% in 2022 to 79% in 2023. We also note that the Technical Assistance Operational Programme has the highest absorption rate in 2022, and Human Capital, followed immediately by Large Scale Infrastructure in 2023.

Table 2.
Absorption of Structural Funds for the 2014-2020 programming period compared with other EU Member States in May 2022 and May 2023

EU Member States	Total allocations 2014-2020 (mld. Euro)	Payments 2022 (mld. Euro)	Payments 2023 (mld. Euro)	Absorption rate 2022 (%)	Absorption rate 2023 (%)
Bulgaria	8,0	4,9	6,0	62,1	75,2
Czech Republic	22,7	15,7	20,0	69,3	88,1
Croatia	9,1	4,5	6,0	49,5	65,7
Estonia	3,7	2,8	3,5	75,5	94,4
Latvia	4,6	3,0	3,6	65,2	78,5
Lithuania	7,0	5,3	6,6	75,3	94,0
Poland	78,8	59,6	72,6	75,8	92,2
Romania	24,1	12,8	19,0	53,0	79,0
Slovakia	14,3	8,0	10,7	56,8	74,8
Slovenia	3,3	2,5	3,0	75,0	89,4
Hungary	22,5	16,7	19,9	74,5	88,3

Source: Tax Council Annual Report 2022 and 2023, available at http://www.consiliulfiscal.ro/RA%20CF%202022.pdf and http://www.consiliulfiscal.ro/RA%20CF%202021.pdf;

Figure 5.
Absorption of structural funds for the 2014-2020 programming period compared to other EU Member States, May 2022 and May 2023

Source: Internal analysis based on information taken from the Annual Reports of the Fiscal Council of Romania in 2022 and 2023;

Analysing the graph above, it can be seen that of the EU member countries, Estonia, Lithuania and Poland have managed to absorb the most funds in 2023, and Romania ranks 7th with 79% in 2023, compared to Estonia with 94.4% in 2023, a difference of 15.4%. Also, in the case of Romania we see a significant increase in absorption from 2022 to 2023.

From this, we can conclude that this situation of an increase in the absorption rate from 2022 to 2023 for most EU Member States is due to previous experience, which has allowed to remedy certain problems that may occur in the absorption of European funds.

Lack of qualified human resources among current problems related to the absorption of European funds

It is very important to note that the unspent amounts from the 2014-2020 programming period until 2023 will be lost. However, there is still a significant part of the funds that remain unspent. This problem can be caused by several factors, including:

1. *Excessive bureaucracy*: The process of accessing EU funds is complex and requires certain rigorous administrative requirements to be met. Excessive bureaucracy can make the process difficult and discourage potential beneficiaries from applying for funding. Here we can also mention the fact that there are too few specialists, trained human capital, with experience in this field to facilitate bureaucratic work.

2. *Implementation capacity*: Some organisations or public authorities may face difficulties in managing and implementing projects financed by European funds. Lack of qualified human resources or experience in managing large projects may lead to delays or under-utilisation of available funds.

3. *Lack of proper planning*: Sometimes projects are not properly planned, which can lead to difficulties in absorbing funds. Adequate planning and preparation is essential to ensure that projects can be implemented effectively and that funds can be fully used. Here we can also include delays in the completion of started projects. An example would be the External Light Infrastructure - Măgurele Nuclear Physics project, the largest European research investment in Romania (Marcu, Kandzija, & Dorotic, 2020).

4. *Legislative and political changes*: Legislative or political changes may affect the absorption of EU funds. Unforeseen changes in legislation or political priorities may lead to delays or blockage of funded projects. As an example, frequent changes have been made to public procurement legislation.

5. *Insufficient information* to beneficiaries on the conditions to be fulfilled for project submission and lack of specialised expertise in project preparation led to a high rejection rate.

6. Large number of approved projects not contracted, one of the reasons for failure conditions for the contracting phase. In order to avoid the decoupling of some expenditure, technical solutions were considered, such as: abandoning the intention to build three hospitals in the regions of Cluj, Craiova and Iași, through the Regional Operational Programme, and focusing on the purchase of ambulances, an objective much easier to achieve than if the design and construction of the hospitals were considered, which would certainly take too long to execute in order to receive the full amount set by the financing contract.

The European Commission has identified a number of directions to support Member States in their efforts to absorb European funds in the annual financial framework, including:

- improving administrative capacity;
- exchange of experts and training of experts with learning in programming, implementation, management and financial control of EU-funded projects;
- proposals to simplify public procurement.

As regards the case of Romania, among the directions for improving the absorption rate, there is a particular contribution in terms of developing administrative capacity, improving project capacity, better coordination between national institutions (Marcu, Kandzija & Dorotic, 2020). Also, reviewing the literature, it was found that Romania lacks a clear strategy on the absorption of EU funds, but also on the targeting of funds to less developed regions of the country.

The whole process of accessing European funds is quite complex and requires a very good cooperation between stakeholders and therefore it is important to organise refresher courses with the

staff involved in the procedures concerning European funds. They are useful in sharing experience on a person-to-person basis by referring to case studies and giving examples of bad practice so that staff can learn from past mistakes to be better professionally in the future.

Intellectual capital - key role in managing EU funds

The management of EU funds must be effectively implemented and then enforced by all parties involved. Without an awareness of its role in the process of establishing needs, drawing up the investment plan, attracting resources and consciously allocating them in accordance with the principles and responsibilities assumed, funding cannot be effective, cannot create future and long-lasting benefits. We cannot exclude the contribution that intellectual capital, the human resource, can make to the management of European funds, a process that often involves dealing with unforeseen situations, with limited resources for an effective outcome. It is intellectual capital that influences the stimulation of innovation, competitiveness and value generation for the management of funds. This is achieved by setting and delineating expectations for future outcomes that can be realised through the achievement of set objectives (Popescu, 2019; Ali et al., 2021; Quintero-Quintero, et al. 2021). Because the process of absorbing structural funds is largely done through and for people, their training in this area is more than necessary. It is also appropriate to adapt education and training programmes to market requirements in order to provide the labour market with a human resource with key skills, including digital skills.

Conclusions

The changing geopolitical situation of countries and regions requires immediate action to establish a political, economic or social balance. Given that most of the decisions that influence the European or even global course of states and organisations are political, efforts to adapt and make action more effective must be geared towards common goals of peace and stability.

Romania is still facing many difficulties in relation to the absorption of structural funds. Overcoming the challenges in a professional manner has meant close cooperation with beneficiaries and authorities, all of which has led to the accumulation of valuable experience. Only through proper assessment and recognition of the often unavoidable obstacles can monitoring and control mechanisms be developed for improved initiatives and better results in the 2023-2027 implementation framework. Areas in this period include: entrepreneurial discovery, smart specialisation, facilitating investment in new technologies, adapting businesses to the requirements of the low carbon economy. Therefore, a national strategy is needed that contains measures to attract and stimulate investment in line with the needs of long-term national development.

BIBLIOGRAPHY

1. Ali, M. A., Hussin, N., Haddad, H., Al-Araj, R., & Abed, I. A. (2021). A multidimensional view of intellectual capital: The impact on innovation performance. Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity, vol. 7 no. 4, 216.
2. Bălăceanu, C. (2011). Impactul fondurilor structurale asupra economiei României. EIRP Proceedings. Retrieved from http://www.proceedings.univ-danubius.ro/index.php/eirp/article/viewFile/1110/1028.
3. Popescu, C. R. G. (2019). Intellectual Capital: Major Role, Key Importance and Decisive Influences on Organizations' Performance. Journal of Human Resources Management Research, 1-17. [in English].
4. Quintero-Quintero, W., Blanco-Ariza, A. B., & Garzón-Castrillón, M. A. (2021). Intellectual capital: A review and bibliometric analysis. Publications, 9(4), 46. [in English].
5. Staehr, K., & Urke, K. (2022). The European structural and investiment funds and public investment in the EU countries. Retrieved from https://doi.org/10.1007/s10663-022-09549-6. [in English].
6. Tița (Bătușaru), C., Oțetea, A., Moldovan I., & Ungureanu, M., A. (2015). Between success and unsuccess in absorbing eu funds – Poland vs. Romania. Revista Economica 67: Supplement. Retrieved from http://economice.ulbsibiu.ro/revista.economica/archive/suplimente/67S31tita&otetea&moldovan&ungureanu.pdf.
7. Annual report of the Romanian Fiscal Council (2022). Retrieved from http://www.consiliulfiscal.ro/RA%20CF%202022.pdf.
8. Annual report of the Romanian Fiscal Council (2021). Retrieved from http://www.consiliulfiscal.ro/RA%20CF%202021.pdf.
9. Digital Europe Programme. Retrieved from https://digital-strategy.ec.europa.eu/ro/activities/digital-programme.
10. Historic EU payments. Retrieved from https://cohesiondata.ec.europa.eu/EU-Level/Historic-EU-payments-by-MS-NUTS-2-region-filter-by/2qa4-zm5t. [in English].
11. Programming period 2007-2013. Retrieved from https://www.roreg.eu/fonduri-europene/perioade-de-programare/2007-2013.
12. Union income. Retrieved from https://www.europarl.europa.eu/factsheets/ro/sheet/27/veniturile-uniunii..
13. What are European funds and how many types are they?. Retrieved from https://mfe.gov.ro/1-ce-sunt-fondurile-europene-si-de-cate-tipuri-sunt-acestea/.

Students:
Buzduga Angelina,
Baimastruc Olga,
Specialty: Accountancy
Supervisor:
MIHAILA Svetlana, Ph., Associate Professor
Academy of Economic Studies of Moldova,
Chisinau, 61 Mitropolit Gavriil Bănulescu-Bodoni str.
svetlana.mihaila@ase.md

INTRODUCTION TO THE CALCULATION OF THE EMPLOYEE SALARY USING THE DIFFERENTIAL EQUATION METHOD

Keywords: accounting, salary, differential equation, analysis, calculation.

Abstract: Salary is one the most important and motivational parts for each employee. The calculation of the salary represents an enormous responsibility and an honest, fair and confidential commitment. There are many methods salary calculation, but one less used in accounting is the method based on differential equations. The theory of these equations represents the foundation of economic science, having its roots in any contemporary field. The possession of the method of differential equations allows to escape into a broad scientific field, where we can state the facts through accurate arguments. At the same time, its understanding disciplines our thinking, shapes intuition through unique reasoning, contributes to the development of a wider spectrum in economic science. The authors through this research aimed to highlight the method of differential equations regarding salary calculation. A variety of research methodologies were used to meet the proposed objectives, including bibliographic analysis, deduction, induction and comparison.

Introduction

Within an entity, the salary component is a significant part of operational costs, therefore the calculation is essential for proper budget management as well as for effective expenditure planning. A fair pay policy can help to attract and motivate employees, that is why offering fair pay is an important factor in attracting qualified human resources to the entity. Another essential part is to respect the laws, because non-respecting those, can lead to fines or other negative consequences for the entity. At the same time, knowing the exact amount of money that employees need to be paid each month helps them to plan and manage their personal finances, which gives them financial stability and security. So, *the objective of the research* is to study and analyze the salary using methods other than traditional ones, but applying differential equations, and the actuality of the research results from the fact which is the role of the salary in the lives of employees and exactly is the influence on the quality of life, motivation for the staff to get more involved in the entity's work.

This method of resource is based on the methodological tools characteristic for the social sciences, the classic methods: quantitative and qualitative methods, and the inherent methods of the economical sciences: observation, analysis, synthesis and comparison.

Results and discussion.

For most people, wages are their main source of income and are essential to sustain their standard of living. A fair and just salary is a source of employees motivation, they will be more likely to be committed. A fair salary will also contribute to the stability of the employee-employer relationship, employees will be more predisposed to work for the company and perform consistently.

In this research, the authors make their own contribution to the calculation of salary using the method of differential equation, because in the context of more complex mathematical models, there are taking into account different variables and interdependence in the salary evolution considering different factors. Differential equations can be used to shape the salary according to special variables such as: inflation, company growth rates, tax rates, annual adjustments or other economic and financial factors, to describe the wage fluctuations over time, under different circumstances. This can be useful for economic predictions, simulations for wage development in certain script and can provide important clues for managerial decisions.

It should be noted that most part, the calculation of payment is not done directly by differential equations, but it is calculated from systems and rules established by the accounting laws, internal policies of entities or individual employment contracts. Differential equations are used in theoretical models and deeper economic analysis rather than in current wage calculations.

Following the literature reviewed for the topic analysis, no specific researches were identified for the "the calculation of salary by differential equations method", but scientific publications regarding to "accounting and salary calculation" at national level, and the most highlighted works of the authors has been: (Grigoroi, Graur, 2021), (Bădicu, Mihaila, 2020), (Dumanschi, Iachimovschi, 2023), (Caraman, Cusmaunsă, 2007) and others.

Salary means "any reward or gain valued in money, paid to employees by the employer or by the government, under the individual employment contract, for work performed or to be performed" (Salary Law), and the tariff salary "presents the basic component of the tariff system that determines the size of the employee's basic salary per unit of time (hour, day)" (Salary Law). Salary calculation in the Republic of Moldova is based on the following factors shown in Figure 1.

Figure 1.

Factors underlying salary calculation in the Republic of Moldova

Source: elaborated by the author after (Dumansky, Yachimovsky, 2023).

According to a survey conducted by the authors, 1 in 3 Moldovans do not know the difference between gross and net salary. Thus, in order to calculate an employee's salary, it is necessary to take into account all the factors shown in Figure 1 and apply the formula for calculating the gross salary (Salary Law):

Gross salary = Basic salary + (hours worked x hourly rate) + other bonuses.

And for the calculation of the net salary, after deducting social contributions, taxes and other deductions from the gross salary, the calculation formula (Salary Act) will be applied:

Net salary = Gross salary - social contributions - taxes - other deductions.

It is important to have a strong knowledge about taxes and present legislation to ensure that the employee's salary is correctly calculated according to the legal rules in force. Employees' salaries are paid in accordance with the law in force (Salary Law). Currently, two types of compulsory deductions are made for the calculation of the employee's salary, shown in figure 2.

Figure 2.
Mandatory deductions from salary

Source: prepared by the author on the basis of the Act (Salaries Law).

Where, the insurance social contribution is a monetary contribution that non-employed individuals, who do not belong to the categories of persons insured by the Government, pay annually, insuring the risk of illness (CNAS). The tax is a compulsory payment free of charge, which does not depend on the performance of specific and concrete actions by the authorized companies or its responsible person for or in relation to the taxpayer who paid this payment (Tax Code of the RM).

In the following the authors illustrate the calculation of salary using the differential equation method, which is less widely used but just as useful as the traditional ones. Differential equations appeared after the discovery of differential and integral calculus, after the work of Newton and Leibniz in 1963. The solution of the linear equation with constant coefficients of order "n" was found by Euler in 1739.

In the literature, differential equation is defined: „*It's called a differential equation solution on the interval* $I \subset R$ *any function:* $\varphi: I \rightarrow R$*, derivable "n" times per I, which verifies the equation, in other words for every* $x \in I$ *Equality takes place* $F(x, \varphi(x), \varphi(x), \ldots \varphi^{(n)}(x))=0$" (Constantinescu, 2010).

Also, the structure of the differential equation is constituted from several solutions: general, particular and singular. General solution of the equation, it is the solution that depends by the „x" and by the „n" constant referee $C_1, C_2, \ldots C_n$, (exactly as much as the order of the equation), that is, it is of the form $y= \varphi(x, C_1, C_2, \ldots C_n)$. This is the explicit form of the solution because it specifies the mode where unknown function „y" depends on the independent variable „x". Any solution that is obtained from the general solution for particular values of the constants is called a particular solution.

Equation solutions that cannot be obtained by this process from the general solution are called single solutions **(**Constantinescu, 2010).

The most common types of equations are:

1. **Differential equations with separable variables,** are equations of the form $y' = f_1(x)*f_2(x)$, where $f_1(x)$ and $f_2(x)$ are continuous functions.

2. First-order linear differential equations, presents equations of the form $y'+p(x)*y=f(x)$, where $p(x)$ and $f(x)$ are continuous functions.

3. Homogeneous first-order differential equations, is the equation in which the function $f(x,y)$ it is called homogeneous of order "n", in relation to variables „x" și „y", if for any $k \neq 0$ we have $f(kx,ky)=k''f(x,y)$ **(**Constantinescu, 2010).

Differential equations are very important in every field, talking about economics, accounting, their role is colossal, starting from expressing the demand function, increasing, decreasing each rate or analyzing and composing the salary in time periods. To demonstrate the method of calculating the wage based on the differential equation we consider the following example:

The employer in company X allocates 15% of the employee's salary each year as an activity bonus. At the same time, the salaries of all employees in that year due to inflation increased by 8%. Suppose

a person has been hired in company X, and his first salary is 40000 lei. It is known that the rises of salaries are nominal and increase continuously.

To calculate the salary amount we will determine the differential equation model:

$A= Pe^{rt}$, where:

A- the amount of salary after 15 years;

e- natural number, approximate 2,718;

r- salary growth rate after inflation;

t- time, years.

Further we find the initial amount increased from the first salary:

P= 40000 lei * 15%= 6000 lei, after we determine the value of the employee's salary after 15 years based on the differential equation:

$A= Pe^{rt}$

$A= 6000 \text{ lei} * 2{,}718^{0{,}08*15}$

A= 6000 lei * 8,972

A= 53943,2 lei

Following calculation using differential equation, the final amount of the employee's salary after 15 years will consist 53943.2 lei.

Reffering to differential calculation, the Model of increasing production volume is presented.

Suppose a product is made, the price is P, where Q(t) represents the quantity of product, being made at moment "t". In this case, the income earned by the employee will be P* Q(t). A part of the income will be spent on investing in the production of the product, in other words I(t)= m* P*Q(t), where "m" is the norm of investment (0<m<1).

The demand for the product is require in the market, thus exceeding supply. Analyzing the demand, The production process will expand and, therefore, income increases and a part of the income is used to expand production. We obtain the fact that the speed of production is directly proportional to the investments that is made, in other words Q'(t) =l*I(t), where "1/l" is the norm of acceleration, and "I"- investments. For the function I(t) we get the equation: Q'(t*) =k*Q, k=l*m*P,* equation containing variable "t", unknown function Q(t) and its derivative Q'(t).

The model based on the differential equations has a primary importance in economics, one of the reasons being the direct proportional relationship between the wage increases and production volume growth.

Conclusion

In conclusion, we can say that the calculation of the employee's salary is crucial for: ensuring financial stability, recognition of its value, personal financial planning and the positive maintenance of

relationship between employee and employer, but the transparent and fair process of calculation contributes in keeping a healthy organizational culture. In the eyes of employees, customers and the general public salary policy and the ways that remuneration is handled influences the image and entity reputation, that's why an honest and transparent approach regarding salary calculation can not only strengthen a company's position and reputation, but is also crucial for expense management, attracting and maintaining workers, increasing motivation and productivity, thus having a direct impact on performance and image.

Analyzing the wages evaluation using differential equations method, the salary rates and the Model of Production Volume Growth presented in this research can highlight that differential equations presents an accurate and correct calculation which help us in predicting future situations. In turn, it gives us a chance to manage and plan efficiently the operational expenses in the economical area.

BIBLIOGRAPHY

1. Bădicu, G., & Mihaila, S. (2020). Contabilitatea de gestiune avansată: Note de curs., Chișinău: Tipografia Centrală, 224p.
2. Caraman, S., & Cusmaunsa, R. (2007). Contabilitatea managerială. Note de curs. Chișinău: Tipografia Centrală, p. 40-45.
3. Constantinescu D., (2010), Ecuaţii Diferenţiale Elemente teoretice şi aplicaţii. Craiova, Ed. Universitaria. p.101.
4. Codul Muncii al Republicii Moldova nr. 1107-XV din 06.06.2002. Available: https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=129889&lang=ro#
5. Codul Fiscal al Republicii Moldova, art.6
6. Grigoroi, L., Lazari, L., Balteş, N., Graur, A., Bîrcă, A., Bădicu, G., ... & Ţurcanu, L. (2021). Contabilitatea întreprinderii: Manual.
7. Dumanschi M. (2023). Aspecte practice ale contabilității decontărilor cu personalul în condițiile digitalizării proceselor informaționale. Available: https://irek.ase.md/xmlui/handle/123456789/2704
8. Legea salarizării nr.847-XV din 14 februarie 2002 (Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 2002, nr.50–52, art.336), cu modificările ulterioare.
9. Compania Naţională de Asigurări în Medicină, Available: http://www.cnam.md

Studenți:
Dănilă Daniela
Manolie Andreea
Specialitatea: Contabilitate, anul I,
Academia de Studii Economice a Moldovei
Conducător științific:
Caraman Stela,
Asistent universitar,
Academia de Studii Economice a Moldovei,
or. Chișinău, Republica Moldova
caraman@ase.md

INFLUENȚA INTELIGENȚEI ARTIFICIALE ASUPRA CONTABILITĂȚII

Keywords: accounting, artificial intelligence, technologies, accounting processes, accounting systems

Abstract: Artificial Intelligence (AI) has made a significant impact in the world of accounting. It refers to the use of artificial intelligence technologies, such as machine learning algorithms and natural language processing, to automate and enhance various accounting processes. This includes tasks such as financial reporting, audit and compliance, fraud detection, and data analysis.AI in accounting can help improve accuracy and efficiency, reduce costs, and provide valuable insights and predictions for decision-making. In this way, AI-enabled accounting systems are the way for enterprises to stay strong contenders in an increasingly competitive market because they save time and provide deep insights. The accounting profession has moved its focus from the paper and pencil era to the digitalization era, which is divided into the following stages: digital tables Access, Microsoft Excel, and then specialist software Step 1C: accounting, universal accounting; ERP system is the next in line. Cloud computing is a further stage, while artificial intelligence itself is the pinnacle of all phases. The business environment is being challenged by the speed at which technology is developing, which means that in addition to the regular requirement for software and hardware updates, accountants also need to acquire new competencies.

Introduction

We live in a complex world where human reason is not capable of facing challenges influenced by rapid economic change. In the context of knowing the economy, the use of information systems determines the development and the survival of a company.

Artificial Intelligence (AI) is the field that aims to explain and model intelligent behavior in terms of computing processes. In social life, it has the role of gaining advantages by solving problems and making decisions, increasing productivity, quality of services offered to customers through the use of

technologies based on acquisition, memorization and exploitation of knowledge. Thus, artificial intelligence is considered that field of computer science that has as its object designing and building systems capable of performing functions of the human intellect, like learning from experience, understanding natural language or using reasoning to solve problems. Artificial intelligence technologies are still in their early stages of widespread adoption in the field of accounting. Because of the informational technology changes, the complexity of accounting issues and the existence of the set of responses to problems gives shape to the feasibility of expert systems in this sphere.

Conținutul de bază

În prezent, profesioniștii contabili trebuie să aibă nu numai cunoștințe detaliate despre tehnici contabile, legi și reglementări, ci și să aibă cunoștințele necesare pentru a efectua analize economice și financiare bazate pe aplicabilitatea tehnologiilor informaționale cu scopul de a eficientiza lucrul și de a aduce rentabilitate instituției în care activează.

De mii de ani contabilitatea s-a adaptat la cerinţele de informare a celor ce aveau nevoie de informaţiile sale. Astfel, de la contabilitatea rudimentară a culturii egiptene, bazată de un sistem contabil simplu, axat pe partida simplă, s-a ajuns la sistemul contabil în partidă dublă, în care se încearcă eliminarea suportului informativ de bază (hârtia) şi înlocuirea lui cu un suport mai puţîn vulnerabil şi mai rapid că mijloc de culegere, prelucrare şi transmitere a datelor financiar-contabile. Trecerea la procesarea și stocarea electronică a avut loc treptat. Primele calculatoare și aplicații de contabilitate au fost inventate la sfârșitul secolului al XX-lea. Aceasta a fost o perioadă în care un computer central era folosit de mai mulți utilizatori conectați între ei prin terminale neinteligente.
Inițial, aceste sisteme s-au limitat la replicarea sistemelor manuale de contabilitate.
Cu alte cuvinte, aceiași pași pentru prelucrarea datelor contabile s-au repetat cu ajutorul computerelor. În acest fel, s-au colectat aceleași date, au fost generate aceleași informații și trimise acelorași destinatari și s-a menținut aceeași structură organizatorică.

Următorul pas a fost apariția computerelor personale și posibilitatea descentralizării prelucrării datelor. În această perioadă, nevoile de informare s-au schimbat. Au apărut chiar cereri de informaţii care nu erau în nici un fel caracteristice pentru situaţiile contabile tradiţionale: informaţii despre impactul asupra mediului, riscurile la care este supusă întreprinderea, gestiunea capitalului intelectual, capacitatea de inovare, gradul de satisfacere a clienţilor, capacitatea de învăţare şi motivare a salariaţilor. Contabilii dispun acum de noi mijloace de informare cu ajutorul cărora pot culege, administra, prelucra, distribui şi analiza atât informaţiile concrete, reale rezultate în urmat tranzacţiilor economice clasice, cât şi pe cele referitoare la cunoştinţele, activele intangibile ale întreprinderii care circulă într-o manieră integrată prin intermediul unor aplicaţii cum sunt Intranetul, data mining, bazele de cunoştinţe, gestiunea documentelor, între care se detaşează de departe schimbul electronic de date (Electronic Data Interchange).

O analiză a modului de evoluție a implimentării tehnologiilor informaționale în contabilitate a relatat N. Cotîrșău, care a identificat următoarelor etape de automatizare a contabilității la entitățile din Republica Moldova [4], ilustrate în figura 1.

Figura 1.
Etapele automatizării contabilității în Republica Moldova

Sursa: Cotîrșău, N. (2023). Impactul inteligenței artificiale asupra profesiei contabile. Conferința Științifică Internațională Studențească [4].

Inteligența artificială a avut un impact semnificativ asupra industriei contabilității prin automatizarea a numeroase sarcini și creșterea eficienței. De exemplu, inteligența artificiala poate crea facturi, poate analiza date financiare, poate genera rapoarte și poate identifica modele și anomalii care sugerează frauda contabilă. Astfel, cea mai importantă utilizare a inteligenței artificiale în contabilitate constă în realizarea sarcinilor repetitive. Dacă le transferăm la inteligența artificială, contabilii calificați vor avea doar de câștigat, pentru că atunci vor avea timp pentru sarcini cu adevărat interesante.

Considerăm, că printre principalele beneficii pe care inteligența artificială le oferă contabililor sunt următoarele:

1) eliberarea contabililor- oameni de muncă de rutină și oferirea posibilității acestora să participe mai activ la luarea deciziilor strategice;
2) evitarea întreruperilor și lacunelor în ținerea contabilității operative;
3) informarea contabililor-managerii și conducătorilor de companii în timp real asupra mărimii indicatorilor de care sunt interesați.

Astfel, Inteligența artificială este cea mai potrivită pentru a înlocui sarcinile manuale și a ușura povara repetărilor.

Deși utilizarea, AI are multe beneficii, aceasta nu poate înlocui anumite aspecte ale contabilității afacerilor. De exemplu, îi lipsește abilitățile soft, cum ar fi comunicarea, rezolvarea problemelor și gândirea critică. De asemenea, spre deosebire de contabilii umani, roboții nu își pot îmbunătăți în mod activ abilitățile de contabilitate prin cursuri și alte resurse educaționale.

Una din problemele care preocupa profesioniștii contabili reprezintă eventualele efecte adverse pe care le-ar putea aduce utilizarea sistemelor expert. O caracteristică importantă a acestora este capacitatea de a contura concluzii obiective. În orice caz, un sistem expert reduce riscurile subiectivității, furnizând o analiză mai obiectivă și mai structurată prin introducerea gândirii în soluție.

O altă problemă este dată de calitatea controlului. În general, reducerea riscului nedetectării erorilor de către contabili și, în special, de auditori în munca acestora, este un subiect de cercetare continuă. Dacă sistemul expert nu este verificat permanent de om, există riscul creșterii numărului de erori nedetectate. Și situația opusă trebuie avută în vedere: dacă calculatorul alege o opțiune și omul alta, firma se găsește în situația dificilă de a dovedi că omul greșește.

În sfârșit, se pune problema dacă oamenii se pot bizui suficient de mult pe sistemele expert sau nu vor putea fi realizate astfel de sisteme care să ajungă la o performanță egală cu expertiza umană.

O altă problemă survine și din rezistența oamenilor la schimbare. Auditorii și contabilii își pun adesea întrebarea dacă sistemele expert vor înlocui specialistul în domeniu. Desigur răspunsul este nu. Rolul lor este să sprijine munca acestora și nu să o înlocuiască în totalitate. Va fi mereu nevoie de contabili și auditori care să dezvolte bazele de cunoștințe și să interacționeze cu sistemul în scopul dezvoltării informației ce va fi necesară în procesul de luare a deciziei. Mașinile, spre deosebire de oameni, nu pot gândi creativ. Ele au nevoie de instrucțiuni care să le spună pas cu pas ce să facă și pe care le urmează mecanic. Prin contrast, oamenii raționează abstract și recunosc intuitiv relațiile și legăturile dintre variabile.

Profesioniștii în contabilitate și companiile pot atinge un echilibru între inteligența artificială și inteligența umană, direcționând modul în care tehnologia beneficiază clienții, ușurându-le viața și oferindu-le mai multă libertate de a urmări oportunități mai extinse. Ne place sau nu, lumea de ieri, de astăzi și de mâine, nu a putut, nu poate și nu va putea exista fără profesia contabilă.

Deci, inteligența artificială va înlocui contabilii? Într-un fel, munca efectuată de contabilul obișnuit într-o afacere sau într-o companie, astăzi poate fi înlocuită cu inteligența artificială. Acest lucru nu înseamnă că contabilii pot fi înlocuiți, ci doar că muncă acestora se va schimba.

Serviciile contabile virtuale, inclusiv ținerea contabilității, olosind inteligența artificială, nu sunt doar o amenințare, ci și o oportunitate. De fapt, majoritatea companiilor moderne folosesc deja o anumită formă de software de contabilitate cu inteligență artificială.

Departe de a înlocui toate locurile de muncă ale contabililor sau de a reprezenta o amenințare majoră pentru aceștea, inteligența artificială are potențialul de a transforma contabilitatea în bine.

În 2022, OpenAI a lansat un chatbot-ChatGPT. Acesta face parte dintr-o nouă generație de sisteme de inteligență artificială care pot conversa, pot genera text lizibil la cerere și chiar pot produce imagini și videoclipuri inedite pe baza a ceea ce au învățat dintr-o bază de date vastă de cărți digitale, scrieri online și alte mijloace media.

Cum va influența ChatGPT contabilitatea? ChatGPT (Generative Pre-trained Transformer) este cea mai recentă inovație în inteligența artificială despre care vorbește întreaga lume - și din motive întemeiate. ChatGPT are potențialul de a schimba complet modul în care lucrează contabilii. Utilizând acest bot, a fost efectuat un experiment, privind o întrebare contabilă generală și o problemă cu date exacte. ChatGPT a oferit un răspuns adevărat și complex la întrebare, însă nu a efectuat calculele corecte la problema contabilă, acordând doar răspunsurile teoretice. Reieșind din răspunsurile oferite, putem constata că viitorul contabilității cu ChatGPT este interesant, dar incert. Tehnologia inteligenței artificiale se dezvoltă rapid. În calitate de profesionist contabil, avem responsabilitatea de a rămâne la curent cu tendințele și de a înțelege modul în care noile inovații tehnologice, cum ar fi ChatGPT, ne poate afecta cariera. Pentru contabilii care doresc să activeze sub umbrela IA, nu există o opțiune mai bună decât dezvoltarea unei game de abilități care depășesc simpla ținere a contabilității.

Viitorul contabilității cu ChatGPT Inteligența artificială nu este încă capabilă să rezolve probleme contabile mai complexe, cum ar fi de exemplu, elaborarea politicilor contabile. Pentru a face acest lucru, el trebuie să fie învățat să efectueze raționamente profesionale și să aibă seturi adecvate de date despre companie și mediul ei extern.

Prin urmare, dezvoltarea inteligenței artificiale va fi motorul transformării unui contabil dintr-un executant de muncă contabilă într-un arhitect al sistemelor contabile și într-un profesor de asistenți robotici. Și bineînțeles, un interpret de informații contabile pentru manageri. Ultimul rol necesită ceva ce inteligența artificială nu poate face încă: inteligența emoțională.

Concluzie

Domeniul Inteligenței Artificiale este interesantă atât prin prisma aplicațiilor practice importante, dar mai ales datorită schimbării opticii asupra activității oamenilor. Astfel, considerăm că apariția unor medii de programare extrem de puternice și flexibile bazate pe astfel de tehnologii inteligente poate transformă procesul de dezvoltare a software-ului dintr-un proces de proiectare și implementare care implică un grup relativ mare de programatori într-un proces de prototipizare rapidă urmat de rafinări

succesive implicând un număr mic de programatori, dar foarte calificați . Contabilitatea și auditul sunt două domenii deosebit de provocatoare pentru cercetarea și dezvoltarea soluțiilor de sisteme inteligente. Datorită numeroaselor avantaje pe care le prezintă utilizarea acestora în contabilitate și audit, printre care enumerăm reducerea timpului necesar planificării și efectuării auditului, distribuirea expertizei către persoane mai puțîn calificate, folosirea lor în pregătirea și instruirea noilor auditori etc., acestea vor ocupă un loc tot mai important în activitatea de contabilitate și audit din fiecare firma, ducând astfel și la creșterea competitivității acesteia in mediul concurențial.

În această lume a agenților inteligenți, de astăzi, domeniul economic nu poate face altceva decât să se adapteze la noile coordonate sociale și tehnologice pentru a asigura un standard de viață cât mai ridicat. Contabilitatea și auditul sunt componente esențiale ale acestui domeniu și că atare trebuie să se adapteze la noile cerințe cu atât mai mult cu cât schimbările care se impun prin dezvoltarea și implementarea tehnologiilor inteligente vor duce la creșterea eficienței activităților și la reducerea timpului necesar desfășurării lor.

BIBLIOGRAFIE

1) Andone, I., Țugui, A. (1999). Sisteme inteligente în management, contabilitate, finanțe, bănci și marketing [in Romanian].
2) Bajan, M. (2018). Impactul tehnologiilor informaționale asupra contabilității. Conferința Științifică Înternațională ”Contabilitatea și auditul în condițiile globalizării: realități și perspective de dezvoltare”, P. 242–249. Disponibil: https://ibn.idsi.md/sites/default/files/imag_file/242-249_7.pdf [in Romanian].
3) Calabrese, N. (2020). The Role of Artificial Intelligence in Accounting. Disponibil: https://www.g2.com/articles/the-role-of-artificial-intelligence-in-accounting [in English].
4) Cotîrșău, N. (2023). Impactul inteligenței artificiale asupra profesiei contabile. Conferința Științifică Internațională Studențească, ISSC 2023 ”Provocările contabilității în viziunea tinerilor cercetători”. P. 241-247. Disponibil: https://ibn.idsi.md/vizualizare_articol/184040 [in Romanian].
5) RADU, F. (2006). Abordarea contabilității în contextul noilor tehnologii informaționale. Conferința Națională ”Aspecte financiar-contabile ale organizațiilor în perioada contemporană”. Disponibil: http://www.oeconomica.uab.ro/upload/lucrari/820061/27.pdf [in Romanian].
6) Prodan P., D. Tanasă, F. (2019). Impactul tehnologiilor informaționale asupra sistemelor de contabilitate. Ceccar Business Magazin, nr. 24, Disponibil: https://www.ceccarbusinessmagazine.ro/impactultehnologiilor-informationale-asupra-sistemelor-de-contabilitate-a925/ [in Romanian].

Students:
Iulian Dascalu
PhD Student in Accounting
Ștefan cel Mare University of Suceava, Romania
Andrei Dumitriu
Student in accounting, Faculty of economics, administration and business
Ștefan cel Mare University of Suceava, Romania
Supervisors:
Veronica Grosu
veronica.grosu@usm.ro
Professor, Ștefan cel Mare University of Suceava
Svetlana Mihaila
svetlana.mihaila@ase.md
Associate Professor, Academy of Economic Studies of Moldova

DEVELOPMENT OF AN ECONOMETRIC MODEL FOR DETECTING FISCAL EVASION IN THE CONSTRUCTION SECTOR OF RESIDENTIAL AND NON-RESIDENTIAL BUILDINGS

Keywords: construction industry; correlation; econometric model; evasion; index.

Abstract: This paper addresses the assessment of fiscal evasion risk in the residential and non-residential building construction sector in Suceava County, Romania, by developing an innovative econometric model. The study involved the collection and analysis of financial data of the top 100 companies in the sector for the period 2015-2022. A key step in our methodology was the calculation of average financial ratios, used to construct a tax avoidance risk indicator. This indicator was then integrated into a regression analysis to examine the relationship between financial ratios and the likelihood of fiscal evasion. The results indicate a significant correlation between financial rates and the risk of evasion, highlighting the effectiveness of the econometric model as a complementary tool in detecting fiscal evasion. Our study contributes to the improvement of tax supervision, promoting a proactive-predictive approach in the Romanian economic context.

Introduction

In the current context, where tax fairness and transparency is particularly important for sustainable development, the phenomenon of fiscal evasion is a major challenge, significantly affecting public finances and economic equity (Pițu et al., 2021). It can be defined as the use of deliberate strategies and actions by taxpayers to minimize or avoid taxes owed, manifesting itself through various tactics such as underreporting income, overstating expenses and many other means to reduce tax liabilities (Enofe et al., 2019).

With this in mind, in this paper we provide a rigorous framework for identifying and assessing tax avoidance risks, while facilitating decision-making and enforcement. Thus, the aim of the paper is to provide a robust and reliable tool for regulators, tax auditors and other stakeholders that facilitates the detection of fiscal evasion and consequently contributes to increasing tax compliance in the residential and non-residential building sector. In order to achieve the proposed aim, the paper has three objectives: Objective 1 - to develop a risk indicator for fiscal evasion based on the analysis of deviations from the financial rules established in the industry under analysis; Objective 2 - to design an econometric model assessing the correlation between this risk indicator and the relevant financial parameters; Objective 3 - to validate the proposed model in practice in the real context of the construction sector.

The potential impact of this research in the construction sector is significant, offering the opportunity to improve tax revenue collection and promote ethical and fair business practice in this vital area of the economy.

Literature review

Fiscal evasion in the construction sector is a complex phenomenon with significant implications for the economy and tax governance. Multiple initiatives over the years, such as those of the OECD (2021) and G20 countries, highlight the growing global concern to combat this problem (Langenmayr and Zyska, 2023). In the Romanian context, this concern is even more pronounced, due to the specificity of the construction sector and its impact on the national economy (Winter and Vozza, 2022).

Taking these aspects into account, the main purpose of the paper is to develop a risk indicator for fiscal evasion specific to the construction sector in Romania. This objective is in line with the findings of Stancu et al. (2020), who emphasize the need for more sophisticated tools to assess the risk of fiscal evasion. At the same time, our study aims to design an econometric model adapted to Romanian realities, thus responding to academic calls for contextualized research, such as those of Ungurean and Pițu (2021).

The impact of fiscal evasion on the economy is another key point explored in the literature. For emerging economies, the underground economy is a phenomenon under constant surveillance to anticipate and mitigate the effects of attempts to reduce government revenue, i.e. fiscal evasion. Romania has taken relatively recent measures to combat fiscal evasion, the main aim of which has been to detect, monitor and prevent the underground economy, measures which have taken the form of investment in the framework and institutions responsible for achieving this aim. According to the most recent studies, the share of the underground economy in Romania's GDP is significant, representing 29%, as can be seen in the figure below.

Figure 3.

Size of the Shadow Economy of European Countries in 2022 (in % of official GDP)

Source: IPOL Policy Department for Economic, Scientific and Quality of Life Policies.

Thus, we can see that Romania, as a member of the European Union, faces significant challenges related to the underground economy, having one of the highest levels of it. It should be mentioned that fiscal evasion is a subset of the underground economy and refers strictly to the act of avoiding the payment of taxes due by illegal means or by exploiting loopholes in the law. However, this reality underlines the imperative of effective detection of fiscal evasion. For this reason, our study pays particular attention to the construction sector, which is recognised as particularly vulnerable to tax avoidance practices (Payne and Saunoris, 2020). This vulnerability is amplified in the case of small and medium-sized enterprises (SMEs), where limited resources may lead to an increased susceptibility to such practices (Sikayu et al., 2022) . Also, in this context, financial analysis, can be a crucial mechanism for early identification of fiscal evasion (Bohušová, 2022). By closely examining key indicators such as profit margin and efficiency of invested capital, SMEs can detect early signs of accounting manipulation (Helmond and Samara, 2019). Our study demonstrates how financial analysis, applied in the construction sector, is essential in detecting fiscal evasion, thus contributing to the existing literature. At the same time, we aimed to support the relevant bodies by developing a fiscal evasion detection indicator adapted to the Romanian economic context. In the literature we find several authors who have proposed similar tools, such as Wu et al. (2019) who propose a fiscal evasion detection method based on the TEDM-PU method with which they identified fiscal evasion by means of evasive taxpayers with limited annotation and a large amount of unlabeled data. Matos et al, (2015) developed a method to identify commonly practiced fraudulent patterns using association rules and then applied two dimensionality reduction methods, PCA and SVD, to create a fraud scale, through which classification of taxpayers according to their potential to commit fraud can be achieved. In this paper we will use a tool similar to those mentioned above, which will be detailed in the next section. By analysing in detail the phenomenon of fiscal evasion, especially in the

construction sector, and exploring the impact of tax policies, our study thus aims to make a significant contribution to both the academic literature and tax policy practice.

Methodology

The methodology used in this paper is based on principles and approaches consolidated in the literature (Anderson et al., 2020). In the initial stage of the research, we proceeded to collect financial data, choosing as a source the topfirme.com platform, recognized for its reliability of information on companies active in the Romanian economy.

The sample studied was selected from the residential and non-residential building construction sector in Suceava county (classified under CAEN code 4120), focusing on the first 100 enterprises, classified by turnover. The selection criterion, turnover, was chosen to reflect the volume of activity of the enterprises and their economic impact. The period analysed covers eight years, from 2015 to 2022.

The next phase involved the development of the econometric model. This process involved the use of a set of statistical techniques to establish the relationships between the variables used. At this stage, we opted to use SPSS software because of its capabilities in designing econometric regression models (Yaffee and McGee, 2000). To facilitate a clearer understanding of the methodology adopted, we have included in the paper a detailed illustration of the steps followed

Figure 2.

Steps followed in the design of the econometric model

Source: author's own processing.

By using this methodology, we wanted to ensure a systematic approach in identifying and analysing the factors that contribute to the risk of fiscal evasion in the residential and non-residential building sector.

Discussions and results

For the development of the fiscal evasion risk indicator, the average financial rates for the period analysed in the sector were calculated. The results are presented in the following table.

Table 6.

Average financial ratios by sector

Average sector Net rate of return	0.200317
Average sector solvency rate	15.28033
Average sector immediate liquidity ratio	1.141055
Average sector financial rate of return	0.629663
Average sector debt ratio	0.48287
Average fixed assets turnover sector	56.0209
Average sector Claims turnover rate	27.4957

Source: author's own processing.

As we can see, the net rate of return (profit margin) is 0.200317 or 20.03%, which indicates that for each leu invested, companies in this sector, on average, generate 0.20 lei. From an economic perspective, this suggests that the construction sector in Suceava County is a profitable one and can offer a solid *return on investment* (ROI). In terms of solvency ratio, it is 15.28. This is extremely high, suggesting that companies in this sector hold considerable assets compared to their long-term liabilities. Furthermore, it indicates that companies in this sector have a solid financial base for future investment and expansion. The next ratio analysed is immediate liquidity. We note that the average in this sector is above 1, which is considered healthy for businesses according to the literature. Furthermore, this indicates that businesses in this sector can meet current debts without having to borrow in the short term. In terms of the financial rate of return, we note that the rate is high, which again indicates that owners are getting a significant *return* on their investment. The debt ratio in the sector is 48.28%, which means that almost half of business financing comes from debt. This is a moderate and healthy level of leverage according to the literature and indicates a balance between debt and equity financing. As for the sector's debt turnover rate, it is 27.49, also indicating efficient management of loans to customers.

Next, using the sector average, we calculated the fiscal evasion risk indicator. The calculation formula in Microsoft Excel is as follows:

ABSOLUTE (Average of all financial rates analysed - Average by sector)

Following these calculations we have the following situation, as can be seen in the table below.

The results of this indicator essentially reflect the summed deviations of the financial ratios analysed above. The higher this indicator, the higher the risk of fiscal evasion. Therefore, our indicator shows the unusual behaviour of a company compared to its competitors. Stakeholders such as tax authorities,

investors, creditors and even the general public can use this indicator to identify potential cases of tax avoidance and target their investigations. For example, investors or creditors may be interested in the financial integrity of a company because a company with a high risk of fiscal evasion may be perceived as a risk to investment, i.e. repayment of loans. In conclusion, this indicator can help to protect the integrity of the tax system and at the same time ensure that all businesses fulfil their tax obligations properly.

As for the econometric modeling, with the help of SPSS statistical software, we have developed an econometric multiple linear regression model that can explain the influence of financial rates on the fiscal evasion risk indicator mentioned above. The summary information of the model can be seen in the table below.

Table 7.

Model summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	0.881[a]	.727	.659	15.848295415046906	2.153
a. Predictors: (Constant), Debt turnover rate, Debt ratio, Immediate liquidity ratio, Net rate of return, Financial rate of return, Fixed asset turnover rate, Solvency ratio					
b. Dependent Variable: Fiscal evasion risk indicator					

Source: Own processing in SPSS.

In the table above we see that the regression coefficient (R) of the model is 0.881 (88.1%), which suggests a very strong correlation between the independent variables (predictors) and the dependent variable of the model (fiscal evasion risk indicator). As for R^2, this is the coefficient of determination, which measures the percentage of variation of the dependent variable. In other words, 72.7% of the variation in the fiscal evasion risk indicator can be explained by our independent variables. The R^2 adjusted for the number of independent variables is lower, it penalizes the large number of variables added in the model. Thus, after adjusting for the number of independent variables, the model can explain 65.9% of the variation in the fiscal evasion risk indicator. As for the autocorrelation test, the Durbin-Watson test value is 2.153, and this indicates the absence of autocorrelation.

Next we explore the value of the coefficients of the econometric model we have developed. The results can be seen in the table below.

Table 8.

Table of coefficients

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Mr
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.312	1.948		-.160	.873
	Net rate of return	-.277	2.325	.002	-.119	.905
	Solvency rate	.137	.022	.055	6.216	.002
	Immediate liquidity ratio	.152	.131	.010	1.163	.249
	Financial rate of return	.095	.199	.001	.477	.635
	Debt ratio	.143	.000	.953	341.405	.000
	Fixed asset turnover rate	.142	.002	.329	86.072	.001
	Claims turnover rate	.139	.007	.058	19.048	.002
a. Dependent Variable: Fiscal evasion risk indicator						

Source: Own processing in SPSS.

Thus, based on the above table, we formed the following equation:

$$\boldsymbol{Indicator\ de\ risc\ al\ evaziunii\ fiscale} = \alpha + 0.143 * Rata_{\hat{i}ndatorare} + 0{,}142 * Rata_{activefixe} + 0{,}139 * Rata_{creanțe} + 0{,}137 * Rata_{solvabilitate} + 0{,}152 * Rata_{lichidity} + 0{,}95 * Rata_{rentabfin} - 0{,}277 * Rata_{rentabnet} + \varepsilon$$

Based on the equation, we can determine the type and order of influence of the variables. This can be seen in the following table.

Table 9.

Type and order of influence of independent variables

Order of influence (from high to low)	**Type of influence**
Debt ratio	Positive
Fixed asset turnover rate	Positive
Claims turnover rate	Positive
Solvency ratio	Positive
Immediate liquidity ratio	Positive
Financial rate of return	Positive
Net rate of return	Negative

Source: author's own processing.

The first rate that exerts the strongest influence on the risc indicator of fiscal evasion is the debt ratio. This is due to various economic phenomena which we will explain below. First, a high debt ratio may

indicate financial stress, motivating businesses with high levels of debt to avoid or defer tax payments in order to manage cash flow and reduce tax pressure. In this context, the debt ratio can influence the fiscal evasion risk indicator, and abnormal values should signal the potential for evasion to the authorities. Borrowing can also be used as a form of tax planning. However, this is a slippery slope, as an excessive attempt at tax optimisation will ultimately lead to tax avoidance. At the same time, it should be noted that a high level of indebtedness may influence the company to engage in tax avoidance activities in an attempt to hide the true situation from its creditors.

The 2nd rate with a significant influence on the fiscal evasion risk indicator is the fixed asset turnover rate. A high rate suggests an efficient use of fixed assets to generate sales. However, an unusually high rate contributes to suspicion of evasion. For example, firms may report artificial or inflated sales to project an image of efficiency to stakeholders. They may also mask unjustified transfers of funds or income. Moreover, to portray a positive image, they may reduce the net value of assets. Thus, the importance of this rate in influencing the increase in the risk of fiscal evasion indicator is obvious.

The next rate with a significant influence on the fiscal evasion risk indicator is the debt turnover rate. The type of influence exerted is positive in nature. This is because a high receivables turnover rate may indicate fictitious sales, presenting a better picture of the performance of the enterprise. Also, if a company collects receivables quickly from certain customers but leaves other debts uncollected, it may be another indication of evasion. Furthermore, a company offering significant discounts for prompt payments could influence this rate, but these policies often hide costs that cannot be recovered or can be used to facilitate other types of financial manipulation.

The 4th rate with a notable influence on the fiscal evasion risk indicator is the solvency rate. Some businesses may undervalue or omit certain liabilities from their balance sheet. This can be done by various methods, such as delaying the recognition of debts or using complex financial instruments that hide real debts, thus increasing the risk of fiscal evasion. Also, as a high level of this indicator is important for the company's image and access to credit, companies may wish to present the indicator in a better light by overvaluing assets or choosing an inappropriate depreciation method.

The 5th rate in our model with a positive influence on the fiscal evasion risk indicator is the immediate liquidity rate. A positive relationship between the immediate liquidity ratio and the risk of fiscal evasion may seem unusual given that a high ratio suggests that the firm has sufficient resources to cover its short-term obligations. However, there are several economic and contextual reasons that could explain this link. A company that deliberately holds an excessive amount of cash or cash equivalents may be suspected of under-investing in its business or hiding income to avoid taxation. In either case, this may be a sign of fiscal evasion. A business may also take out short-term loans even if it has sufficient cash. This may be to hide unconventional financial transactions or arrangements that may be linked to tax avoidance.

The weakest positive influence was observed between the financial rate of return and the fiscal evasion risk indicator. However, this influence is statistically significant. The reasons for this are various. Businesses may be tempted to artificially increase their revenues in order to present a better image to creditors or other stakeholders. This may involve recognising revenue prematurely, delaying the recognition of expenses or even creating fictitious revenue. Such practices can lead to an increase in the financial rate of return, but also to an increase in the tax avoidance risk indicator.

The last financial rate in the model is the net return and has a negative influence on the tax avoidance risk indicator. Among the reasons that may lead to this type of correlation are the following: Companies with high net profitability ratios may have more transparent and efficient operations, making it more difficult to manipulate figures to hide fiscal evasion. They also have less reason to resort to tax avoidance because their performance is already strong. In other words, profitable businesses may have less reason to avoid tax because they already generate sufficient profits. Moreover, a higher net margin may also be a sign of a healthy corporate culture, where compliance and ethics are a priority. Thus, a negative relationship between the net rate of return and the risk of fiscal evasion suggests that companies with strong performance and efficient operations may be less prone to fiscal evasion.

Conclusions

The econometric model developed in this study highlighted the importance of financial ratios in predicting the risk of fiscal evasion. We note that although there is a clear correlation between these financial rates and the risk of fiscal evasion, it is imperative that users of the model consider it as a complementary tool. This requires the integration and analysis of other relevant factors in the assessment of fiscal evasion risk at the enterprise level. By illustrating these links between financial ratios and fiscal evasion risk, our research contributes to the development of more effective surveillance mechanisms that move from reactive approaches based on post-factum detection of fiscal evasion to proactive-predictive strategies. Such a predictive perspective has the advantage of allowing regulators to focus on prevention and significantly reduce the costs associated with recovering tax losses. Moreover, early identification of risks associated with fiscal evasion can be beneficial for businesses, as they have the opportunity to reassess and adjust their practices before penalties are applied.

BIBLIOGRAPHY

1. Anderson, D. R., Sweeney, D. J., Williams, T. A., Camm, J. D., & Cochran, J. J. (2020). *Modern business statistics with Microsoft Excel*. Cengage Learning.
2. Bohušová, H. (2022). Possible way of fraud detection in accounting and financial reporting. *Fraud in Accounting and Taxation and Its Detection*, 15.

3. Directorate-General for Parliamentary Research Services, European Parliament (2023). Policy Department for Economic, Scientific and Quality of Life Policies. Retrieved from https://op.europa.eu/en/web/who-is-who/organization/-/organization/EP_SG/EP_DPPE02A60
4. Enofe, A., Embele, K., & Obazee, E. P. (2019). Tax audit, investigation, and fiscal evasion *Journal of Accounting and Financial Management*, *5*(4), 47-66.
5. Helmold, M., & Samara, W. (2019). *Progress in performance management*. Springer International Publishing.
6. Langenmayr, D., & Zyska, L. (2023). Escaping the exchange of information: Fiscal evasion via citizenship-by-investment. *Journal of Public Economics*, *221*, 104865.
7. Matos, T., de Macedo, J. A. F., & Monteiro, J. M. (2015, July). An empirical method for discovering tax fraudsters: A real case study of Brazilian fiscal evasion. In *Proceedings of the 19th International Database Engineering & Applications Symposium* (pp. 41-48).
8. Payne, J. E., & Saunoris, J. W. (2020). Corruption and firm fiscal evasion in transition economies: results from censored quantile instrumental variables estimation. *Atlantic economic journal*, *48*(2), 195-206.
9. Pițu, I. C., Ciocanea, B. C., & Petrașcu, D. (2021). Fiscal evasion-Corrosive Factor for the National Economy *European Journal of Interdisciplinary Studies*, *13*(1).
10. Sikayu, S. H., Rahmat, M., & Chan, A. N. (2022) Fairness, transparency and attitude towards fiscal evasion among owners of SMEs. *International Journal of Service Management and Sustainability (IJSMS)*, *7*(1), 185-206.
11. Stancu, S., Bodea, C. N., & Popescu, O. M. (2020). Fiscal evasion in Romania as a component of the shadow economy-estimates, analysis and predictions. *Romanian Statistical Review*, (2).
12. Ungureanu, M. A., & Pițu, I. C. (2021). Fiscal evasion: Part of the Underground Economy in Romania. In *Organizations and Performance in a Complex World: 26th International Economic Conference of Sibiu (IECS) 26* (pp. 373-384). Springer International Publishing.
13. Winter, L. B., & Vozza, D. (2022). Corruption, Fiscal evasion, and the Distortion of Justice: Global Challenges and International Responses. *Law & Contemp. Probs*, *85*, 75.
14. Wu, Y., Zheng, Q., Gao, Y., Dong, B., Wei, R., Zhang, F., & He, H. (2019). TEDM-PU: A fiscal evasion detection method based on positive and unlabeled learning. In *2019 IEEE International Conference on Big Data (Big Data)* (pp. 1681-1686). IEEE.
15. Yaffee, R. A., & McGee, M. (2000). *An introduction to time series analysis and forecasting: with applications of SAS® and SPSS®*. Elsevier.

Student:
Alexandru Frunze
Speciality: Accounting
Supervisor:
Rodica CUȘMĂUNSĂ, Doctor of Economic Sciences, Associate Professor,
Academy of Economic Studies of Moldova
cusmaunsa.rodica.gheorghe@ase.md

ARTIFICIAL INTELLIGENCE AND ITS IMPACT ON THE ACCOUNTING PROFESSION

INTELIGENȚA ARTIFICIALĂ ȘI IMPACTUL ACESTEIA ASUPRA PROFESIEI CONTABILE

Keywords: artificial intelligence, accounting profession, digitization, the role of AI in development, the effects of using AI intelligence.

Abstract: AI is the ability of a machine to imitate human functions such as reasoning, learning, planning and creativity. AI allows technical systems to perceive the environment in which they operate, process this perception and solve problems, acting to achieve a certain goal. The computer receives the data (via the human), processes it and reacts. *"AI will increase our audit quality, as it begins to allow us to ask a lot more questions. It will improve efficiency in what we do and it will provide more insight. More than whole jobs disappearing, we will more likely see an impact on skill sets and we will still need humanities. We want this to lead to a more holistic education for all." (Shamus Rae, a partner at KPMG).*

Introduction

Exploring the concepts of reasoning and logic that underpin artificial intelligence (AI) is rooted in the philosophical thought of great thinkers such as Aristotle and medieval philosophers. These pioneers contributed to the development of solid theoretical foundations, which were later integrated into modern AI technologies.

In recent decades, technological advances, particularly in the field of AI, have redefined the way various industries do business. One of the sectors that deeply feels the impact of these changes is accounting. Artificial intelligence is bringing with it a significant transformation in the way accountants do their work, bringing considerable advantages, but also challenges that need to be carefully addressed.

Beginning of the 19th century, John McCarthy first introduced the term artificial intelligence into history. The use of AI in economic activities has reached a level that few would have expected, but at the same time it opens new directions of development and evolution.

The avalanche of new information technologies that we are witnessing today does not avoid the impact on the accounting profession. This is why trends in new information technologies, influences on the accounting profession and the accounting information system, as the future of the profession in an artificial global society must revisited.

Conținut de bază

Din punct de vedere istoric, calculatoarele au avut de jucat și joacă un rol major în lumea economică și profesia contabilă. Acest rol se extinde odată cu tehnologiile informatice reale din ce în ce mai performante.

Începutul a fost marcat de sistemele de prelucrare a datelor, așa-zisele sisteme informatice clasice, foloseau proceduri predeterminate pentru manipularea datelor, în privința gestiunii imobilizărilor, gestiunii personalului, gestiunii stocurilor etc. și care implica, de fapt, prelucrarea de tranzacții. Ele se utilizeau ca instrumente care ajută la soluționarea problemelor în care intervine prelucrarea datelor, iar rezultatele obținute erau interpretate de către un decident. Din cauza marilor volume de date este nevoie de sisteme informatice din ce în ce mai complexe și cu un grad mare de integrare.

În mediul contabil, inteligența artificială a determinat extinderea ariei de aplicare a tehnologiilor informatice, a oferit soluții pentru dominarea complexității informaționale, soluții mai productive și de o mai bună calitate pentru o serie de probleme abordate și în manieră convențională și în principal a contribuit la consolidarea conceptului de organizație bazată pe cunoștințe și la definirea unor strategii coerente. Metodele și tehnicile de inteligență artificială constituie o bază ideală pentru realizarea identificării, documentării, memorării și utilizării cunoștințelor.

Profesia contabilă a cunoscut o evoluție semnificativă de-a lungul secolelor, adaptându-se continuu la schimbările din mediul economic și tehnologic. În ultimele decenii, o transformare majoră a fost adusă de progresele în domeniul inteligenței artificiale (IA), iar această colaborare între contabili și tehnologie a contribuit la o dezvoltare considerabilă a contabilității moderne.

1. De la registrul manual la sistemele contabile computerizate

În trecut, contabilii țineau evidența financiară în registre manuale, o muncă laborioasă și predispusă la erori. Cu apariția calculatoarelor și software-urilor contabile în secolul XX, profesia contabilă a făcut primul pas către automatizare. Sistemele contabile computerizate au permis gestionarea eficientă a datelor financiare, reducând dependența de procesele manuale.

2. **Impactul automatizării în contabilitate**

Inteligența artificială a intensificat procesul de automatizare, oferind capacitatea de a înțelege, analiza și interpreta datele financiare. Programele de contabilitate alimentate de algoritmi IA pot gestiona sarcini complexe, cum ar fi analiza riscurilor financiare, detectarea fraudei și generarea de rapoarte avansate. Această evoluție a permis contabililor să-și concentreze eforturile asupra aspectelor strategice și analitice ale profesiei.

3. **Analiza predictivă și planificarea financiară avansată**

O altă contribuție semnificativă a inteligenței artificiale în domeniul contabilității este abilitatea sa de a realiza analize predictive. Prin utilizarea algoritmilor de machine learning, contabilii pot anticipa tendințe și evenimente viitoare în baza datelor disponibile. Această capacitate de prognozare ajută în luarea deciziilor strategice și în elaborarea planurilor financiare mai precise.

4. **Securitatea și conformitatea în contabilitate**

Într-o lume în care se acordă o importanță tot mai mare securității datelor și conformității cu reglementările, inteligența artificială joacă un rol crucial în protejarea informațiilor financiare. Algoritmii IA pot detecta și preveni potențialele riscuri de securitate, asigurând astfel integritatea și confidențialitatea datelor contabile.

5. **Dezvoltarea competențelor umane în paralel cu tehnologia**

Pe măsură ce inteligența artificială devine tot mai integrată în domeniul contabilității, este esențial ca profesioniștii din domeniu să își dezvolte abilitățile umane. Capacități precum analiza critică, luarea deciziilor etice și comunicarea eficientă devin tot mai importante în colaborarea cu tehnologia. Contabilii sunt acum nu doar utilizatori de tehnologie, ci și strategi care îndrumă și interpretează rezultatele furnizate de inteligența artificială.

Tabelul 1.

Tipuri de contabili

Contabil de modă veche	**Contabil modern**
Calificările Academice și Certificările Profesionale	Calificările Academice și Certificările Profesionale
Experiența practică în contabilitate	Experiența practică în contabilitate Prelucrarea mai rapidă a datelor contabile Mai puține erori de operare

Cunoștințe solide a legislației fiscale și contabile locale	Cunoștințe solide a legislației fiscale și contabile locale
Abilități de comunicare și colaborare	Abilități de comunicare și colaborare
	Abilități avansate de lucru cu tehnologia și software contabil
	Îmbunătățirea și creșterea vitezei de prelucrarea în baza sistemelor de raportare, servicii bancare și plăți
	Creșterea calității controlului intern Creșterea volumului de informații raportate în timp util
	Furnizarea unor informații detaliate, necesare managerilor pentru luarea deciziilor

Sursa: Elaborat de autor.

În tabelul de mai sus, s-a reprezentat o comparație a cerințelor angajaților din Republica Moldova față de nivelul de pregătire profesională dintre Contabilul de modă veche și Contabilul modern. După câte putem observa cerințele sunt practic aceleași, dar observăm că un contabil modern are nevoie și de calități precum lucrul cu tehnologia și softul contabil: 1C, MS Office (Word, Excel) etc.

Cunoaștem cu toții că astăzi tot mai puțini contabili lucrează cu Exceluri, din fericire acum sunt multe programe care ușurează muncă destul de grea a acestora. Analizând piața la momentul actual în Republica Moldova, au fost selectate 3 cele mai eficiente programe de contabilitate pe care pot fi alese în funcție de nevoile și posibilitățile entităților:

- *1C* – un program ce este comercializat de multe companii din Moldova, ofertele cărora nu diferențiază mult de la una la altă. un program ce este comercializat de multe companii din Moldova, ofertele cărora nu diferențiază mult de la una la altă.
- *Elemento* – un program elaborat de compania de contabilitate Ducont care îl utilizează cu success din 2016. Acest soft este mai puțin cunoscut, însă datorită funcționalității sale devine tot mai popular în ultimul timp.
- *Universal Accounting* - program ce oferă multe posibilități utilizatorului și care folosește baza de date de tip Oracle pentru păstrarea și prelucrarea datelor.

Totodată, a fost efectuat un sondaj de către Centrul de Tehnologii Informaționale în Finanțe (CTIF) pe un eşantion de 2158 agenţi economici cu privire la metoda de gestionare contabilă.

Astfel, lider pe piaţa autohtonă de servicii contabile apare programul de evidenţă contabilă 1C cu toate versiunile sale. Cea mai populară versiune utilizată de cei anchetaţi este 1C 8.3 - 73%, un procent mic au acumulat programele Universal Accaunting, Elemento, Wizcount, Grossbook, SAP, IRP, Oracle, Robul&Co. Totuşi, în virtutea oportunităţilor oferite de programele contabile, 9% din

respondenţi au specificat că nu sunt posesori a acestora şi utilizează pentru evidenţa contabilă programul „Excel”.

Figura 1.

Ponderea programelor contabile utilizate de către entități în Republica Moldova

Sursa: Elaborat de autor.

Desigur ca orice subiect de discuție întâlnim careva parametri și anume avantajele și dezavantajele. Referitor la inteligența artificială găsim o multitudine de avantaje asupra profesie contabile și anume:

1. **Automatizarea Proceselor Rutiniere**

Unul dintre cele mai evidente avantaje ale inteligenței artificiale în contabilitate este capacitatea sa de a automatiza procesele rutiniere și repetitive. Activități precum introducerea datelor, reconcilierea conturilor și generarea de rapoarte pot fi efectuate cu precizie și eficiență crescută de către algoritmi IA.

2. **Eficiența operațională crescută**

Prin preluarea sarcinilor repetitive, inteligența artificială permite contabililor să-și concentreze eforturile asupra activităților cu valoare adăugată. Acest lucru conduce la o eficiență operațională sporită, reducând timpul necesar pentru realizarea sarcinilor și permițând contabililor să se implice în analize strategice.

3. **Audituri eficiente și precise**

Inteligența artificială poate facilita procesul de audit, oferind o analiză mai detaliată și precisă a datelor financiare. Sistemele IA pot identifica rapid anomaliile și pot evalua riscurile, contribuind la un proces de audit mai eficient și mai fiabil.

4. **Conformitatea cu reglementările fiscale**

Într-un mediu economic în continuă schimbare, respectarea regulamentelor fiscale este crucială. Sistemele de inteligență artificială pot fi programate pentru a urmări schimbările legislative și pentru a asigura că rapoartele financiare sunt mereu în conformitate cu noile cerințe legale.

5. **Reducerea riscului de erori umane**

Automatizarea proceselor contabile reduce riscul de erori umane asociate cu introducerea manuală a datelor. Acuratețea informațiilor financiare este esențială, iar IA contribuie la minimizarea riscului de erori.

6. **Economisirea de Timp și Resurse**

Prin eliminarea sarcinilor manuale și repetitive, inteligența artificială permite economisirea de timp și resurse. Această economie de resurse poate fi folosită pentru a dezvolta și a îmbunătăți alte aspecte ale profesiei contabile.

Vorbind despre parametrii dezavantaje observăm următoarele:

7. **Dependența de tehnologie**

Implementarea extinsă a inteligenței artificiale poate duce la o dependență excesivă de tehnologie. Contabilii ar putea să devină prea dependenți de sistemele IA, neglijând dezvoltarea abilităților lor umane și interpretarea contextului financiar.

8. **Provocări etice și de confidențialitate**

Manipularea datelor financiare sensibile de către algoritmi IA aduce în prim plan probleme etice și de confidențialitate. Cum sunt gestionate aceste date și cum sunt protejate informațiile financiare devin aspecte cruciale în utilizarea inteligenței artificiale în contabilitate.

9. **Îngrijorări cu privire la locurile de muncă**

Pe măsură ce automatizarea devine din ce în ce mai prezentă în profesia contabilă, există îngrijorări cu privire la locurile de muncă. Anumite activități rutiniere, care au fost tradițional realizate de contabili, pot fi preluate de sistemele IA, ceea ce ar putea conduce la modificări în structura forței de muncă și a rolurilor profesionale.

Figura 2.

Inteligența artificială asupra omenirii

Sursa: Elaborat de autor.

Relația simbiotică dintre contabili și inteligența artificială favorizează o colaborare dinamică, în care tehnologia mărește capacitățile umane, mai degrabă decât să le înlocuiască. Această sinergie le permite contabililor să valorifice întregul potențial al inteligenței artificiale, subliniind importanța supravegherii umane, a gândirii critice și a considerațiilor etice în interpretarea peisajelor financiare complexe. Inteligența artificială persistă a fi omniprezentă în jurul nostru nu numai pe ecranul calculatorului și softul contabil. Este inevitabilă deoarece cele mai multe sarcini de contabilitate vor fi finalizate în cele din urma de IA. Este o oportunitate și trebuie să cuprindem inteligența artificial ca un partener de afaceri decât să ne fie un dușman sau o frică. Inteligența artificială apare ca forță motrice din spatele schimbării pozitive în cadrul profesiei contabile. Acesta servește ca un catalizator al inovației, dând putere contabililor să-și redefinească rolurile de analiști strategici de date și de consilieri de afaceri indispensabili în era progresului tehnologic.

Concluzii

Impactul inteligenței artificiale asupra profesiei contabile este unul semnificativ, aducând cu sine o transformare radicală în modul în care sunt gestionate și procesate informațiile financiare. Contabilii au oportunitatea de a evolua și de a-și redimensiona rolul, concentrându-se pe activități cu valoare adăugată. Cu toate acestea, pentru a beneficia pe deplin de această transformare, profesioniștii contabili trebuie să abordeze această schimbare cu o atitudine deschisă și să investească în dezvoltarea competențelor tehnologice necesare. Prin gestionarea cu înțelepciune a acestei tranziții, contabilii pot deveni parteneri esențiali în conducerea afacerilor în era inteligenței artificiale.

Inteligența artificială reprezintă o revoluție în domeniul contabilității, aducând beneficii semnificative, cum ar fi automatizarea proceselor rutiniere, analiza predictivă și îmbunătățirea

auditului. Cu toate acestea, adaptarea la schimbare este esențială, iar contabilii trebuie să-și dezvolte competențe noi pentru a profita la maximum de potențialul oferit de această tehnologie.

Este important de subliniat că impactul IA asupra profesiei contabile nu înseamnă neapărat înlocuirea contabililor. În schimb, poate permite acestora să își îndrepte atenția către activități cu valoare adăugată, cum ar fi interpretarea datelor, consilierea strategică și luarea deciziilor. De asemenea, pot apărea noi oportunități de carieră în domeniul tehnologiei și analizei datelor pentru profesioniștii contabili care își dezvoltă abilitățile în aceste direcții.

BIBLIOGRAPHY

1. Andone Ioan, Țugui Alexandru (1999). Sisteme inteligente în management , contabilitate, finanțe-bănci și marketing, București, Editura Economică, p. 15-25, ISBN 973-590-198-6 [in Romanian].
2. Bodea Constanța-Nicoleta (2002). Inteligența artificială: calcul neuronal, București, Editura ASE, p. 26-27, ISBN 973-594-085-X [in Romanian].
3. Griffin Oliver (2019). How Artificial Intelligence Will Impact Accounting. Economia. [in English]. Retrieved from https://www.icaew.com/technical/technology/artificial-intelligence/artificial-intelligence-articles/how-artificial-intelligence-will-impact-accounting.
4. Avinash Malladhi (2023). The Future of Accounting in an AI-Dominated World. [in English]. Retrieved from https://www.linkedin.com/pulse/future-accounting-ai-dominated-world-avinash-malladhi.
5. Doina Prodan Palade, Florentin Emil-Tănase (2016). Impactul tehnologiilor informaționale asupra sistemelor de contabilitate. [in Romanian]. Retrieved from https://www.ceccarbusinessmagazine.ro/impactul-tehnologiilor-informationale-asupra-sistemelor-de-contabilitate-a925/.
6. Rob Brown, Isaac Heller (2022). Artificial Intelligence in Accounting with ISSAC HELLER. [in English]. Retrieved from https://www.youtube.com/watch?v=H_ySD0R9v2M.
7. Alan Nelson (2019). What does artificial intelligence mean for accounting? [in English]. Retrieved from https://www.youtube.com/watch?v=oayT6OhEa1E&t=13s.
8. Admin CorpQuants (2023). Inteligența Artificială Articole Generale. Scurt istoric al inteligenței artificiale [in Romanian]. Retrieved from https://www.corpquants.ro/scurt-istoric-al-inteligentei-artificiale/.
9. Kirstin Gillon (2017). Studiu ICAEW – Inteligența artificială și viitorul contabilității [in Romanian]. Retrieved from https://academia.suntemratio.ro/2017/07/29/studiu-icaew-inteligenta-artificiala-si-viitorul-contabilitatii/.

10. Richard Anning, Kirstin Gillon, Moshe Vardi (2017). AI an the future of accountancy [in English]. Retrieved from https://www.youtube.com/watch?v=opSiZ4chpUY&t=8s.

11. Editura Noi.md (2019). Top 3 – Programe de Contabilitate din Moldova [in Romanian]. Retrieved from https://noi.md/md/business/top-3-programe-de-contabilitate-din-moldova.

12. Servicii fiscale electronice (2011). Cele mai utilizate programe contabile [in Romanian]. Retrieved from https://www.contabilsef.md/ro-cele-mai-utilizate-programe-contabile-ru-cele-mai-utilizate-programe-contabile-en-45540/.

Studenți:
Glazunova Lilia,
Salcuțan Marina
Specialitatea: Contabilitate, anul I,
Academia de Studii Economice a Moldovei
Conducător științific:
Caraman Stela, asistent universitar,
Academia de Studii Economice a Moldovei,
or. Chișinău, Republica Moldova
caraman@ase.md

PROFESIA CONTABILĂ ÎN LUMINĂ ȘI UMBRĂ: O ANALIZĂ A ASPECTELOR POZITIVE ȘI NEGATIVE ASUPRA IMAGINII EI

Keywords: accounting, professional accountant, accounting profession, contradiction, evolution, digitization.

Abstract: The accountancy profession is a crucial part of the global economy, but it faces conflicting perceptions and challenges. On one hand, accountants contribute to transparency and efficiency in organizations, while also developing analytical skills and enjoying stability and high salaries. On the other hand, there are difficulties in adapting to legislative changes, long hours, and stress. Negative stereotypes perpetuated by society unfairly tarnish the image of the profession, but there are passionate professionals who find motivation in their work. In the age of technology, accountants must become visionary and consultative individuals. The decision to pursue a career in accounting is influenced by factors such as stability, growth opportunities, competitive salaries, job variety, and flexible working hours. Overall, the accountancy profession plays a decisive role in the financial system, and accountants face both benefits and challenges in their careers.

Introduction. The accounting profession is vital to the global economy and is viewed as a crucial component of the financial system's stability and integrity. Accountants have a significant role in managing financial figures and assume a responsibility within economic entities and society as a whole. Their adherence to strict principles, concepts, and rules makes accounting an important determinant in the modern business environment. Accountants contribute to the success and advancement of economic organizations through their professional skills, technical knowledge, and ethical conduct. However, public perception of the accounting profession is often contradictory. On one hand, accountants are recognized for their positive contributions to the efficiency of the financial system, but on the other hand, there is debate about ethical dilemmas and criticism of the accounting system. These conflicting perceptions reflect the significant changes taking place in the current economic landscape. The evolution of this process is ongoing.

Rolul profesiei contabile în contextul social-economic

De-a lungul evoluției istorice, profesioniștii contabili au fost denumiți "actori sociali", având un rol primordial în cadrul entităților economice. Activitatea contabilă se impune ca un element obligatoriu pentru funcționarea acestora, la nivel național și global, având o importanță crucială din multiple perspective: fără ea, activitățile economice nu pot fi evaluate adecvat în unități monetare; devin inexistente bugetele naționale, și implicit impozitele; încrederea în tranzacțiile financiare și comerciale este compromisă, iar repartizarea rezultatelor activității economice devine problematică. Profesionistul contabil ocupă un rol de primă importanță în gestionarea informațiilor numerice în toate aspectele vieții, intrând în contact direct cu diversitatea activităților umane. Funcționând ca punct central al acestor activități, el îndeplinește cu responsabilitate sarcinile ce-i revin în cadrul contextului său profesional. Profesia contabilă implică o serie complexă de sarcini esențiale pentru gestionarea eficientă a aspectelor financiare și contabile ale entităților economice. Unele din cele mai principale sarcini ce țin de activitatea unui contabil sunt:

- ✓ *Înregistrarea tranzacțiilor.* Contabilii sunt responsabili de înregistrarea corectă și sistematică a tuturor tranzacțiilor financiare ale unei organizații, asigurându-se că acestea sunt reflectate în mod precis în evidențele contabile;
- ✓ *Elaborarea situațiilor financiare.* Profesioniștii contabili întocmesc situații financiare periodice, precum bilanțul, situația de profit și pierdere, situația fluxurilor de numerar. Aceste rapoarte oferă o imagine comprehensivă a situației financiare a unei entități;
- ✓ *Conformitatea fiscală*. Contabilii sunt obligați să se asigure că organizația respectă în mod corespunzător legislația fiscală în vigoare. Ei calculează impozitele datorate și completează dările de seamă fiscale necesare;
- ✓ *Analiza și interpretarea datelor financiare*. Profesioniștii contabili analizează informațiile financiare pentru a oferi perspectiva și interpretarea necesară ulterior, la luarea deciziilor de către managementul organizației;
- ✓ *Gestionarea bugetelor.* Contabilii sunt implicați în elaborarea și gestionarea bugetelor organizaționale, asigurându-se că resursele financiare sunt alocate eficient pentru atingerea obiectivelor stabilite;
- ✓ *Auditul conturilor.* În cazul contabililor interni, aceștia pot efectua audituri interne pentru a verifica conformitatea cu politicile și procedurile interne. Contabilii externi pot efectua audituri independente pentru a asigura transparența și corectitudinea informațiilor financiare;
- ✓ *Implementarea sistemelor informaticii de gestiune.* În era digitală, contabilii sunt adesea implicați în implementarea și gestionarea sistemelor informatice contabile pentru automatizarea proceselor și îmbunătățirea eficienței;

- ✓ *Consilierea managerială.* Contabilii oferă consultanță managerială, contribuind la procesul de luare a deciziilor și oferind sugestii pentru îmbunătățirea performanței financiare a organizației.

Laturile pozitive ale practicii contabile

Profesia contabilă, prin natura sa intrinsecă, aduce cu sine numeroase aspecte pozitive care subliniază importanța sa vitală în cadrul economiei. Contabilii, în calitate de custozi ai informațiilor financiare, contribuie esențial la crearea unui mediu transparent și eficient în organizațiile economice. Prin aplicarea unor standarde și proceduri riguroase, aceștia asigură coerența și consistența datelor financiare, facilitând astfel procesul decizional managerial.

Specificul profesiei contabile se reflectă în dezvoltarea competențelor de analiză și gândire critică ale practicanților, consolidând astfel un cadru profesional responsabil și orientat spre soluții. Înainte de a opta pentru o diplomă în acest domeniu, este esențial să fie analizate cerințele specifice ale carierelor disponibile. Evaluarea argumentelor pro și contra din domeniul contabilității poate oferi o perspectivă clară asupra alegerii carierei. În acest context, vom defini domeniul contabilității prin explorarea a șase avantaje care pot influența decizia unui student care se află în căutarea unei cariere în această industrie.

1. *Este posibilă stabilirea unei cariere sigure.*

Cei care se specializează în contabilitate dobândesc aptitudini practice, precum înregistrarea tranzacțiilor de vânzare, emiterea facturilor și gestionarea salariilor. Aceste competențe le oferă posibilitatea să candideze la posturi în domeniul contabilității și să înțeleagă dacă seturile lor de abilități se potrivesc cu descrierile job-urilor respective. Având la bază cunoștințe pragmatice, profesioniștii inițiați în contabilitate pot fi capabili să-și stabilească o carieră fără a întâmpina eventuale impedimente, în comparație cu o persoană care caută un loc de muncă într-un domeniu mai creativ sau teoretic.

2. *Profesioniștii contabili se bucură de o stabilitate la locul de muncă*

Contabilitatea este o practică esențială pentru toate companiile, deoarece le permite să respecte reglementările legale și să ia decizii de afaceri în cunoștință de cauză. Procesul de menținere a evidenței contabile este solicitat frecvent, motiv pentru care, oportunitățile de angajare sunt abundente. De exemplu, la nivel global, se raportează că auditorii și contabilii au o perspectivă de angajare de peste 7% în următorii zece ani. Această rată este mai mare decât cea de peste 5% preconizată pentru alți specialiști financiari.

3. *Specialiștii în contabilitate beneficiază de remunerații substanțiale.*

Mulți dintre specialiștii angajați în domeniul contabilității, primesc salarii mari. De exemplu, în Republica Moldova, un profesionist contabil poate beneficia de un salariu anual cuprins între 120 000

și 240 000 lei, un contabil șef între 180 000 și 300 000 lei. În Monaco, salariul unui contabil poate atinge chiar și 7000 de euro lunar.

În aceeași ordine de idei, lectorul universitar ASEM, S. Caraman, susține: „...acolo unde se va economisi pe contabil, afacerea nu va prospera niciodată!" [2].

4. *Domeniul contabilității oferă posibilități de creștere profesională.*

Domeniul contabilității oferă numeroase oportunități de dezvoltare profesională. În etapa inițială a carierei, mulți absolvenți se integrează în această sferă ocupând poziții de începător, cum ar fi auditori juniori, asistenți ai controlorilor sau contabili. Pe măsură ce dobândesc experiență, aceștia aspiră la promovări, recunoscându-se prin performanțe remarcabile la locul de muncă. În plus, obținerea de certificări sau continuarea educației poate contribui la avansarea angajaților aflați la începutul carierei în domeniul contabilității.

5. *Existența numeroaselor oportunități de angajare în domeniul contabilității.*

Domeniul contabilității nu se limitează la profesia de contabil; există posibilități ample pentru a explora cariere în roluri precum auditor, analist financiar sau controlor financiar. Chiar și cei cu expertiză în contabilitate au diverse oportunități de a se specializa în ramuri specifice, cum ar fi contabilitatea judiciară, publică, generală, de costuri sau de personal. Pentru cei interesați de roluri mai orientate spre management, acumularea de experiență și vechime în muncă poate deschide calea către poziții de conducere, precum manager financiar al unei companii sau director financiar.

6. *Contabilitatea oferă oportunități antreprenoriale.*

Contabilii pot decide să-și deschidă propria firmă și să angajeze profesioniști în care au încredere, cu care au colaborat în proiecte anterioare. Dacă aspiri să conduci propriul business și să fii propriul șef, domeniul contabilității îți oferă posibilitatea să îți îndeplinești acest obiectiv.

Astfel, pe baza informației furnizate de către avantajele expuse anterior, conchidem faptul că alegerea studenților de a-și crea o carieră în domeniul contabilității este influențată de un spectru variat de factori, incluzând stabilitatea, oportunitățile de dezvoltare profesională, salariile competitive, diversitatea job-urilor din domeniu în care se pot încadra și flexibilitatea programului de muncă. Prin explorarea acestor motive din perspectiva științifică, putem înțelege mai bine motivațiile care stau la baza alegerii acestei profesii și impactul acesteia asupra evoluției carierelor profesionale ale studenților.

În vederea validării convingerilor enumerate mai sus, autorii au chestionat studenții de la Facultatea Contabilitate, din cadrul Academiei de Studii Economice a Moldovei, cu privire la viziunea lor asupra „Imaginii profesiei contabile". Opiniile lor privind imaginea contabilului sunt structurate în Figura 1.

Distingem astfel, pe lângă aspectele pozitive enumerate de către studenți, și o serie de aspecte cu conotație negativă ce țin de imaginea profesiei contabile.

Provocările care sunt asociate imaginii profesiei contabile

Contabilitatea oferă vaste orientări profesionale, care includ o mutidudine de specializări aferente acestui domeniu. Legile și reglementările care influențează munca unui contabil sunt supuse schimbării și, din acest motiv, un specialist contabil va avea probabil nevoie de mai mult decât o diplomă de licență pentru a ține pasul. Mulți contabili aleg să obțină acreditări profesionale precum Certified Professional Accountant (CPA), Certified Management Accountant (CMA) și Chartered Financial Accountant (CFA). Obținerea acestor certificări suplimentare necesită o cantitate semnificativă de timp și efort, iar menținerea lor poate include îndeplinirea unor cerințe suplimentare de formare continuă.

Figura 1.
Părerile studenților contabili cu privire la imaginea contabilului

Sursa: Analiză internă bazată pe rezultatele chestionării studenților de laFacultatea Contabilitate, ASEM.

În timp ce unii contabili se pot bucura de o săptămână de lucru standard, implicând aproximativ 40 de ore de muncă, alții se regăsesc în situația de a depăși acest program de muncă. Această realitate este deosebit de valabilă pentru contabilii independenți, care gestionează un portofoliu extins de clienți ce depind de serviciile lor, și pentru cei specializați în diverse domenii. De exemplu, contabilii fiscali sunt adesea nevoiți să lucreze ore prelungite, în special în timpul sezonului de impozitare. În plus față de eforturile necesare pentru a menține echilibrul în registrele contabile, contabilii sunt obligați să aloce timp pentru întâlniri cu clienții.

Meseria unui contabil poate deveni uneori extrem de stresantă, întrucât mulți profesioniști se confruntă cu termene limită restrânse. Spre exemplu, o singură greșeală, cum ar fi înregistrarea unui element ca debit în loc de credit sau raportarea incorectă a unei cifre, are potențialul de a perturba întreaga coerență a evidențelor contabile. Astfel, multe aspecte depind în mod semnificativ de precizia contabilului, subliniind importanța necesității de a fi meticulos în munca sa și de a manifesta o atenție sporită la detalii. Nu în ultimul rînd, contabilii se expun riscului de a fi trași la răspundere penală pentru fraudă în cazul în care se descoperă că au intervenit intenționat asupra registrelor contabile.

Un dezavantaj neechitabil al profesiei de contabil este influențat de stereotipurile negative perpetuate de convingerile societății. În unele situații, contabilii sunt considerați ca fiind persoane antisociale, cu o predilecție exclusivă pentru rezolvarea problemelor matematice și calcule numerice. Alții îi percep ca fiind monotonii și lipsiți de imaginație. Toate acestea aduc conotații negative asupra imaginii contabilității.

Cu toate dificultățile și provocările întâlnite zilnic de către profesionistul contabil în exercitarea atribuțiilor sale, există o categorie de persoane care nu doar depășesc obstacolele, dar și își îndeplinesc responsabilitățile cu o pasiune sinceră pentru profesia lor. Acești indivizi arată că, indiferent de impedimentele care pot să apară, iubirea pentru ceea ce fac reprezintă o sursă constantă de motivație și împlinire în lumea contabilității.

Am avut plăcerea să adunăm declarații ale specialiștilor contabili, inclusiv a celor pe care îi cunoaștem personal, care au decis să urmeze o carieră în domeniul contabilității:

- *„După 35 de ani de activitate în domeniul contabilității, încă mă trezesc dimineața cu aceeași pasiune și entuziasm. Iubesc această meserie și contribuția mea la succesul financiar al clienților."*
- *„Sunt mândră să fiu contabilă și să pot aduce claritate și siguranță financiară clienților mei. E o călătorie în care mereu descopăr noi aspecte fascinante."*
- *„Am să dezmint stereotipul privind faptul că contabilitatea ar fi plictisitoare, ce trebuie să știți este că contabilitatea este interesantă, ea nu are hotare. Limitele ei teoretice, științifice și practice sunt fără sfârșit atât în ceea ce privește cuprinderea fenomenelor economice cât*

și al modului în care ele sunt sistematizate, prelucrate și prezentate, astfel că despre ea niciodată nu poți să pretinzi că știi totul."

- *„Teama de a avea o rutină monotonă este străină pentru mine. Fiecare provocare aduce oportunitatea de a învăța și a evolua în domeniul meu de activitate - contabilitatea."*

Impactul schimbărilor tehnologice asupra profesiei contabile

La momentul actual, conceptul de digitalizare reprezintă un proces complex de transformare a informațiilor în format digital, marcând astfel un traseu către un viitor definitoriu al succesului. Această paradigmă proiectează un viitor în care inovația, inteligența artificială, robotica și creativitatea se desfășoară sinergic pentru a asigura sustenabilitatea în cotidian.

Dezvoltarea tehnologiilor informationale s-a rasfrâns de-a lungul timpului și asupra profesiei contabile, care a trecut prin multe schimbări până să ajungă la ceea ce este astăzi: de la o contabilitatea rudimentară, la una tehnologizata. Pentru un profesionist contabil nu mai este suficient să cunoască doar tehnicile contabile ci trebuie să aibă cunoștințe și în domeniul noilor tehnologii care duc la obținerea avantajelor în companiile în care activează. Acesta trebuie să evolueze de la un „om al cifrelor" la o persoană dezvoltată multilateral, fiind axat mai mult pe acordarea de consultanță și nu doar pe înregistrarea operațiunilor contabile, impunând necesitatea dezvoltării unei gândiri analitice și a capacității de interpretare a datelor prelucrate cu ajutorul instrumentelor furnizate de domeniul informaticii.

Pe baza analizei interpretative a feedback-ului furnizat de studenții și absolvenții Facultății Contabilitate, ASEM în urma unui sondaj realizat cu privire la perspectivele de viitor ale profesiei contabile în contextul digitalizării, am distins patru criterii pe care le-am ilustrat în tabelul 1:

Tabelul 1.

Perspectivele de viitor ale profesiei contabile în contextul digitalizării

Criterii	Dezacord total	Dezacord	Neutralitate	De acord	În totalitate de acord
Automatizarea proceselor în domeniul contabilității este importantă.	0	3	103	129	161
Este necesară modificarea aspectelor ce țin de sistemul educațional în formarea specialiștilor contabili în concordanță cu tehnologiile informaționale.	2	1	115	100	178
Aplicarea noilor instrumente informatice precum SAGA, NEXUS, CIEL etc.	5	8	97	86	104

Importanța dobândirii și dezvoltării competențelor digitale este esențială în domeniul contabilității.	0	0	21	157	122
Sunteți dispuși să vă perfecționați constant, dat fiind faptul că tehnologia evoluează atât de rapid?	0	0	3	253	44

Sursa: *Analiză internă bazată pe rezultatele sondajului realizat printre studenți și absolvenții Facultății Contabilitate.*

Concluzie

Profesia contabilă rămâne esențială în cadrul economiei, contribuind la stabilitatea și integritatea sistemului financiar. Specialiștii contabili, prin competențele lor profesionale și cunoștințele tehnice avansate, sunt agenți de o importanță majoră în asigurarea succesului și avansării entităților economice.

Pe de o parte, există aspecte pozitive ale practicii contabile, cum ar fi siguranța în carieră, remunerații substanțiale, oportunități de creștere profesională și diversitatea specializărilor în cadrul domeniului. Contabilii joacă un rol central în gestionarea informațiilor numerice, contribuind la transparența și eficiența afacerilor. Pe de altă parte, profesia contabilă se confruntă cu provocări, inclusiv schimbări legislative constante, program de lucru extins, stresul legat de respectarea termenelor limită și stereotipuri negative perpetuate de societate. Cu toate provocările, există contabili care își iubesc meseria și își îndeplinesc responsabilitățile cu pasiune. Ei aduc claritate și siguranță financiară clienților și văd în fiecare provocare o oportunitate de învățare și evoluție.

Contabilii trebuie să se adapteze la schimbările tehnologice și să își mențină abilitățile relevante.

În lumina schimbărilor semnificative aduse de digitalizare, este crucial ca profesia contabilă să rămână adaptabilă și să continue să-și dezvolte practicile pentru a asigura relevanța și eficacitatea în viitorul economiei la nivel atât național, cât și global.

BIBLIOGRAFIE

1. Boghian, F. A., Socoliuc, M. (2020). Viitorul profesiei contabile în era digitalizării. Conferința Științifică Internațională Studențească, ISSC 2020 ”Provocările contabilității în viziunea tinerilor cercetători”. P. 173-184. Disponibil: https://irek.ase.md/xmlui/handle/1234567890/608 [in Romanian].
2. Caraman, S. (2021). Top 5 întrebări ale întreprinzătorilor începători legate de organizarea contabilității. Disponibil: https://pro-active.md/revista/intrebari-frecvente-intreprinzatori-incepatori/ [in Romanian].

3. Grigoroi, L., Șelaru, M. (2012). Valorile și provocările profesiei contabile. Conferința Științifică Internațională ”Contabilitatea: provocări actuale şi aspiraţii pentru viitor”. P. 244-249. Disponibil: https://ibn.idsi.md/vizualizare_articol/153881 [in Romanian].
4. LAZARI, L., GRIGOROI, Lilia. (2017). Profesia contabilă în serviciul interesului public. Conferința Științifică Internațională ”Contabilitatea și profesia contabilă în era provocărilor”, P. 156-161. Disponibil: https://caae.ase.md/files/caae/conf/conf_aprilie_2017.pdf [in Romanian].
5. MIHĂILĂ, S., BĂDICU, G., CODREAN, V. (2022). Aspecte evolutive privind profesia contabilă în contextul digitalizării: un imperativ al secolului XXI, Economica, Nr. 4(122), P. 44-60. [in Romanian; in English].
6. ȘEVCIUC, T., BULGARU, V. (2012*)*. Profesia de contabil - un imperativ al timpului. Conferinţa Științifică Internaţională ”Contabilitate: provocări actuale şi aspiraţii pentru viitor”. 249 - 253. Disponibil: https://ibn.idsi.md/vizualizare_articol/153881 [in Romanian].

Student:
Ruxanda Harea
Specialty: Accounting
Supervisor:
Svetlana Mihaila, PhD in Economics, Associate professor,
Academy of Economic Studies of Moldova
svetlana.mihaila@ase.md

TECHNOLOGY IMPLEMENTATION: STREAMLINING MANAGEMENT ACCOUNTING PROCESSES FOR EFFICIENCY

Keywords: management accounting, technology, blockchain.

Abstract: In a progressively digitized world, companies confront consistent challenges in accounting management. The entail for exact, effective, and secure bookkeeping has led to the selection of modern innovations that are revolutionizing the way accounting is done. With more organizations turning to computerization and Artificial Intelligence to guarantee precision and convenience in client exchanges, information examination, budget planning, payment processing, and other critical finance-related errands; there is no surprise that businesses are leveraging inventive advances to drive expanded proficiency and standardize forms. By utilizing advanced computer program arrangements such as workflow stages, companies can presently have real-time oversight of their entire financial operations – even while overseeing conveyed groups located in different areas.

Introduction

Accounting management in companies has undergone a metamorphosis with the arrival of digital transformation and new technologies. In an increasingly digitalized business environment, the need for accurate, efficient, and secure accounting has become paramount. In this framework, new technologies have played a crucial role by providing innovative tools and advanced solutions that have transformed the way accounting management is carried out in companies.

One of the main contributions of new technologies to accounting management is process automation. Operating with advanced software tools, businesses can automate routine accounting tasks like data entry, bank reconciliations, and financial reporting. This procedure reduces the possibility of human error and speeds up accounting processes, allowing accountants to focus on activities with a higher value, such as financial analysis and strategic decision making.

By implementing automatic accounting functions through a smart contract system, businesses can significantly reduce errors, save time, and cut costs. With the use of smart contracts, financial

transactions can be executed automatically, ensuring accuracy and efficiency. This not only saves time but also reduces the need for costly manual labor (Abedin and Hajek, 2023).

Methodology

This paper analyses literature and case studies to show how various types of technology streamline accounting operations, reduce manual errors, and protect financial data. Understanding the potential benefits of process automation and blockchain in management accounting can help organizations improve their financial reporting and make well-informed decisions based on reliable and current data.

The search strategy and selection criteria for studies involved a comprehensive search, selecting Google Scholar as the primary source of information to assure both scientific strength and inclusivity. The search terms used were "management accounting", "technology", and "blockchain". In addition to the databases, the review included a search of gray literature, including conference proceedings.

To provide an in-depth research based on relevant articles and books, other various methods were used, such as: systemic method – a personalized reasoning of the information proposed in this paper and motivation for its selection, synthesis method – analysis of different displayed data and information, using them to synthesize and extract the needed material.

Base content

Management accounting helps create organizational value – the benefits received by various stakeholders from their investment in the firm - through better decision making and management of the members of the organization. For example, managers use information on costs to make decisions on products and services. Also, management accounting information is used to evaluate the performance of a manager. Management accountants bring an integrating perspective to the organization's strategic and financial decisions (McWatters and Zimmerman, 2015).

Management accounting is not the only source of information to improve decision making. Information about customer tastes, and the political, legal, and competitive environment also leads to better decisions within an organization. The advantage of management accounting information is the conversion of events into a common unit of measure, the monetary unit. Conversion of events into monetary amounts allows managers to compare the impact of various decisions on the organization. The decision to adopt advanced manufacturing technologies or to continue manual operations can be analyzed by converting both events into monetary outlays and comparing the monetary outlays of each alternative. Non-financial information is also useful, such as the impact of different alternatives on the welfare of employees. New manufacturing methods may improve or harm employee welfare, especially if adoption leads to the need for fewer workers overall.

In the ever-evolving landscape of financial management, the benefits of automating accounting processes emerge as a beacon of efficiency, accuracy, and strategic advantage for organizations seeking to navigate the complexities of modern business operations. Figure 1 represents a few of the most important benefits of automatization.

Figure 1.

Benefits of Automating Accounting Processes

Source: developed by the author based on (LinkedIn, 2023).

The blockchain is another technology that has gained relevance in secure accounting management. The blockchain provides an immutable and transparent record of all transactions, making accounting data difficult to manipulate. This increases confidence in financial information and reduces the possibility of fraud or embezzlement. The use of blockchain in accounting also simplifies internal and external auditing, as auditors can easily track and verify transactions recorded on the blockchain (Abad-Segura, 2023).

In the contemporary landscape of organizational management and accounting, the term "blockchain" emerges as a revolutionary force, poised to redefine traditional processes and drive unparalleled efficiency. A blockchain is a digital database that stores records in chronological order. Information

on a blockchain is kept in "blocks" linked to one another on a "chain" through shared mathematical algorithms. Blocks contain data, usually transaction records, including the sender and receiver of a transaction, a timestamp and the amount and type of currency sent (Rodriguez, 2022). Figure 2, shown below, displays how blockchains work.

Blockchain's decentralized and irreversible properties might transform management accounting. This system enhances transaction recording and verification, reducing errors and fraud. It is already evident that blockchain will emerge as a central feature of the digital economy and be used in all contexts where it is crucial to guarantee the integrity of digital values and information (Grosu, 2022, Mihaila, 2023).

Figure 2.

Blockchain process

Source: developed by the author based on (Rodriguez, 2022).

The irreversible nature of blockchain data ensures a reliable audit trail, reducing the need for complex reconciliation procedures. Blockchain technology has the potential to improve financial reporting, aligning with management accounting's core aims. Management accounting uses blockchain technology for cost management and planning. Smart contracts are blockchain-based scripts that automate contract compliance and payments. Automation can increase cost management by enabling real-time tracking and reducing administrative overhead. Thus, management accountants may focus more on strategic analysis and decision-making than transactional tasks (Mahtani et al., 2023).

Although blockchain technology has many benefits, it also has drawbacks. Technology implementation depends on overcoming various issues. Blockchain technology requires companies to reassess their internal control systems and address data protection and legal compliance (Mahtani et all, 2023). The above issues demonstrate the need to analyze technological, organizational, and

regulatory impacts before using blockchain technologies in management accounting. Based on the explanation above, blockchain technology might revolutionize management accounting. The decentralization, immutability, and automation of blockchain technology match management accounting's accuracy, transparency, and efficiency goals. However, successful adoption requires overcoming technology challenges, organizational change, and legal compliance. Given blockchain technology's continual progress, additional research is needed to understand its long-term impact on management accounting in dynamic corporate environments.

Blockchain technology uses a standard protocol to ensure consistency across nodes' distributed copies of the ledger, enabling rapid updates and data harmonization across organizational units. Blockchain technology's smart contract features automate corporate operations and execute specified actions based on predetermined parameters. Intelligent contracts can automatically start activities or make modifications depending on events or inputs, making departmental interaction easier. Since all transactions and alterations are recorded on the blockchain and validated by all participants, blockchain technology may improve data sharing and collaboration transparency, efficiency, and confidence. This method increases accountability and reduces data tampering and fraud.

Monitoring with blockchain makes customer service management more efficient and enables quick and convenient demand management. In addition, due to the management of manufacturing flows and customer relationships, supplier relationships are automated through smart contracts and data are securely stored and improved through blockchains (Yoo and Won, 2018).

Big data is a combination of structured, semistructured and unstructured data collected by organizations that can be mined for information and used in machine learning projects, predictive modeling and other advanced analytics applications. Systems that process and store big data have become a common component of data management architectures in organizations, combined with tools that support big data analytics uses (Botelho, 2022).

Management accountants will need to learn an entirely new skill set in the area of analytics to be successful. They must be able to successfully excerpt and review the immense amount of data they are privy to while familiarizing themselves with the most modern methods of data governance, query, analytics, and visualization. Using analytics directed at big data, accountants can widen their monitoring techniques to include unstructured data that may lead to the identification of improvement areas (Dadaneh, 2021). Organizations will need to develop new procedures with the ability to continuously monitor, analyze, and decipher data. Accountants, because of their unique training and skills, can utilize these skills to examine the effect this has on performance measures and how it aligns with the firm's strategic objectives. Management accountants will see their roles grow within the organization because of their ability to interject their business knowledge into the mining of structured and unstructured data (Richins et al., 2017).

The most meaningful thing about big data is there is now a more significant variety of data, including externally generated data from websites, email, and texts. However, expansion of service is nothing new to the modern-day accountant. Accountants have a history of responsibility expansion when it comes to organizational improvement (Dadaneh, 2021). The management accountant's focus has changed because of big data. Businesses invest heavily in the ability to collect, process, prepare, and analyze data, and they expect their management accountants to possess a deep, clear understanding of the data. This data needs to be of high quality. High-quality data is complete, precise, valid, accurate, relevant, and timely. Most businesses view this data as an asset that impacts the firm's bottom line tremendously. If the data is of poor quality, it will harm the management accountant because it may cause errors in the forecasting. To be good at data analysis, the management accountant needs excellent data.

Big data contains massive data sets that traditional database management systems cannot analyze. The majority of big data, 90%, is unstructured and contains information considered soft data such as email, social media postings, phone calls, website visits, and streamed videos. Big data can aid as long as there is a conversion of storage units of big data into actionable information. This creates a specialization where a data analysist/scientist flourish. For management accountants to use big data, these specialists must comprehend, identify, convert, and analyze the data (Warren et al., 2015). Because management accountants have access to more data and better ways to analyze this data, systems that incorporate this additional data can use descriptive, predictive and prescriptive analytics to answer the questions of what has happened, what will happen, and what is the best solution moving forward (Dadaneh, 2021). Big data may speed up the merging of U.S. GAAP and IFRS, developing a global system with accounting as the lynchpin. Big data is a technological advancement that is poised to change the processing of financial transactions and usher in new forms of documentation to support management accounting (Warren et al., 2015).

One of the main uses of Artificial Intelligence in accounting management is the detection of fraudulent transactions. AI algorithms can scrutinize financial data and detect irregular patterns that could be indicative of fraudulent activity, such as diversion of funds, money laundering, or false invoices. These algorithms can compare past and present transactions, identify correlations, and analyze suspicious behavior. By doing so, they can alert accounting professionals and security officers to potential fraud, enabling quick and effective action (Abad-Segura, 2023). Identifying financial trends is another area where AI has proven its value in accounting management. AI algorithms can analyze current and historical financial data to identify relevant patterns and trends. For example, they can detect abnormal fluctuations in revenue, expenses, or profit margins, allowing accounting professionals to perform deeper analysis and understand underlying causes. This can lead to better financial and strategic decision-making, as well as early identification of potential problems or risks.

In Accounting, it is key to both maximize security management and reduce risk. Computer accounting systems are the main targets due to the value of the information of the companies that they handle, such as, financial records, email addresses, addresses, telephone numbers, bank accounts or credit card information (Abad-Segura, 2016). A goal among corporate accounting professionals is to avoid hacker attacks, since computer accounting systems are packed with information that attackers covet. A good deal of business accounting software products is designed to be secure, and it is critical that security data are protected by a strong password. The principle of BC is decentralized accounting, through which the participants in the network approve, validate, and record the transactions, instead of the responsibility being reincorporated in a single entity.

Conclusion

There is no doubt managerial accounting is changing in the next few years. Managerial accounting envisions the future and what could happen. It has evolved from traditional costing information to new guidelines. With the advent of big data and data analytics, management accounting will be the center of information for decision making in an organization. In this globalized business world, there is an overwhelming need to keep pace with rapid change. Successful businesses will be able to change in real-time with fluidity and ease. There will be a replacement and integration of simple modeling policies into models of advance statistical data allowing managers to make changes and test even small theories.

This article has delved into the transformative impact of technology implementation on streamlining management and accounting processes, with a focus on enhancing overall efficiency within organizations. Through an in-depth exploration of various technological solutions and their integration into existing frameworks, this study has underscored the pivotal role technology plays in optimizing resource allocation, reducing operational bottlenecks, and fostering a more agile and responsive organizational structure.

The findings presented in this research highlight the multifaceted benefits of technology adoption, ranging from improved data accuracy and real-time reporting to increased collaboration and communication among diverse organizational units. As businesses strive to navigate an increasingly complex and dynamic global landscape, the imperative to embrace technological advancements becomes even more noticeable. The case studies and empirical evidence presented throughout this article serve as compelling illustrations of successful technology implementations, illustrating their positive implications on decision-making, strategic planning, and overall corporate performance.

Nevertheless, it is crucial to acknowledge that the journey towards technology integration is not without challenges. The potential resistance to change, initial investment costs, and the need for comprehensive training programs are hurdles that organizations must navigate to unlock the full potential of technological solutions. By addressing these challenges proactively and fostering a

culture that embraces innovation, organizations can position themselves at the forefront of a rapidly evolving business environment.

In essence, this research article contributes to the growing body of knowledge on technology implementation by providing valuable insights into the ways in which organizations can leverage technology to streamline management and accounting processes. As we move into an era characterized by digital transformation, the findings of this study underscore the importance of embracing technology not merely as a tool but as a strategic enabler for organizational success. Ultimately, the successful implementation of technology can empower businesses to achieve higher levels of efficiency, agility, and competitiveness in an ever-changing landscape.

BIBLIOGRAPHY

1. Abedin, M., Hajek P. (2023). Cyber Security and Business Intelligence: Innovations and Machine Learning for Cyber Risk Management. Dzerkalo tyzhnia – Mirror of the week. Retrieved from [in English]. https://books.google.md/books?id=S5jiEAAAQBAJ&newbks=0&source=gbs_navlinks_s.
2. Grosu, V., Botez, D., Melega, A., Kicsi, R., Mihaila, S., & Macovei, AG (2022). Analiza bibliometrică a sinergiilor transformatoare dintre blockchain și contabilitate în dezrădăcinarea criminalității economice. Probleme legate de antreprenoriat și durabilitate , 9 (4), 77.
3. Grosu, V., Cosmulese, C. G., Socoliuc, M., Ciubotariu, M. S., & Mihaila, S. (2023). Testing accountants' perceptions of the digitization of the profession and profiling the future professional. Technological Forecasting and Social Change, 193, 122630.
4. McWatters, C., Zimmerman, J. (2015). Management Accounting in a Dynamic Environment. P. 2-27. [in English].
5. Abad-Segura, E. (2023). Holistic approach to new technologies for secure accounting management. Dykinson S.L. P. 87–88. Retrieved from https://public.ebookcentral.proquest.com/choice/PublicFullRecord.aspx?p=30623510. [in English].
6. Mahdani, R., Aulia Pudri, W., Risnafitri, H. (2023). The Potential of Blockchain to Increase the Effectiveness of Management Accounting: A Systematic Literature Review. Retrieved from https://heca-analitika.com/ijma/article/view/82/44. [in English].
7. Warren, J., Moffitt, K., Byrnes, P. (2015). How Big Data Will Change Accounting. Accounting Horizons P. 397–407. Retrieved from https://doi.org/10.2308/acch-51069. [in English].
8. Richins, G., Stapleton, A., Stratopoulos, T. C., Wong, C. (2017). Big Data Analytics: Opportunity or Threat for the Accounting Profession? Journal of Information Systems, P: 63–79. https://doiorg.ezp.waldenulibrary.org/10.2308/isys-51805. [in English].
9. Botelho, B. What is Big Data and Why is it Important? (online). Retrieved from

https://www.techtarget.com/searchdatamanagement/definition/big-data. [in English].

10. Dadaneh, Z. (2021). The Impact of Emerging Technologies on Management Accounting. Retrieved from: http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3835704. [in English].
11. LinkedIn. (2023). Streamline Your Accounting Processes: Benefits, Challenges, and Steps to Accounting Automation. Retrieved from https://www.linkedin.com/pulse/streamline-your-accounting-processes-benefits-challenges. [in English].
12. Rodriguez Cruz, G. (2022). What Is Blockchain? (online). Retrieved from https://money.com/what-is-blockchain/. [in English].
13. Abad-Segura E., Infante-Moro A., González-Zamar M.-D., López-Meneses E. (2021). Blockchain Technology for Secure Accounting Management: Research Trends Analysis. Retrieved from https://doi.org/10.3390/math9141631. [in English].

Student:
Hotnogu Marius, Lavric Marius,
Speciality: Accounting
Supervisor:
Grigori Lilia, PhD, associate professor,
Academy of Economic Studies of Moldova,
hotnogu.marius@ase.md; lavric.marius@ase.md

PRACTICA PRIVIND TAXA PE VALOARE ADĂUGATĂ A REPUBLICII MOLDOVA COMPARATIV CU UNELE ȚĂRI EUROPENE

Key words: Value Added Tax (VAT); Fiscal period; VAT rate; Ceiling; VAT on receipt.

Abstract: This article is an analysis of the way of applying the value added tax in the Republic of Moldova compared to other European countries. In this context, the authors researched and analyzed the quotas and the way in which value added tax is determined, reported and paid in different European countries, comparing them with the practice of the Republic of Moldova in order to appreciate the degree of association of the domestic regulatory framework and practices in the field with European practice. At the same time, the authors propose to identify some advantages of the European Tax Systems, which could be taken over in the normative framework of the Republic of Moldova, which would reduce the fiscal burden on economic entities, without influencing the state's tax flows.

GEL classification: M41

Introduction

Indirect taxes are an important component of the tax system in any developed country, due to their strong influence on the economy. For this reason, we recommend analysing the rates, the way value added tax is determined, reported, and paid in different European countries compared to the current situation in the Republic of Moldova, with the aim of forming a broad opinion by comparing the local tax regulation on added value with that of other relevant states (in Europe). Following the analysis, we are looking for a possible solution to reduce the tax burden on economic entities, without affecting the tax revenue of the state.

Introducere

Impozitele indirecte sunt o componentă importantă a sistemului fiscal din orice țară dezvoltată, datorită influenței puternice acestora asupra economiei. Din acest motiv, recomandăm să analizăm cotele, modul în care se determină, raportează și se achită taxa pe valoare adăugată în diferite țări europene comparativ cu situația actuală din Republica Moldova, cu scopul de a forma o părere

amplă prin compararea reglementării locale a taxei pe valoare adăugată cu cea din alte state relevante (din Europa). În urma analizei efectuate, urmărim o eventuală soluție pentru a reduce povara fiscală asupra entităților economice, fără a afecta venitul fiscal al statului.

Conținutul de bază

Subiecții, obiectivele impozabile, modul de calculare și achitare, administrarea TVA sunt reglementate prin Codul Fiscal al Republicii Moldova [1, titlul III], în care se redau caracteristicile esențiale ale impozitului indirect, se enumeră cotele TVA și plafonul de înregistrare obligatorie ca plătitor de TVA.

Așa dar, conform cadrului normativ din Republica Moldova, taxa pe valoare adăugată este un „*impozit de stat care reprezintă o formă de colectare la buget a unei părți a valorii mărfurilor livrate, serviciilor prestate care sunt supuse impozitării pe teritoriul Republicii Moldova, precum și a unei părți din valoarea mărfurilor, serviciilor impozabile importate în Republica Moldova*" [1]. Deci, cu alte cuvinte, TVA este un impozit indirect care reprezintă o parte din prețul de piață a produselor, mărfurilor vândute și serviciilor prestate pe teritoriul Republicii Moldova, precum și a mărfurilor, serviciilor importate.

Pe teritoriul Republicii Moldova, există entități plătitoare de TVA și entități neplătitoare de TVA. Însă, sunt stabilite restricții, care prevăd că dacă, în decursul a 12 luni consecutive, o entitate neplătitoare înregistrează o cifră de afaceri mai mare de 1.200.000 de lei (MDL), aceasta este obligată să se înregistreze ca plătitor de TVA prin sesizarea oficială a Autorităților Fiscale de Stat și completarea unui formular corespunzător până în ultima zi a lunii în care a fost sesizat depășirea plafonului.

Modul de determinare a TVA spre plată se efectuează în baza Codului Fiscal al Republicii Moldova [1, art. 101] și se determină la sfârșitul perioadei de gestiune (luna calendaristică) prin diferența dintre TVA colectată (care va fi colectată de la clienți) preluată din registrul de livrări și TVA deductibilă (care se achită furnizorilor la aprovizionare) preluată din registrul de procurări.

$$TVA_{spre\ plată} = TVA_{la\ vânzări} - TVA_{la\ procurări}$$

Până pe data de 25 a luni care urmează după încheierea perioadei fiscale (luna calendaristică), se întocmește un formular cu regim special [2], care se prezintă de către contribuabil la organul fiscal.

Cotele Taxei pe Valoarea Adăugată în Republica Moldova sunt următoarele [1, art. 9]:

- cota-standard în mărime de 20% din valoarea impozabilă a mărfurilor și serviciilor importate și a livrărilor efectuate pe teritoriul Republicii Moldova;
- cota redusă de 8%, care se aplică produselor social vulnerabile (alimente de primă necesitate, produse pentru copii, gaze naturale);

Pentru o imagine de ansamblu, am identificat cotele taxei pe valoare adăugată care sunt aplicate în România și în Polonia.

Cotele Taxei pe Valoarea Adăugată în Polonia [3].

- 23% - taxa de bază;
- 8% - taxa preferențială care se aplică în cazul unor produse folosite în agricultură (îngrășăminte, pesticide, mașini agricole), produselor pentru copii, de protecție a sănătății, materialelor și serviciilor de construcții, precum și la unele alte servicii ca de ex. transportul (cu excepția taxiurilor);
- 5% - se aplică la produse neprelucrate;

Cotele Taxei pe Valoarea Adăugată în România [4].

- 19% - cota de bază;
- 9% - cota redusă se aplică la furnizarea de medicamente, alimente și unele băuturi pentru consumul uman și animal. De asemenea, se aplică la unele servicii și produse din domeniul agricol, serviciilor de alimentare cu apă, cazare, restaurant sau catering;
- 5% - pentru servicii de furnizare a energiei termice, de lemne de foc, de panouri fotovoltaice, sisteme de încălzire cu emisii reduse, de acces în locuri culturale (muzee, parcuri zoologice, case memoriale, monumente istorice, etc.);

În tabelul 1 se prezintă o generalizare a cotelor taxei pe valoarea adăugată valabile în Republica Moldova și câteva țări europene.

Tabelul 1

Cotele TVA în Republica Moldova și unele țări europene

Țara	**Republica Moldova**	**România**	**Polonia**	**Ungaria**	**Malta**
Cota standard	20%	19%	22%	27%	18%
Cote reduse	8%	9%, 5%	7%, 3%	18%, 5%	7%, 5%

Sursa: [5].

Din datele tabelului 1, se observă că cota de 20% este un nivel inferior în contextul acestor țări europene, cu excepția României. De asemenea, o opțiune pentru sistemul fiscal al R. Moldova este de a diversifica cotele TVA prin adăugarea uneia mai scăzute (4%) și ridicarea celei existente (8% →9%). Cu ajutorul acestei metode, statul are mai multe opțiuni prin care ar favoriza anumite mărfuri (proteze medicale, alimente de primă necesitate, produse ecologice, produse și servicii social vulnerabile).

În continuarea ideii determinării sumei TVA, analizăm un studiu de caz, conform căruia o entitate rezidentă din țările analizate (Republica Moldova, Polonia, România) a fabricat un set de

mobilă pe care dorește să-l vândă pe piața internă. Cât va constitui suma TVA în aceste țări dacă prețul mobilei fără TVA este de 100 Euro?

$$Republica\ Moldova \qquad 20\ euro = 100 * 20\%$$

$$România \qquad 19\ euro = 100 * 19\%$$

$$Polonia \qquad 22\ euro = 100 * 22\%$$

O schimbare survenită în 2018 a fost creșterea plafonului de înregistrare ca plătitor de la 600 000 de lei la 1 200 000 de lei, reducându-se sarcina asupra entităților care nu necesită înregistrarea obligatorie. Înainte de creșterea plafonului, autoritățile au sesizat că proprietarii acestui tip de entități solicitau deschiderea unei alte entități atunci când se atingea plafonul de 600 000 de lei, fiind un motiv în plus pentru al ridica. Reieșind din astfel de situații, se recomandă consultarea experienței altor țări cu plafoane și mai mari de înregistrare pentru plătitori de TVA.

O problemă a entităților neplătitoare de TVA care ating cifra limită de afaceri este că termenul de înregistrare pentru a fi supus TVA este ultima zi al lunii în care s-a produs excedentul. Momentul depășirii plafonului este greu de observat, deoarece recunoașterea veniturilor dintr-o anumită zi se face pe baza rapoartelor de la casele de marcat și extraselor bancare, care se obțin la sfârșitul orelor de lucru sau, respectiv, ziua următoare. În acest context, depunerea cererii la timp în unele cazuri poate fi imposibil de realizat.

Prelungirea termenului cu câteva zile ar permite prelucrarea datelor contabile cu succes și ar permite depunerea cererii la timp la organul fiscal de stat.

În Tabelul 2 este prezentat modul de determinare, declarare și plată a TVA în Republica Moldova.

Tabelul 2

Modul de determinare, declarare și plată a TVA în Republica Moldova

Modalități (scheme)de aplicare a TVA	**Cotele TVA**	**Plafonul de înregistrare în calitate de plătitor TVA**	**Perioada fiscală**	**Termenul de prezentare a declarației și achitarea datoriilor privind TVA**
TVA Lunar	standard – 20% redusă – 8% scutite deTVA	1 20 000,00 lei	Luna calendaristică	Până pe data de 25 a lunii care urmează după perioada fiscală

Sursa: Elaborat de autori în baza Codului fiscal al Republicii Moldova [2].

În continuare, pentru a înțelege pe cât de dezvoltat este sistemul taxelor pe valoare adăugată în Republica Moldova, vom analiza modalitățile de determinare, raportare și plată TVA din alte țări europene și le vom compara. Un prim exemplu ar putea servi România, în al cărei sistem fiscal au

fost implementate mai multe elemente eficiente aplicate de țări dezvoltate din Uniunea Europeană (tabelul 3).

Tabelul 3
Modul de determinare, declarare și plată a TVA în România

Modalități (scheme) de aplicare TVA	**Cotele TVA**	**Plafonul de înregistrare în calitate de plătitor TVA**	**Perioada fiscală**	**Termenul de prezentare a declarației și de achitare a datoriilor privind TVA**
TVA Lunar *TVA Trimestrial*	Standard – 19% Redusă – 9% Minimă – 5% Scutite deTVA	88.500,00 Euro la cursul anului aderării României la UE	Luna sau trimestrul calendaristic	Până pe data de25 a lunii care urmează după perioada fiscală

Sursa: Elaborat de autori în baza Codului fiscal al României [4].

Un prim avantaj al acestui model este că entitățile economice, care au atins plafonul de înregistrare ca plătitor de TVA, pot alege să declare și să plătească TVA lunar sau trimestrial. Este de precizat faptul că la atingerea unui alt plafon de 100.000 de Euro, entitatea este obligată să treacă la modalitatea trimestrială de aplicare TVA.

Spre deosebire de Republica Moldova, la depășirea plafonului de 88.500 de Euro, entităților din România le sunt oferite o lună de tranziție pentru a se înregistra și a obține statutul de plătitori de TVA. Aplicarea acestei luni de tranziție în Republica Moldova ar face entitățile interne mai puțin îngrijorate. De asemenea, un alt exemplu legislativ este legat de rambursările de TVA, care se efectuează fără control în cazul în care acestea nu depășesc suma de 5000 de lei (Ron), iar obligația de plată a TVA la bunurile importate nu are legătură cu data livrării. Cu condiția trecerii în cont a sumei TVA, aceasta poate fi achitată în decurs de 60 de zile de la data importului.

Un avantaj considerabil pentru companiile mici și mijlocii din România este posibilitatea de a aplica metoda TVA la încasare [3^1], în loc să-l deducă imediat la emiterea facturii. Entitățile ce au o cifră de afaceri mai mică de 2.250.000 Ron pot aplica această metodă. Ea constă în ideea de a înregistra TVA la vânzări în momentul încasării creanței (nu la emiterea facturii), astfel se reduce presiunea asupra lichidităților, în special pentru companiile care au perioade lungi de încasare a datoriilor.

Tabelul 4
Modul de determinare, declarare și plată a TVA în Marea Britanie

Modalități (scheme) de aplicare TVA	**Cotele TVA**	**Plafonul de înregistrare în calitate de plătitor TVA**	**Perioada fiscală**	**Termenul de prezentare a declarației și de achitare a datoriilor privind TVA**
TVA Cash (VAT Cash accounting)	Standard – 20% Redusă – 5% Scutite de TVA	85 000 lire	Trimestrial	Trimestrial, o lună și 7 zile după trimestru.
TVA rată fixă (VAT Flat rate)			Trimestrial	Trimestrial, o lună și 7 zile după trimestru.
TVA Anual (VAT anual)			Anual	Declarația se prezintă timp de 2 luni după anul fiscal Achitarea are loc în avans lunar sau trimestrial, în dependență de suma anului trecut.

Sursa: Elaborat de autori în baza Codului fiscal al Marii Britanii [6].

Este oportun că entitățile pot alege din trei metode de prezentare a declarației de TVA. Prima metodă fiind prezentarea anuală și constă în faptul că sunt efectuate plăți lunar sau trimestrial, care sunt calculate în baza declarației din anul precedent. Celelalte scheme de aplicare TVA implică calcularea datoriei în baza perioadei curente.

Metoda TVA cash este asemănătoare cu cea TVA la încasări aplicată de România. Ea constă în colectarea și plata impozitului în momentul achitării cu furnizorul sau încasării creanțelor de la cumpărători. Această metodă este un exemplu bun prin care se reduce povara fiscală a entităților fără a afecta veniturile statului.

Metoda TVA rată fixă este metoda simplă, prin care se deduce TVA la eliberarea/primirea facturii fiscale. Cotele TVA sunt stabilite în funcție de activitate unității, în baza listei cotelor de impozare publică și care este întocmită și actualizată de guvernul Marii Britanii.

Tabelul 5 prezintă modelul existent pentru determinarea, raportarea și plata TVA în Republica Moldova și o versiune actualizată în baza sistemelor fiscale din România și Anglia.

Tabelul 5

Cum să se modifice modul de determinare, declarare și plată a TVA în Republicii Moldova

Modelul	Modalități (scheme) de aplicare TVA	Cotele TVA	Plafonul de înregistrare în calitate de plătitor TVA	Perioada fiscală	Termenul de prezentare a declarației și de achitare a datoriilor privind TVA
Existent	TVA Lunar	Standard – 20% Redusă – 8% Scutite de TVA	1 200 000 lei	Luna	Până pe data de 25 a lunii care urmează după perioada fiscală
Recomandabil	TVA Lunar TVA Trimestrial TVA la încasare		1 600 000 lei	Luna și trimestrul	Până pe data de 25 a lunilor care urmează după perioada fiscală

Sursa: Elaborat de autori.

Din tabelele precedente se observă că România și Marea Britanie au un plafon ridicat de înregistrare ca plătitor TVA (România – 88500 Euro sau aproximativ 1.700.000 MDL și Marea Britanie – 85.000 lire sterline sau peste un 1.800.000 MDL). Un plafon ridicat reduce riscul unor evaziuni fiscale precum: suspendarea activității entității și înregistrarea în paralel a altei persoane juridice.

Acesta ar fi un prim motiv pentru care credem că un plafon de 1.600.000 MDL ar fi mai apreciat. Ridicarea limitei se poate de argumentat și în pretextul inflației din țară.

Ar fi de apreciat implementarea metodelor TVA trimestrial și TVA la încasare, întrucât ar reduce semnificativ presiunile asupra lichidităților. Micșorându-se riscuri, ca datorii neachitate sau lipsa de lichidități, numărului de entități care amână plata TVA la stat s-ar reduce semnificativ.

Concluzie

În Republica Moldova, cotele, modul de determinare, declarare și plată a taxei pe valoare adăugată sunt bine reglementate, însă după examinarea sistemelor fiscale ale altor țări europene, observăm oportunități de îmbunătățire a practicii autohtone, ca de exemplu: diversificarea cotelor TVA (cel puțin 4 cote), ridicarea plafonului pentru înregistrarea obligatorie ca plătitor de TVA măcar până la 1 600 000 MDL, adăugarea perioadei fiscale trimestriale și recunoașterea modalității de aplicare TVA la încasări.

REFERINȚE BIBLIOGRAFICE

1. Codul fiscal al Republicii Moldova, nr. CF1163 din 24.04.1997, cu modificările ulterioare [online]. Disponibil: https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=139901&lang=ro#
2. Ordinul nr.1164 al Inspectoratului Fiscal de Stat, din 25.10.2012, cu modificările ulterioare [online]. Disponibil: https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=135433&lang=ro#
3. Codul Fiscal al Poloniei, Dz. U. 1997 Nr 137 poz. 926 [online]. Disponibil: https://isap.sejm.gov.pl/isap.nsf/download.xsp/WDU19971370926/U/D19970926Lj.pdf
4. Codul fiscal al României, 227/2015, cu modificările ulterioare [online]. Disponibil: https://static.anaf.ro/static/10/Anaf/legislatie/Cod_fiscal_norme_2023.htm#A291
5. Cotele de TVA în 2023 în Uniunea Europeană [online]. Disponibil: https://www.asd-int.com/ro/cotele-de-tva-in-uniunea-europeana-in-2023/
6. Codul fiscal al Angliei [online]. Disponibil pe site-ul: https://www.gov.uk/topic/business-tax/vat

Students:
Daniela Loghin
Ivan Constantinov
Florence Olimpia
Specialty: Faculty of Accounting
Supervisor:
Svetlana Mihaila
Ph.D., Associate Professor, Academy of Economic Studies of Moldova
svetlana.mihaila@ase.md

THE IMPORTANCE OF STUDYING ETHICS AND DEONTOLOGY FOR FUTURE ACCOUNTANTS

Keywords: ethics, deontology, accounting profession, morality, integrity.

Abstract: The present article emphasizes the importance of studying ethics and deontology for future accountants. It draws attention to the notions of ethics and deontology, which are also the keywords of this work, from several points of view, and explains their essence and necessity in the accounting field. The work emphasizes the need to know these concepts, in order to train the young successful accountant through clear and concise explanations, through schemes and conclusions. Information is found such as the functions of ethics, deontological principles, as well as the consequences of not respecting these moral norms. The most relevant sources and quotations are also mentioned in the article.

Introduction

We all know that the accountancy profession is the 'building block' of a business, and if it is missing, it crumbles. What's more, accounting has always been at the forefront of the global economy. So, in such a complex and ever-changing financial environment, it is crucial that future accounting professionals familiarise themselves with the principles of ethics and the code of ethics. The purpose of this article, is to outline the indispensability of studying ethics and deontology for future beginning accountants. In order to achieve this goal, objectives have been set such as: to further explore the notion of ethics and deontology, their essence and importance in the professional work of accountants, and the correlation between these two concepts in accounting.

For our research, the methodological tools characteristic of social sciences were used, applying several research methods, such as: analytical method, comparison method, synthesis method, induction method, deduction method, as well as the analysis of literature using Google Scholar search engine.

Basic content

Ethics is a special field of science that studies behavioural norms, morals and concepts that deal with difficulties arising in the practice of human interaction. A component part of ethics, which manifests itself as an independent component, is professional ethics. It studies the peculiarities of moral activities and relations between professionals in a working environment, laying the foundations of etiquette, distinct rules of communication, norms of conduct and manners of behaviour in society.

The economic and legal relationships built up in order to achieve the entity's business purpose, lead to the occurrence of receivables due to the delay in meeting financial obligations on economic goods sold or advances granted.

Among the many notions analysed according to the Explanatory Dictionary, the notion of ethics is "a set of rules by which a human group regulates its behaviour in order to distinguish between what is legitimate and acceptable in achieving its goals" (Explanatory Dictionary of the Romanian Language).

The origin of the term "ethics" and the legal basis of the concept were addressed in her paper by the researcher Popa M. "From an etymological point of view, "ethics" comes from Greek words (Popa, 2006):

- "ethos", which in Homer meant: primordial, homeland, and later, in Greek thought, took on the meaning of: dwelling, meeting place, native place, morals, etc. and,
- "ethike", meaning the science of knowledge. Aristotle used this term to designate virtues linked to customs, experiences accumulated over time. From "ethos" derived the word "ethicos", meaning "of or for morals", used by the Greeks when discussing the principles of human behaviour.

Ethics is regarded as the science of good and evil, of merit and virtue, of pleasure, of the social ideal. Ethics is one of the oldest humanities, and can be considered, in the classical sense, the science of ethos, i.e. the science of morality. Ethics can be considered the science of happiness and virtue.

The legal basis for the concept of incorporating ethics into business is supposedly contained in a 1906 US Supreme Court decision, which states that "The corporation (firm) is the creation of the state, and that it is meant to exist for the good of the community" (Popa, 2006).

In a general sense we are looking at several notions of ethics in society, addressed by different authors in their own vision and understanding of the concept. Among which the following definitions have been noted (Dobroțeanu, Dobroțeanu, 2007):

a) In the modern understanding, ethics is also based on morality, aiming to provide a coherent framework of principles and benchmarks that assist individuals in gaining knowledge and experience in order to make ethical decisions.
b) Science of evil and good (Socrates, Plato, Cicero).
c) Science of happiness and virtue (Aristotle).

Through it ethics, in whatever field it is applied, fulfils several functions (Figure 1), that of knowledge (cognitive), normative or axiological (values), persuasion (persuasive) and education. These functions also relate to the field and profession of accountancy.

Figure 1.
Functions of ethics

Source: developed by the authors based on (Lungu, 2011).

Professional ethics is present in the field of accounting as a result of an increased need in professional frameworks, which through its prism will increase their beneficial influence in the economic life of both a country and a company. The latter being responsible for collecting, classifying, summarising and representing the financial and economic information of business units and making it available to users for decision-making purposes.

The definition of the accounting profession is set out by Thomas and Potdevin. They expose the given work as: „The accounting profession is currently defined as the totality of activities (services) that presuppose knowledge in the field of accounting, the specialists who perform them (render them),as well as their professional bodies" (Lungu, 2011).

This leads us to the conclusion that working in this financially influential sector is impossible without certain economic knowledge and studies. Like the services they provide, their bodies must be distinguished by a high level of responsibility, attention, confidentiality, in addition to a logical, analytical spirit, with a well-defined work ethic.

Accountancy has been noted over time as indispensable for society, especially for entrepreneurs (other people) who wanted a profitable, legal and transparent business, emphasising through these objectives the cognitive and normative function of ethics, necessary for such activity. De facto, these principles of business operation resulted in a vital connection between the field under analysis and ethics, deriving in a working/professional one. Many experts in economics have exposed themselves directly on the fact, including Abbot A. From the perspective of Abbott A. we can trace the social importance that the field of accounting possesses as follows: "Shareholders, investors, creditors, employers, government, etc. rely on accounting professionals for financial accounting, financial reporting, tax advice, effective financial management, etc. The behavior and attitude of accounting professionals in providing these services impacts the economic well-being of the entities in which they operate, the community as well as the country" (Abbott, 1983). The author, distinguishes the high degree of direct proportionality between the economic well-being of an entity as well as, ultimately, of a state and an entire nation.

The accountancy profession is largely controlled through various professional associations and bodies. It has internal tools to implement its code of ethics globally. The unit that manages and sets specific rules on accounting ethics is the I.F.A.C. - International Federation of Accountants, which has the function of establishing coherence between ethics in education and the codes of ethics of the different professional bodies operating in a given geographical area. Integrity, professionalism and transparency are values reflected in the IFAC Code of Ethics for the accountancy profession. IFAC seeks to strengthen the accounting profession's adherence to these values, while at the same time participating in the development of a globally applicable code of ethics for accountants. In this case, the Handbook on the *Code of Ethics for the Accounting Profession cannot be omitted from the presentation of the Council for International Ethical Standards for Accountants, which sets out in detail the ethical principles for work in accounting.*

According to the Handbook of the *Code of Ethics for Professional Accountants, presented by the International Ethics Standards Board for Accountants*, the following features of professional accounting ethics are distinguished: "A distinctive feature of the accounting profession is the assumption of responsibility to act in the public interest. Thus, the responsibility of an accounting professional is not solely to meet the needs of an individual client or employer. In acting in the public interest, an accounting professional must respect and apply this Code. If an accounting professional is prohibited by law or regulation from complying with certain parts of this Code, he or she must comply with all other parts of this Code." (IESBA, 2019). From the beginning, this code warns about the vitality of acting in the public interest and with legal grounds of the worker, then coming in succession the interests of the employer, so nothing can be above the law and the welfare of the people.

This code mentions the basic principles by which an accounting professional should be guided: „An accounting professional should observe the following fundamental principles" (Handbook of International Education Regulations, 2019):

- ✓ **Integrity.** An accountant must abide by the principle of integrity, which requires him to be forthright and honest in all his professional and business dealings.
- ✓ **Objectivity.** An accounting professional must comply with the principle of objectivity, which requires him or her not to compromise professional or business judgment as a result of: subjectivism, conflict of interest, or undue influence or dependence on persons, organizations, technology, or other factors.
- ✓ **Professional competence and due care.** An accountant must comply with the principle of professional competence and due care, which requires him or her to:

- Acquire and maintain professional knowledge and skills at the level required to ensure that a client or employing entity receives competent professional services based on current technical and professional standards and relevant legislation; and
- Act with due care and in accordance with applicable technical and professional standards.

- ✓ **Privacy.** An accountant must comply with the principle of confidentiality, which requires him to respect the confidentiality of information acquired as a result of professional and business dealings. An accountant must:

- Be aware of the possibility of unintentional disclosures of information, including in a social setting, and especially to a close business associate or close or immediate relative;
- Maintain the confidentiality of information in the employing entity or organisation;

- ✓ **Professional Conduct.** An accounting professional must comply with the principle of professional conduct, which requires him or her to:

- Comply with relevant laws and regulations;
- Behave in such a way as to assume the professional responsibility to act in the public interest in all professional activities and business dealings; and
- Avoid any actions that the accountant knows or should know would bring the profession into disrepute.

The appreciation and the economic and social importance of the ethical code is provided by Cucoșel C., in his publication, stating that "The objectives and fundamental principles are not intended to be used to solve the ethical problems of accounting professionals in a specific case. However, the Code does provide some guidelines for the practical application of the objectives and fundamental principles to the number of typical situations encountered in the accounting profession. The provisions of the Code are intended to protect each accounting professional and third parties, since the Body is the guarantor both for the public of the quality and reliability of the services provided by

chartered accountants and certified accountants and for the members of the Body of healthy and free competition on the market for accounting products and services" (Cucoșel, 2007).

Finally, we believe that the basic principles are not only intended to be used to solve basic problems relating to a number of typical situations encountered in the accountancy profession, but also to protect its interests and those of the employer. The Code of Ethics provides a guideline for professional conduct, it distinguishes a clarity for ethical, qualitative and reliable work, simultaneously creating a healthy environment for the existence of fair and legal business competition.

In addition to the aspects of ethics discussed, deontology also plays an important role. According to the Explanatory Dictionary, the notion of deontology has the following meaning: 'The totality of the rules of conduct and ethical obligations of a profession' (Explanatory Dictionary of the Romanian Language). From another point of view, deontology means a set of norms, rules and principles which have their source in the moral foundations of the individual and which positively influence the entire professional activity of the individual. Analysing the definition of deontology from various sources, we deduce that deontology focuses on the observance of certain norms, rules and principles by various people (accountants, lawyers, etc.).

The deontological aspect differs from one profession to another, depending on the specifics of the activity. In the context of this research we focus on the ethical aspects applied in accounting. Deontology in accounting refers to a set of rules and principles that professional accountants must respect in the practice of their profession.

Accountants have a duty to comply with ethical rules and principles in order to be able to provide their services to a high standard. At the same time, compliance with these principles also influences the accountant's reputation. If the accountant does not respect these rules and principles he will be sanctioned according to national law. If the accountant has violated these rules and principles unintentionally, he/she must inform his/her superior (the Director General) in order to prevent various consequences.

On the basis of the above, we note the correlation between ethics and deontology, which is very close, in that both follow the principle of transparency and integrity of the accounting professional. At the same time, these two concepts differ to some extent from each other. Deontology outlines the formal framework, as well as the concrete rules imposed by the organisation, to which the young accountant must be guided in order to deal effectively with a possible ethical problem. On the other hand, ethics is not so narrow, it lays the foundation for moral rules and standards by establishing much broader principles or values that underpin deontology. For example, values such as responsibility, honesty, integrity, etc., are ethical aspects that every accountant should be guided by in his or her professional and private life. This only becomes possible if the person has a strong sense of values and is as aware as possible of the consequences of not respecting moral rules. In the context of accounting, morality

is one of the key factors contributing to maintaining an accountant's image of integrity and professionalism. So, studying these concepts will not only raise the status of the individual, but also of the firm itself.

Conclusions

Following the study made above, we have concluded that in order to train the future professional accountant, the basic pivot is the code of ethics or the code of ethics, because, by studying them, it is ensured the development of specialists in the field, specialists of integrity, responsible, honest, who will make a valuable contribution to the firm and society. We have also observed the interconnectedness of these two concepts in the field and have deduced that in addition to extensive technical knowledge, it is crucial to respect ethical standards. Assuring the prosperity of the financial market, we assert that the study of ethics and deontology underpins a successful career in accounting.

BIBLIOGRAPHY

1. Abbott, A., (1983), Professional Ethics, Chicago, USA: American Journal of Sociology
2. Cucoşel, C., (2007), Importanţa eticii şi calităţii în activităţile profesioniştilor contabili, Chișinău, Republica Moldova Revista ECONOMICA nr.3 (59)
3. Consiliul pentru Standarde Internaţionale de Etică pentru Contabili (IESBA), (2013).
4. Manualul de reglementări internaționale de educație, Ediția 2019, Disponibil: https://ceccar.ro/ro/wp-content/uploads/2021/12/HANDBOOK-OF-INTERNATIONAL-EDUCATION-PRONOUNCEMENTS-RO.pdf
5. Dobroțeanu, C., Dobroțeanu, L., (2007), *Audit intern,* București, România: Ed.InfoMega
6. Dicționarul explicativ al limbii române https://dexonline.ro/definitie/etica
7. Dicționarul explicativ al limbii române https://dexonline.ro/definitie/deontologie.
8. Lungu, V., (2011), *Etica profesională: Suport de curs*, Chișinău, Republica Moldova: CHISINAU 2011
9. Popa, M., (2006), *Etica afacerilor şi managementul*, Cluj-Napoca, România: Casa Cărţii de Ştiinţă
10. Toma, M., Potdevin, J., (2008), *Elemente de doctrina si deontologie a profesiei contabile*, București România: Ed.CECCAR
11. https://www.mpublic.ro/ro/content/cod-deontologic.
12. https://ro.scribd.com/document/538405089/Deontologie-contabila.

Student PhD:
Veronica Munteanu
Specialty: Accountant
Supervisor:
Ruslan Harea,
Doctor of Economic Sciences, Associate Professor,
harea.ruslan@ase.md,
Academy of Economic Studies of Moldova

CONTROL, ACCOUNTING EXPERTISE AND CREATIVE ACCOUNTING: CONCEPTUAL ASPECTS

Keywords: control, accounting expertise, investigation, creative accounting

Abstract: In this article, the author broadly approaches the concepts of auditing and accounting, tax evasion and creative accounting. The need for a conceptual approach and a literature review on the subject lies in the importance of tertiary knowledge as a key tool in the practice of accounting at a professional level. The aim of the research is to provide a detailed theoretical basis with reference to the above-mentioned concepts, given the fact that the process of control and accounting expertise without a good terminological perception acquires a null significance in the investigation of creative accounting practices, which can also turn into tax evasion. In carrying out the research, the author used as a methodological support the literature, both national and international, which is the essential method to achieve the purpose of the research. The results of the study, provide a theoretical-conceptual basis with reference to the notions of control, accounting expertise and creative accounting, which is the first step in ensuring a successful accounting investigation.

Introduction

In a market economy where all sectors of activity are undergoing a galloping transformation, prosperity and success in every branch of the economy is inconceivable without the accounting service and its efficient management. Accounting and the information it provides have now become indispensable not only to every entity, but also to external users such as tax authorities, financial institutions, investors, etc.

Although, by default, the main objective of accounting is to present authentic and accurate information on the economic reality of entities, accounting nevertheless offers space for 'creativity' and 'drawing' of the financial position, due to the variety of methods and procedures it provides, and to the equivocal legislative rules. In recent years, the so-called 'modelling' of accounting information is increasingly implemented and provides accounting professionals with a niche to cleverly exploit legislative gaps or inaccuracies, but sometimes it is abused and there is an intentional or less intentional risk of crossing the legality barrier.

As a result, in order to identify creative accounting and to detect illicit accounting practices that generate tax offences, it is essential to apply various methods of control and accounting expertise, the complexity of which has increased historically and is constantly evolving, and the importance of conceptual knowledge of related concepts is paramount in professional activity.

The aim of this article is to present a structured knowledge of the concepts of control, accounting and creative accounting.

In order to achieve the proposed goal, the author used as a scientific-methodological basis the studies of national and international researchers on the topic. Among the authors who have conducted research in the field are Grumeza D., Graur A., Tuhari T., Mihaila S., Erhan L., Ghita M., Belverd E. and others.

At the same time, in order to achieve the aim of the research, the author used several research methods such as analysis and synthesis, induction and deduction, logical reasoning and so on.

In this context, we point out that it is important and topical today to pay more attention specifically to the conceptual presentation of control, accounting expertise and creative accounting, as the first stage of a broad process of investigating "accounting laboratories".

Results and discussions

In order to define control and accounting expertise it is relevant to take a foray into the etymology of the words "control" and "expertise" themselves. The origin of the word "control" is based on the expression "contra rolus", by which is meant "the verification of a duplicate document after the original" (Ghita, M., 1995). According to the definition provided by the explanatory dictionary of the Romanian language, we find "control" defined as the permanent or periodic verification of an activity, a situation, etc., in order to monitor its progress and take measures for improvement (Dex).

In the literature, the concept of accounting control is most often approached in terms of its typology. Figure 1 summarises the forms of control that can be applied to accounting information.

According to Professor Tuhari T., internal control consists of a set of policies and procedures adopted by management to ensure the efficient organization of economic activity (Tuhari ,T., 2013).

In the book of American economists Belverd N., Anderson R. and Caldwell J. "Basic Principles of Accounting", the term management control is traditionally defined as the set of policies and techniques used by management to safeguard the firm's assets and to ensure the accuracy and reliability of accounting records (Belverd, E., Anderson, R., Caldwell, J., 2000).

Figure 1.
Forms of financial and accounting control

Source: Author's contribution.

External auditing is usually carried out by firms that provide accounting services and are authorized to do so. External control comprises the examination of financial accounting information within a firm by authorized third parties (approved auditors) and persons of integrity from outside the audited company.

Tax control, although carried out by persons from outside the entity, however, this type of financial-accounting control is a distinct form because it is carried out by state institutions, in the case of the Republic of Moldova it is carried out by the State Tax Service. Researcher Stahovschi A., defines tax control as a tool to combat economic crimes, prevent and combat tax evasion and fraud (Stahovschi, A., 2016).

It should be noted that although it comprises several forms and classifications, financial-accounting control is characterized by five general functions set out in Figure 2.

The preventive function of the control is the processes of pre-empting certain deficient accounting events. This function can only be achieved by timely identification of phenomena/actions that generate negative results and their eradication by implementing preliminary measures.

The regulatory function is based on coordinating and synchronizing the actions of the subjects of the financial year. The regulatory function aims at regulating economic activities and taking the necessary measures to maintain (regulate) financial positions.

The coercive function includes highlighting errors committed and imposing ways of removing them with the application of sanctions, depending on the situation and the bodies carrying out financial and accounting control. At the same time, this function indicates that financial and accounting control does not end directly with the detection of errors, but also extends to the process of their removal.

Figure 2.
Functions of financial and accounting control

Source: Adaptation after (Mihaescu, S., 2005).

The attestation-certification function usually refers to the standard documentation produced after the control. In order for this function to be performed, the results of the financial and accounting control must be recorded in official documents, signed and certified where appropriate, confirming the authenticity of the reports drawn up.

The forecasting function is based on a forecast of the financial and accounting trends of the audited institution.

It should be noted that in addition to the financial-accounting control mission and the performance of their functions, accounting expertise also intervenes in parallel, which is also based on the control process and is one of the key factors in ensuring the integrity of ownership and the accuracy of accounting information. The Romanian explanatory dictionary defines "expertise" as "an investigation of a technical nature carried out by an expert, at the request of a court or prosecution body or of the parties, on a situation, problem, etc., the clarification of which is of interest for the resolution of the case" (Dex). In the publications of the researcher Grumeza D. (Grumeza, D., 2016) we find accounting expertise defined as:

- "the task entrusted to a chartered accountant to audit the books, financial statements and supporting documents of an economic operator in order to provide interested parties with the necessary data or to present to the courts the information needed to reach an informed decision on a lawsuit or a challenge brought before it;

• a form of scientific research carried out with a view to clarifying how certain facts, circumstances and situations of an economic and financial nature are reflected in documents, technical and accounting records;

• -specialised activity". Thus, in view of the above, we determine that accounting expertise plays an important role in the financial activity of entities. Often, expert accounting reports play a decisive role in decisions taken by the courts, but also in decisions taken by users of financial information (in the case of out-of-court expert opinions). The role of expert accounting in elucidating the material truth certainly becomes indisputable for any natural or legal person when the risk of losing a court case or a potential investor arises.

It should be noted that the carrying out of the accounting expertise and the application of specific procedures is impossible without the concomitant or parallel carrying out of the financial control. There is direct interdependence between auditing and accounting expertise, which means that auditing and accounting expertise interfere with and complement each other in resolving disputes.

The main differences and similarities between the audit and forensic accounting processes are set out in Table 1.

Table 1.
Differences and similarities between audit and accounting expertise

Differences	Similarities
1. From an organisational point of view, the control bodies can be permanent employees, audit companies, tax inspectors, but in the case of expert appraisal, this is only carried out by an accountant appointed by the legal bodies or chosen by the contracting party for a limited period of time; 2. Inspection tasks constitute their own workload for inspection bodies, whereas experts carry out expert assessments outside their normal working hours; 3. The control activity may be of a permanent nature, whereas expertise is carried out only when necessary; 4. The inspection bodies have access to any documents they deem necessary, whereas the expert only has access to the documents entrusted for examination or, where appropriate, to other documents with the approval of the competent body; 5. The inspection body may cover the entire financial and economic activity and the experts are limited to a specified period; 6. The inspection report can serve as a starting point for litigation and the expert report serves as evidence; 7. The inspection body may act as a witness in a trial, whereas the capacity of expert is incompatible with that of witness; 8. The inspection finds irregularities, the expertise confirms or refutes them.	1. Both control and expertise activities are aimed at protecting the integrity of the entities' assets; 2. Both activities are carried out by highly qualified professionals with integrity; 3. Both sides use the same source of investigations and methods; 4. Both processes are based on the same economic and financial legislation.

Source: Adaptation after (Ulian, G., Ciprian, I., 2012).

In the context of the literature review, the definition of the concept of financial accounting control and expertise, it is relevant to briefly define the terms creative accounting and tax evasion. The

importance of the terminological approach to these two concepts lies in the axiom that financial control and accounting expertise are the main tools for combating economic crime and determining cases of creative accounting.

The concept of creative accounting is understood to mean the application of accounting techniques and methods (reflection, recording in the accounts, consolidation, etc.) aimed at 'embellishing' the company's results for the sake of managerial interests. In the case of creative accounting, there is no evidence of illegal activity. In itself creative accounting is the "shaping" of accounting reality without prejudicing state bodies and managerial interests. In the literature, creative accounting is described as the practice of lawful tax evasion. Essentially, accounting practitioners who apply 'creative accounting' are very familiar with the laws and regulations and apply loopholes or inaccuracies in the law to the economic benefit of the entity. However, in defining the concept of creative accounting, some questions may arise: "Why does creative accounting arise anyway?", "What is its role?", "Isn't creative accounting the same as tax evasion?". The answer to these questions can be found by looking at the managerial requirements of the entity. As long as managers are challenged to achieve certain performance indicators, they will require the accounting department to "adjust" the financial realities. However, as long as the figures are modelled in the accounting laboratory according to managerial requests, but the reality concerning the obligations to the budget is not affected, we can conclude that its application is not an illegal action. At the same time, if we relate 'creative accounting' to the principles of accounting ethics, in our opinion this practice detracts from this aspect. It should be noted that once the threshold of legality is intentionally or less intentionally crossed by applying creative accounting, it becomes tax evasion or fraud.

In his work, "Tax accounting", Graur A. defines tax evasion as the totality of lawful and unlawful procedures by means of which those concerned evade all or part of their wealth from the obligations provided for by tax legislation (Graur, A., Bucur, V., 2016).

Generalising, we note that both creative accounting and tax evasion produce certain economic effects, as shown in Table 2.

Table 2.
Economic effects of creative accounting and tax evasion

Creative accounting	Tax evasion
- Increase or decrease of items in the Profit and Loss Statement (income and/or expenses)	- Economic effects (lower taxes leading to stagnation of economic development)
- Increase or decrease in Liabilities and Assets	- Social effects (reduction of the budget reduces the state's power to invest in providing compensation, facilities, etc.)
- Adapt the information presented in the Notes to the Balance Sheet	- Effects on the formation of state revenue

Creative accounting	Tax evasion
- „Ingenious" development of Accounting Policies and internal documents	- Political effects

Source: Adaptation after (Mihaila, S., Erhan, L., 2015).

At the same time, the conceptual approach presented in the paper on financial-accounting control and expertise, creative accounting and tax evasion is a first link in the correct perception of these accounting phenomena and in the professional practical application of the procedures related to the subject.

Conclusions

Accounting control and expertise are key factors in the effective financial management of a business. These two elements are the backbone of fair accounting, particularly as rapid economic change provides scope for the emergence of creative accounting, which can sometimes turn into malpractice. Thus, by combining the stringency of accounting control and expertise with the plasticity offered by creative accounting, any entity can ensure that all economic activity, and indeed all accounting activity, is managed efficiently and within legal limits.

BIBLIOGRAPHY

1. Belverd, E. Needles Jr., Henry, R. A., James, C. C. (2000). Principiile de bază ale contabilității [Principle of Accouting] . Chișinău: ARC [in Romanian].
2. Dictionarul Explicativ al Limbii Române [Explicative Dictionary of the Romanian Language]. Retrieved from https://dexonline.ro/definitie/control [in Romanian].
3. Ghită, M. (1995). Controlul financiar componentă a mecanismului economiei de piaţă [Financial control as part of the market economy mechanism], Craiova: Universitaria [in Romanian]..
4. Graur, A., Bucur V. (2016). Contabilitatea impozitelor [Tax accounting]. Chișinău: ASEM [in Romanian].
5. Mihăescu, S. (2005). Rolul controlului financiar în mangementul general al firmelor [The role of financial control in the general management of companies].Iași: Analele Universității Al. I. Cuza, 322-328 Retrieved from http://anale.feaa.uaic.ro/anale/resurse/44%20Mihaiescu%20S Rolul%20controlului%20financiar%20in%0managementul%20general%20al%20firmelor.pdf [in Romanian].
6. Grumeza, D. (2015). Expertiza contabilă [Accounting expertise]. Chișinău: Foxtrot [in Romanian].
7. Mihaila, S., Erhan, L. (2015). Poziționări și evoluții în contabilitatea creativă [Positionings and developments in creative accounting]. Chișinău: Analele ASEM. 89-95. Retrieved from https://ibn.idsi.md/sites/default/files/imag_file/Pozitionari%20si%20evolutii%20in%20contabilitatea%20creativa.pdf [in Romanian].

8. Ștahovshi, A. (2018). Controlul fiscal- instrument de combatere a infracțiunilor economice [Tax control - a tool to fight economic crime].. Chișinău: Conferința Paradigme moderne în dezvoltarea economiei mondiale și naționale. 197-202. Retrieved from: https://ibn.idsi.md/sites/default/files/imag_file/93-98_1.pdf [in Romanian].
9. Tuhari, T. (2013). Contabilitatea și controlul intern [Accounting and internal control]. Chișinău: Analele UCCM 2013, 144-148 Retrieved from: https://ibn.idsi.md/sites/default/files/imag_file/144-148_36.pdf [in Romanian].
10. Ulian,G., Caprian I. (2012). Rolul, importanța și necesitatea expertizei contabile vizavi de controlul financiar [The role, importance and necessity of audit in financial control], Chișinău: Revista Științifică a USM. Retrieved from https://ibn.idsi.md/sites/default/files/imag_file/112_117%20Rolul%20importanta%20si%20necesitatea%20expertizei%20contabile%20vizavi%20de%20controlul%20financiar.pdf [in Romanian].

Student:
Oksana Stelmakh
Finance study program
Supervisor:
Izolda Skruibytė, Phd. Assoc.professor
Klaipėdos Valstybinė Kolegija / Higher Education Institution
i.skruibyte@kvk.lt

ANALYSIS OF FACTORS INFLUENCING IT COMPANIES' PROFITABILITY

Key words: profitability, external factors, internal factors, information technology.

Abstract: Profitability is the basis of any business, defining its essential nature and its ultimate objective. In essence, profitability indicates an enterprise's capacity to create a revenue balance over its expenses, thus reflecting its overall financial health and capability. This critical financial statistic stimulates enterprise goals, attracts investors, and provides the foundation for a sustainable future. Profitability is a signal for investors, but it goes beyond statistics. It includes an enterprise's long-term viability, operational efficiency, and potential for growth.

This study aims to give comprehensive analysis of the variables that are critical to achieving profitability in the IT area. The study attempts to give a comprehensive, analytical, and pragmatic knowledge of enterprise profitability by combining empirical research with real-world case studies.

The research shows the way for organizations in the IT sector to utilize their technological expertise in concert with intelligent financial tactics, resulting in continuous profitability in a dynamic marketplace.

Introduction

Profitability is the base of every enterprise, determining its entire nature and purpose. At its most basic, profitability reflects the ability of an enterprise to create more money than it spends, demonstrating its overall financial health and performance. This financial indicator provides a model for corporate strategy, attracting investors, and maintaining a sustainable future. Various research' findings highlight the broad importance of profitability, highlighting its role in performance evaluation, investment risk, and working capital management, among other things. (Anggraini, 2022). Profitability measures such as Return on Assets (ROA), Return on Equity (ROE), and Return on Sales (ROS) are frequently used in an enterprise's financial statements to give insight into its performance (Masztalerz, 2019). A high ROA shows that an enterprise is effective in using its assets to generate profits, indicating to shareholders that the organization is well-managed (Ajay, Swati, and Santosh (2020). Furthermore, in the constant evolution of finance, these ratios act as benchmarks, allowing

businesses to compare their performance to competitors in the sector and make qualified choices. Increased profitability may reduce risk perceptions, making an enterprise attractive to potential shareholders. This link highlights the importance of profitability in establishing the investment environment, dictating capital flows, and affecting enterprise values (Kangarluei, Motavasel, and Sharifi 2012).

Research aim is to analyze the internal and external factors that influence profitability of the IT company and provide insights and strategies of improving its profitability.

Research tasks:

1. To analyze internal factors influencing companies' profitability.
2. To analyze external factors influencing companies' profitability.
3. To analyze of opportunities for profitability enhancement.

Research methods: analysis of scientific articles, comparison and summary.

1. Definition and importance of profitability

As a fundamental concept in finance, profitability represents an enterprise's ability to make earnings relative to its expenses and other relevant costs incurred over a certain period. It is a critical indicator used by investors, stakeholders, and management teams to assess the overall health and efficiency of an organization. It has a significant impact on capital budgeting, investment, and long-term strategic planning decisions. In essence, an enterprise's profitability determines its potential for growth, sustainability, and the value it provides to its stakeholders (Melicher and Norton, 2017).

Profitability, in its most basic form, refers to an enterprise's capacity to generate a financial return or profit from its operations. It denotes the effectiveness with which an enterprise's resources, both financial and operational, are used to make a profit over expenses (Van De Ven and Fano, 2017). The notion can be further subdivided into several metrics and ratios that provide a more granular perspective of an enterprise's financial performance, such as "Profitability Ratios" that assess operational efficiency in respect to various financial measures (Brîndescu-Olariu, 2016).

Understanding profitability via both of these lenses — accounting and finance — provides a comprehensive picture of an enterprise's health and capacity for development and sustainability. Profitability, while a simple idea, may be measured using a variety of measures and ratios, each of which provides a unique perspective on an enterprise's financial success. The main indicators are: gross margin (profitability), cost of sales and revenue ratio, net profit ratio, return on assets (ROA), return on equity (ROE), return on fixed assets, return on current assets, financial independence ratio, return on liabilities. While these ratios provide separate insights, they jointly give a full picture of an enterprise's profitability situation. Profitability, frequently referred to as the "heartbeat" of any organization, is critical in assessing an enterprise's overall health and survival. Its significance extends

beyond numbers to the heart of corporate operations, strategy formation, and stakeholder expectations.

In essence, profitability is more than a financial indicator; it is the lifeblood that keeps enterprises running, creates strategy, and affects perceptions. Understanding and optimizing profitability is critical for long-term success and sustainability in an ever-changing corporate context (Valderrama, 2022). Profitability is a critical component of business finance. It is more than a measure; it reflects an enterprise's operational savvy, strategic intelligence, and adaptability in the face of market fluctuations (Blyth, 2014). Profitability is a guiding compass for businesses, influencing plans, steering decisions, and assuring the enterprise's longevity and viability in a competitive marketplace (Van De Ven and Fano, 2017).

2. Internal factors influencing companies' profitability

Profitability, while an important sign of an enterprise's financial health, is influenced by a number of internal and external factors. Understanding these drivers is critical for companies navigating the complicated environment of market dynamics and operational issues (Jonick, 2017).

A wide range of factors, both inherent to the enterprise and extrinsic in the form of external market dynamics, influence an enterprise's profitability. These elements can be divided into two categories: internal and external. Internal factors frequently include elements such as operational efficiency, management decisions, and organizational structure, all of which have a direct impact on the bottom line of the enterprise. The main internal factors influencing companies' profitability are:

Operational efficiency. At its foundation, operational efficiency refers to an enterprise's ability to offer goods or services to its consumers in the most cost-effective way possible. It entails optimizing procedures, resource use, and workflows in order to obtain maximum output with little input. The importance of operational efficiency is substantial since it is directly related to an enterprise's profitability. Efficient operations often result in lower costs, faster turnaround times, and higher levels of customer satisfaction, all of which can help an enterprise's bottom line (Melicher and Norton, 2017).

Inefficiencies in operations, on the other hand, can decrease profitability. Process waste, bottlenecks, and redundancies can drive up expenses and reduce an enterprise's overall value proposition. In a competitive enterprise environment with thin margins, even slight inefficiencies can have a significant influence on profitability (Jonick, 2017).

For businesses, attaining operational efficiency is a continuous process rather than a one-time event. Continuous monitoring, process improvements, and flexibility to changing market conditions are all required. In summary, operational efficiency is a critical factor in sustaining long-term profitability and a competitive advantage in the marketplace (Jonick, 2017).

Management and strategy. Management decisions and strategic planning are critical in determining an enterprise's financial trajectory. Effective leadership, when combined with a clear strategic vision, may pave the way for operational efficiencies, educated risk-taking, and long-term growth, all of which benefit the bottom line (Crane, 2017).

A well-defined strategy serves as a road map for enterprises, aligning short-term actions with long-term goals. Everything from market positioning to product development to resource allocation is covered. Good management ensures that this strategy is carried out smoothly, adjusting to changing market circumstances and optimizing resources for optimum profit.

Poor decision-making, a lack of strategic clarity, or a misalignment between management actions and corporate goals can all have a significant negative impact on profitability. Mistakes like this can result in operational inefficiencies, missing market opportunities, or even reputational damage, all of which can eat into profit margins (Melicher and Norton, 2017).

In essence, while numerous factors influence an enterprise's profitability, management decisions and strategic planning play the most important role. In a complex corporate landscape, they serve as the guiding force, driving the organization toward profitability and long-term sustainability.

Cost structure and pricing. The cost structure and pricing strategies of an enterprise have a substantial impact on its profitability in the intricate web of business finance. The cost structure describes an enterprise's costs, whether fixed or variable, and has a direct impact on price decisions (Ehrhardt and Brigham, 2011).

An enterprises pricing strategy, on the other hand, is a synthesis of several aspects such as production costs, competitive price, and market perception of value. While competitive pricing might help you gain clients and market share, you must strike a balance. Pricing that is too low can erode profit margins, while pricing that is too high will turn off potential customers (Crane, 2017).

Understanding the relationship between cost structure and pricing is also important. An enterprise with a lower cost structure is able to implement competitive pricing while keeping strong profit margins. To justify higher costs and ensure profitability, an enterprise with a high-cost structure might have to concentrate on value-added services or premium goods (Ehrhardt and Brigham, 2011).

In essence, the delicate but critical balance between cost structure and pricing. Enterprises that can successfully navigate this equilibrium are better positioned to maximize profits in a competitive market landscape.

Innovation and product development. In today's ever-changing corporate market, innovation is important for establishing and retaining an edge over competitors in IT sector. Companies can create novel products, services, or procedures that cater to emerging market needs or streamline existing operations by encouraging innovation (Melicher and Norton, 2017).

Product development, an example of innovation, comprises designing and introducing new products or redesigning current ones to meet changing consumer tastes or enter new market niches. While successful product development can greatly increase income and market share, it is not without dangers. The hurdles range from significant upfront expenses, probable failure in the market, to the complexities of ensuring the product corresponds with the enterprise's brand and vision profitability (Ehrhardt and Brigham, 2011).

Furthermore, market distinction, another result of innovation, enables enterprises to command premium pricing and create brand loyalty, hence increasing profitability. However, IT companies must constantly innovate and adapt because today's unique product or service may swiftly become tomorrow's industry standard (Johnson et.al., 2014).

In essence, while innovation and product creation provide profitable prospects for growing profitability, they also provide unique hurdles. Astute businesses strike this equilibrium, relying on innovation to assure long-term growth and profitability.

Operational efficiency, management and strategy, cost structure and pricing, innovation and product development are all internal elements that influence an enterprise's profitability. The focus on operational efficiency is on improving processes to maximum output with little input, which is critical for cost reduction and customer satisfaction. Management choices and strategic planning are critical in connecting an organization's short-term activities with long-term goals, guaranteeing operational efficiency, and encouraging long-term growth. The cost structure and pricing tactics have a direct influence on profitability, requiring a fine balance to remain competitive while maintaining good profit margins. Innovation and product development provide opportunities for IT businesses to satisfy changing market needs, but they also present distinct problems that necessitate a systematic strategy to avoid risks and maintain profitability.

3. External factors influencing companies' profitability

Companies' profitability is influenced by a number of macroeconomic, political and market factors in which companies operate, which are called as external factors. External factors, ranging from market demand to competition to larger economic conditions, have a substantial impact on how organizations navigate and adapt to maintain long-term profitability. Recognizing and comprehending this conflict is critical for organizations as they strategy to maximize profit margins in an ever-changing landscape (Melicher and Norton, 2017). The main external factors, influencing companies' profitability are:

Consumer behavior and market demand. The fluctuation of market demand has a significant impact on an enterprise's profitability. Market demand, at its heart, reflects the needs of customers,

preferences, and purchasing behaviors, and changes in this demand can have an immediate effect on an enterprise's bottom line.

Consumer behavior, a key aspect of market demand, reveals how people choose, purchase, and use products and services. Understanding this behavior enables businesses to customize their offerings to match or even surpass consumer expectations. Additionally, it provides opportunities for market segmentation, targeted marketing, and product differentiation, all of which can increase profitability (Dicu, Bondoc and Popescu, 2019).

However, the interaction between market demand and consumer behavior is complex. While high demand may increase sales and profits, constantly changing customer preferences might offer difficulties. To stay ahead of the curve, IT companies must be agile, adapting to these changes and constantly innovating.

Furthermore, consumer behavior is influenced by a variety of elements, including cultural and societal influences as well as economic conditions. Deciphering these behaviors and aligning their tactics properly might be critical for enterprises in preserving a competitive edge and guaranteeing long-term profitability in a volatile market landscape (Ehrhardt and Brigham, 2011).

Market saturation and competition. Competition is a two-edged sword in the business world. It provides challenges, but it also provides opportunity. Strong competition frequently needs innovation, encourages efficiency, and can push businesses to provide more value to customers. However, as companies compete for market share, profit margins may drop, often leading to price battles or greater marketing and promotion spending.

Market saturation impacts the dynamics even more. When a market becomes oversaturated with similar services, it can be extremely difficult for businesses to differentiate themselves and remain profitable. Oversaturation typically results in lower prices, lower demand, and, in some situations, the necessity for enterprises to pivot to other markets or product lines.

IT companies must understand and navigate competition and market saturation. Effective strategies can use competition to speeds up growth and innovation. At the same time, recognizing the signals of market saturation early on can enable businesses to diversify, adapt, or even reconsider their value offer in order to maintain profitability in difficult conditions (Johnson at.al, 2014).

Economic conditions. The larger economic landscape invariably has an impact on an enterprise's profitability. Inflation, interest rates, and economic downturns can all have a significant impact on an enterprise's revenue streams, cost structures, and overall financial health. Inflation, for example, erodes purchasing power and can reduce consumer demand. At the same time, it could increase business costs, decreasing profit margins. Interest rates, on the other hand, have an impact on borrowing costs. High interest rates can make financing more expensive, damaging investments and

plans to grow, while low rates may encourage growth but also indicate financial challenges (Ehrhardt and Brigham, 2011).

Economic downturns or recessions provide a number of difficulties. Reduced consumer spending, higher unemployment, and general economic instability can all have an important effect on profitability. Downturns, on the other hand, create opportunity for strong and flexible organizations. Those that can adapt, streamline processes, and possibly even innovate during these difficult times will be stronger when the economic tide turns (Brîndescu-Olariu, 2016). IT companies can use a variety of techniques for managing these economic issues. IT companies can reduce the negative effects of difficult economic conditions by hedging against currency and interest rate fluctuation, diversification product lines and markets, and keeping flexible operational structures.

In summary, knowing and adjusting to economic situations is crucial for businesses trying to sustain and improve profits in a dynamic global economy.

Regulatory and political environment. The regulatory environment has a significant impact on corporate operations. Regulatory changes, which are frequently prompted by political and societal forces, can have a huge impact on how organizations operate, influencing everything from compliance expenses to market access. Such changes can have a direct impact on profitability, either by imposing extra costs or by increasing or decreasing market opportunities.

Political stability, on the other side, is necessary for sustained business growth. Stable political situations are frequently associated with predictable regulatory environments, allowing enterprises to plan for the long term and invest with confidence. Political unrest, on the other hand, might result in unexpected regulatory changes, market volatility, and higher commercial risks. Businesses may struggle to maintain profitability in such situations due to unpredictability and the possibility of abrupt policy shifts that change their operational dynamics (Jonick, 2017).

Essentially, the laws and political climate are inextricably linked to corporate growth. IT companies that stay on top of changes in regulations, practice proactive compliance, and consider the political environment of their operations countries are better positioned to overcome problems and capitalize on opportunities, assuring long-term profitability in a volatile global economy.

Profitability, the lifeblood of any enterprise, is influenced by a plethora of internal and external factors. Each aspect has an important role in defining an enterprise's bottom line, from the complexities of operational efficiency, management strategies, and cost structures to the broad strokes of market demand, competition, and economic conditions.

The difference between internal and external factors shows the complex, interconnected structure of corporate operations. While internal elements such as innovation and product development can drive growth, external factors such as regulatory changes and political stability can either help or hurt profitability (Melicher and Norton, 2017).

Understanding the complex structure of connections is critical for organizations. It provides the foundation for effective strategy formulation by providing insights into market dynamics, consumer preferences, and future problems. Staying on top of these elements and reacting accordingly is not only important in a fast-changing global corporate environment; it is also necessary for long-term success and sustainability (Ehrhardt and Brigham, 2011).

In essence, the way to long-term prosperity is multidimensional, involving a comprehensive understanding of both internal and external market factors. IT companies that achieve this balance are better positioned to solve problems and gain opportunities in today's fast-paced business world.

Consumer behavior and market demand, market saturation and competition, economic conditions, and the regulatory and political environment are all external elements that have a substantial influence on an enterprise's profitability. Understanding customer behavior allows organizations to manage their offers to meet or exceed consumer expectations. While competitiveness stimulates innovation and efficiency, it can decrease profit margins, particularly in overfilled sectors. Inflation, interest rates, and economic downturns all have a direct influence on revenue streams and expense structures, affecting total profitability. Finally, the regulatory and political environments have an impact on operating costs and market access, with regulatory changes and political stability being critical for long-term profitability. These external variables highlight the need of enterprises being adaptable, inventive, and proactive in planning for long-term success in a volatile market landscape.

4. Analysis of opportunities for profitability enhancement

Operational efficiency is critical for increasing profitability since it has a direct influence on IT Enterprise's cost structure and service delivery. Here is an analysis and recommendation for simplifying operations to increase profitability:

Evaluation of current operational processes:

- *Process Mapping:* A complete study that includes connecting out all operational processes might reveal bottlenecks, redundancies, or areas that need to be optimized. Understanding how operations run from product creation to delivery might aid in identifying inefficiencies.
- *Technology Utilization*: Examining how current technologies and infrastructure are being used can offer insight into whether they are being used to their maximum potential for operational efficiency.
- *Key Performance Indicators:* Analyzing performance measures like processing time, error rates, and client response times may help you determine how successful and efficient your present processes are.

Operational Streamlining Suggestions:

- *Automation and Digitization:* Automation and digitalization can help to decrease manual mistakes, speed up operations, and free up precious human resources for more important

activities. Automation of typical processes like as data input, scheduling, and reporting, for example, can improve efficiency.

- *Principles of Lean Management:* Adopting lean management concepts may aid in the elimination of waste, the reduction of process times, and the optimization of resource use. This covers strategies such as Just-In-Time inventory, Kaizen (continuous improvement), and value stream mapping.
- *Technology Improvement:* Modern, more efficient technology can help to simplify processes. For example, using cloud computing for improved data management, AI and ML for predictive maintenance, and sophisticated analytics for real-time decision-making may all contribute to operational excellence.
- *Professional Development and Training:* Investing in personnel training and development can improve operational efficiency. A well-trained workforce may make greater use of technology, follow operational best practices, and contribute to process improvements.
- *Collaboration with Suppliers and Partners:* Building excellent relationships with suppliers and partners may lead to more efficient operations. This involves coordinating supply chain activities, communicating demand estimates, and working together to optimize processes.

IT companies may greatly improve its operational efficiency by carefully examining its present operational procedures and applying the recommendations. A more efficient operation can result in lower operating expenses, faster service delivery, higher satisfaction among clients, and, eventually, higher profitability. This proactive approach to operational efficiency may result in a competitive edge in the continually changing technology business.

Cost Management: Effective cost management is critical for sustaining and increasing profitability, particularly in a market that is highly competitive.

Examination of Current Cost Structures:

- *Analysis of Fixed and Variable Costs:* A detailed examination of fixed and variable costs can offer a deeper view of IT Enterprise's cost dynamics. Understanding how these expenses behave in response to operational and market changes is critical for efficient cost management.
- *Assessment of Overhead Costs:* Overhead expenditures, including as administrative, marketing, and sales expenses, can be evaluated to identify areas for possible reductions. It is critical to compare these expenses to industry norms in order to discover any anomalies.
- *Evaluation of Supply Chain Costs:* Evaluating the expenses connected with the supply chain, from procurement through distribution, might provide cost-cutting options. This involves investigating supplier contract terms, shipping expenses, and inventory carrying costs.

Recommendations for Cost-Cutting Measures:

- *Process Optimization:* Simplifying operational procedures can result in considerable cost savings. Clean concepts, which are used to minimize waste and enhance process efficiency, can have a direct influence on cost management.
- *Supply Chain Management:* Cost savings may be achieved by optimizing supply chain operations by negotiating better terms with suppliers, using just-in-time inventory management, and utilizing technology for supply chain visibility.
- *Energy Efficiency:* Using energy-efficient practices and technology can help you save money on your power bills. This involves improving data center operations, using energy-efficient technology, and utilizing renewable energy sources.
- *Automation and Digitization:* By automating routine, manual procedures, labor costs can be reduced while accuracy is improved. Digitization can also result in paperless processes, saving money on printing, storage, and document management.
- *Outsourcing Non-Core operations:* Outsourcing non-core operations such as cleaning services, cafeteria services, or even some IT services might result in cost reductions while not jeopardizing IT Enterprise's key skills.
- *Cost Monitoring and Control:* Putting in place a strong cost monitoring and control system may give real-time insights into cost habits and variations. This allows for quick corrective steps to maintain expenses within financial constraints.

IT Enterprise's cost structures may be significantly optimized by careful evaluation and execution of cost-cutting methods. IT companies can increase its profitability by establishing a culture of cost-consciousness and constant improvement, assuring a stable financial footing in a volatile market landscape.

Conclusions

The article digs deep into the theoretical field to discover indicators important for profitability evaluation, such as Return on Assets (ROA), Return on Equity (ROE), and Return on Sales (ROS). While these metrics look simply, they give a detailed picture of an enterprise's performance, showing details about the effectiveness of how assets and equity are managed to generate earnings. These indicators, that serve as markers in the dynamic financial environment, allow enterprises to compare their achievements to industry standards, allowing for more informed decision-making taking into account external and internal factors as well. Understanding and optimizing profitability is critical in enterprise. A key component of the research is evaluating corporate profitability metrics, particularly in the IT sector. Companies' profitability is influenced by a number of macroeconomic, political and market factors in which companies operate, which are called as external factors as well as operational efficiency, a company's management and strategy, cost structure and pricing, which are called as

external factors. Innovation and product development are crucial for IT companies to create high added value and increase their profitability. In essence, while innovation and product creation provide profitable prospects for growing profitability, they also provide unique hurdles. Astute businesses strike this equilibrium, relying on innovation to assure long-term growth and profitability.

While profitability acts as an indicator for potential investors, its effects are far-reaching, covering factors like long-term sustainability, operational efficiency, and development paths. However, an important concern comes up: in today's ever-changing economic climate, can profit indicators alone influence wise decision-making? To address this issue, the article assesses the effectiveness and importance of these ratios in today's business climate. The article illustrates techniques to increase profitability, highlighting the harmonious interaction between technology innovation and strong financial strategy.

BIBLIOGRAPHY

23. Ajay, K.P., Swati, S. and Santosh, K. (2020). *Impact of Determinants of Profitability Ratios among Private, Public and Foreign Banks in India.* International Journal of Financial Management, Vol.10 (4), 16-25.
24. Anggraini, N.T. (2022). *Analysis of Financial Statements Based on Financial Ratio and Vertical-Horizontal Method in PT Unilever, Tbk,* 2016-2017 Period. Journal of Social Science, Vol.3, No.1, 171-176.
25. Blyth, S. (2014). *An introduction to quantitative finance.* Croydon: CPI Group (UK) Ltd.
26. Brîndescu-Olariu, D. (2016). *Profitability ratio as a tool for bankruptcy prediction.* SEA - Practical Application of Science, Vol.IV, Issue 2 (11), 369-372.
27. Crane, S.P. (2017). *The five operational keys to maximizing business profitability.* Journal of Business Forecasting, Spring, 10-16.
28. Dicu, C., Bondoc, M.D. and Popescu, M.B. (2019). *A quantitative approach to profitability ratios.* Scientific Bulletin – Economic Sciences, Vol.18 (1), 57-65.
29. Ehrhardt, M.C. and Brigham, E.F. (2011). *Financial management: theory and practice.* The United States of America: South-Western Cengage Learnin. *Enhancing Business Profitability*. (2016, November). Alaska Business Monthly, 12-14.
30. Johnson, P., Iacob, M.E., Välja, M., van Sinderen, M., Magnusson, C., and Ladhe, T. (2014). *A method for predicting the probability of business network profitability.* Inf Syst E-Bus Manage, No. 12, 567–593.
31. Jonick, C. (2017). *Principles of financial accounting.* The United States of America: University of North Georgia Press.

32. Kangarluei, S.J., Motavasel, M. and Sharifi, R.M. (2012). *The Effect of Off-Balance Sheet Financing on Profitability and Leverage Ratios*. Business Intelligence Journal, January, 85-95.
33. Masztalerz, M. (2019). *Profit levels and profitability ratios reported in the communications of public companies.* Research papers of Wrocław university of economics, Vol. 63, No.4, 19- 28.
34. Melicher, R.W. and Norton, E.A. (2017*). Introduction to finance. Markets, investments, and financial management.* The United States of America: John Wiley & Sons, Inc. 16th edit.
35. Valderrama, N. (2022*). Three ways to conquer your business' profitability killers.* American Fastener Journal, January/February, 48-51.
36. Van De Ven, P. and Fano, D. (2017). *Understanding financial accounts.* Paris: OECD Publishing.

Studenci:
Adrianna Filutowska, Julia Chila,
Administracja, II rok – stacjonarne,
opiekun naukowy:
dr Jacek Stasiak
Akademia Nauk Stosowanych Stefana Batorego, Skierniewice, Polska
adrianna.filutowska@onet.pl, julia.chila@opoczta.pl

POZYSKIWANIE ŚRODKÓW EUROPEJSKICH

Słowa kluczowe: Unia Europejska, Fundusze Europejskie, wsparcie przedsiębiorców, cele Funduszy Europejskich

Key words: European Union, European Funds, support for entrepreneurs, objectives of the European Funds

Abstract: The topic of our presentation at the 2nd Student International Scientific and Practical Online Conference "Administration and management in the functioning of the modern economy and society" is "Acquiring European Funds". European Funds are financial resources used to support and restructure the economies of European Union member states. They include the European Structural and Investment Funds and other European Union funds. Part of the funds allocated to the implementation of operational programs comes from EU funds. Obtaining EU funds is very profitable from the perspective of entrepreneurs who need financial resources. Thanks to such support, they can develop and achieve their goals, increasing the position of their companies on the market. Poland is a beneficiary of the fourth perspective of the European Funds, and in the years 2021-2027 it will have at its disposal over EUR 76 billion of EU funds for cohesion policy. Polish companies, local governments, organizations and citizens will benefit from the new European Union budget. The money will be allocated, among others, to: for health care, infrastructure, climate improvement and increasing the competitiveness of our economy.

Wstęp

Fundusze Europejskie to środki finansowe wykorzystywane w celu wspierania i restrukturyzacji gospodarek krajów członkowskich Unii Europejskiej. Obejmują europejskie fundusze strukturalne i inwestycyjne oraz pozostałe fundusze Unii Europejskiej. Z funduszy unijnych pochodzi część środków przeznaczanych na realizację programów operacyjnych. Środki pochodzące z funduszy unijnych są ważnym źródłem wsparcia rozwoju przedsiębiorców, którzy potrzebują środków finansowych na sfinansowanie działań inwestycyjnych. Dzięki takiemu wsparciu mogą się oni rozwinąć i zrealizować zakładane cele, porawiając sytuacje rynkową swoich firm. Polska jest

beneficjentem już czwartej perspektywy Funduszy Europejskich, a w latach 2021-2027 będzie mieć do dyspozycji ponad 76 mld euro funduszy unijnych na politykę spójności. Z nowego budżetu Unii Europejskiej będą korzystać polskie firmy, samorządy, organizacje i obywatele. Pieniądze zostaną przeznaczone m.in. na ochronę zdrowia, infrastrukturę, poprawę klimatu czy zwiększenie konkurencyjności naszej gospodarki.

1. Jak można pozyskać Środki Europejskie?

Wszyscy obywatele korzystają z rezultatów realizacji unijnych projektów w sposób pośredni lub bezpośredni. Przedsiębiorcy mogą ubiegać się o dofinansowanie projektów inwestycyjnych. Dzięki wsparciu można rozpocząć własną działalność gospodarczą, nabyć nowe kwalifikacje lub kompetencje, odbyć staż i dzięki temu poprawić swoją sytuację na rynku pracy. Zgodnie z definicją projekt jest jednorazowym działaniem, dzięki któremu realizuje się wyznaczone cele.

Aplikując o środki europejskie, należy dokładnie przemyśleć planowaną inwestycję. Zastanowić się czy jej realizacja jest potrzebna i uzasadniona. We wniosku o dofinansowanie wymagane jest szczegółowe opisanie projektu oraz uzasadnienie, dlaczego potrzebne są pieniądze z Funduszy Europejskich. W momencie, gdy wiemy już jaki projekt chcemy realizować należy znaleźć program, z którego możemy uzyskać środki finansowe. Można wtedy skorzystać z wyszukiwarki dotacji – narzędzie, dzięki któremu potencjalny beneficjent może poszukać wsparcia dopasowanego do swoich potrzeb.

2. Fundusze Europejskie 2021-2027

Polska jest beneficjentem już czwartej perspektywy Funduszy Europejskich. Korzystała z budżetów Unii Europejskiej na lata: 2004-2006 (12,8 mld euro), 2007-2013 (67 mld euro), 2014-2020 (82,5 mld euro). W latach 2021-2027 Polska będzie mieć do dyspozycji ponad 76 mld euro funduszy unijnych na politykę spójności, czyli głównej polityki inwestycyjnej Unii Europejskiej.

Pochodzą one z następujących funduszy unijnych: Europejski Fundusz Rozwoju Regionalnego, Europejski Fundusz Społeczny+, Fundusz Spójności, Europejski Fundusz Morski, Rybacki i Akwakultury, Fundusz na rzecz Sprawiedliwej Transformacji - (zapewnia wsparcie w obszarach zmagających się z różnymi wyzwaniami gospodarczo-społecznymi wskutek działań realizowanych celem dążenia do osiągnięcia neutralności klimatycznej).

3. Na co zostaną przeznaczone środki z Unii Europejskiej?

Z nowego budżetu Unii Europejskiej będą korzystać polskie firmy, samorządy, organizacje i obywatele. Pieniądze zostaną przeznaczone m.in. na ochronę zdrowia, infrastrukturę, poprawę klimatu czy zwiększenie konkurencyjności naszej gospodarki. W ramach unijnej perspektywy finansowej na lata 2021-2027 dla Polski przewidziano m.in. 8 programów krajowych.

4. Programy realizowane w latach 2021-2027

Fundusze Europejskie na Infrastrukturę, Klimat i Środowisko

Z tego Funduszu finansowane będą inwestycje w bezpieczeństwo energetyczne Polski, rozwój odnawialnych źródeł energii, ochronę środowiska, bezpieczny i ekologiczny transport. Pieniądze przeznaczone na rozwój ochrony zdrowia, rozwój kultury i ochronę dziedzictwa kulturowego – budżet około 113 mld zł.

Przykładowe działania to: poprawa efektywności energetycznej budynków, wzrost ilości odnawialnych źródeł energii, projekty na rzecz dokończenia sieci dróg szybkiego ruchu, poprawa jakości i dostępu do podstawowej opieki zdrowotnej.

Fundusze Europejskie dla Nowoczesnej Gospodarki

Finansowane z niego będą projekty badawczo-rozwojowe, innowacyjne i zwiększające konkurencyjność naszej gospodarki – budżet około 37 mld zł.

Fundusze Europejskie dla Rozwoju Społecznego

Są to środki przeznaczone na poprawę sytuacji osób na zmieniającym się rynku pracy, zadbanie o rozwój edukacji i usług zdrowotnych. Wsparcie rodziców w opiece nad dziećmi i osoby ze szczególnymi potrzebami – budżet około 19 mld zł.

Celem programu jest m.in.: wpieranie przedsiębiorców, innych pracodawców oraz ich pracowników w obszarach kluczowych dla rozwoju społeczno-gospodarczego kraju, budowanie potencjału partnerów społecznych i organizacji społeczeństwa obywatelskiego, zapewnienie równych szans dla osób z niepełnosprawnościami, rozwój innowacji społecznych i upowszechnianie przetestowanych rozwiązań, poprawa jakości systemów kształcenia oraz rozwój edukacji włączającej.

Fundusze Europejskie na Rozwój Cyfrowy

Ich celem jest zwiększenie dostępu do ultraszybkiego Internetu szerokopasmowego i rozwinięcie e-usług – budżet około 9 mld zł.

Działania tego funduszu to zwiększenie dostępu do ultraszybkiego internetu szerokopasmowego, zaawansowane usługi cyfrowe, udostępnianie nowych e-usług o zasięgu ogólnokrajowym oraz systemów informatycznych (z obszaru zdrowia, finansów czy sprawiedliwości), cyberbezpieczeństwo - zapewnienie bezpieczeństwa wymiany danych i elektronicznego załatwiania spraw, digitalizacja i udostępnianie danych - digitalizacja, dostęp i wykorzystanie informacji sektora publicznego, dzięki czemu będą mogły powstać nowe usługi i aplikacje w oparciu o dane cyfrowe rozwiązania problemów, rozwój współpracy międzysektorowej na rzecz tworzenia cyfrowych rozwiązań problemów społeczno-gospodarczych.

Fundusze Europejskie dla Polski Wschodniej

Jest to dodatkowe wsparcie dla Polski Wschodniej. Z programu korzysta 5 województw: lubelskie, podlaskie, podkarpackie, świętokrzyskie, warmińsko-mazurskie oraz część mazowieckiego. Program

ułatwia rozwój biznesu, transportu, obejmuje też inwestycje w sieci energetyczne, ochronę środowiska i turystykę – budżet około 12 mld zł.

Fundusze Europejskie na Pomoc Żywnościową

Pieniądze przeznaczone na wsparcie najuboższych i najbardziej potrzebujących - budżet około 2 mld zł.

Fundusze Europejskie dla Rybactwa

Jest to wsparcie wspólnej polityki rybołówstwa, unijnej polityki morskiej, zrównoważonego rybołówstwa oraz ochrony żywych zasobów morza. Inwestycja w bezpieczeństwo żywnościowe i rozwój zrównoważonej niebieskiej gospodarki. Dbanie o bezpieczeństwo oraz czystość mórz i oceanów. Poprawienie skuteczności międzynarodowego zarządzania oceanami - budżet około 2 mld zł.

Fundusze Europejskie na Migracje, Granice i Bezpieczeństwo

W jego skład wchodzą 3 progamy: Fundusz Azylu, Migracji i Integracji (FAMI), Instrument Wsparcia Finansowego na rzecz Zarządzania Granicami i Polityki Wizowej w ramach Funduszu Zintegrowanego Zarządzania Granicami (IZGW) oraz Fundusz Bezpieczeństwa Wewnętrznego (FBW)

Pomoc Techniczna dla Funduszy Europejskich

Jest to realizacja działań wzmacniających potencjał beneficjentów Funduszy Europejskich oraz przedsięwzięć koordynacyjnych w obszarze Funduszy Europejskich - budżet około 2 mld zł.

16 programów regionalnych

Każde województwo posiada własny program finansujący inwestycje na jego terenie. Dzięki nim regiony będą wspierać przedsiębiorczość, dostęp do edukacji, ochrony zdrowia czy kultury. Dbają one o infrastrukturę społeczną i środowisko. Fundusze wspierają także technologie cyfrowe, energetykę oraz transport – budżet około 155 mld zł.

Programy Interreg (Europejskiej Współpracy Terytorialnej)

Programy mają charakter międzynarodowy i wspierają wymianę kulturową, współpracę naukową, biznesową i samorządową ponad granicami państw - budżet około 2 mld zł.

5. Cele Funduszy Europejskich

Największe kwoty Polska zainwestuje w infrastrukturę transportową (drogową i kolejową), ale największy wzrost wydatków nastąpi w sferze innowacyjności i wsparcia przedsiębiorców. Nadal finansować będziemy inwestycje w ochronę środowiska i energetykę, a także projekty z dziedziny kultury, edukacji, zatrudnienia czy przeciwdziałania wykluczeniu społecznemu.

Miasta wojewódzkie wraz z okalającymi je gminami otrzymają duże wsparcie na realizację wspólnych przedsięwzięć w zakresie dostępności komunikacyjnej. Ponadto fundusze sfinansują

inwestycje w miastach, zwłaszcza projekty związane z kompleksową rewitalizacją, ekologicznym transportem miejskim, gospodarką niskoemisyjną. Wymogiem UE jest również rozwój tzw. inteligentnych specjalizacji, czyli skupienie się poszczególnych regionów na wybranych priorytetach polityki innowacyjnej.

Obok bezzwrotnych dotacji Unia Europejska udostępnia także tzw. instrumenty zwrotne, czyli pożyczki i kredyty. Korzystać z nich mogą zarówno przedsiębiorcy, jak i samorządy.

6. Wysokość Środków Europejskich na lata 2021-2027

Fundusze Europejskie 2021-2027 to 72,2 miliarda euro z polityki spójności oraz 3,8 mld euro z Funduszu na rzecz Sprawiedliwej Transformacji. Środki zostaną przeznaczone na realizację inwestycji w innowacje, przedsiębiorczość, cyfryzację, infrastrukturę, ochronę środowiska, energetykę, edukację i sprawy społeczne.

Podstawowym dokumentem, który określa współpracę Unii Europejskiej z Polską, w tym zakresie jest Umowa Partnerstwa – uzgodniona z Komisją Europejską strategia wykorzystania Funduszy Europejskich. Dokument określa cele i sposób inwestowania funduszy unijnych z polityki spójności w perspektywie finansowej 2021-2027 (Kowalska I., 2020).

Wieloletnie Ramy Finansowe (WRF) - mają na celu zapewnienie dokonywania wydatków Unii Europejskiej w sposób usystematyzowany i w granicach jej zasobów własnych. Ramy ustala się na okres co najmniej pięciu lat. Roczny budżet Unii Europejskiej musi być zgodny z Wieloletnimi Ramami Finansowymi. Określają one kwoty rocznych pułapów środków na zobowiązania z podziałem na kategorie wydatków oraz rocznego pułapu środków na płatności.

Od czasu wstąpienia do Unii Europejskiej Polska ma możliwość korzystania ze środków unijnych dostępnych w ramach Wieloletnich Ram Finansowych. Poza tymi środkami, Polska i inne kraje członkowskie mogą liczyć na środki pochodzące z Next Generation EU mającego na celu wsparcie gospodarki w wyjściu z kryzysu spowodowanego pandemią COVID-19 (Sapała M., 2021).

Dofinansowania w ramach nowej perspektywy finansowej przeznaczone są na: działalność B+R+I (badania, rozwój, innowacje), wdrożenie innowacji w przedsiębiorstwach, projektowanie produktów i usług, uruchomienie biznesu, automatyzację i robotyzację, transformację w kierunku Gospodarki Obiegu Zamkniętego (GOZ), ochronę wzorów i patentów, wejście na rynki zagraniczne.

Dofinansowanie w ramach działań nowej perspektywy może otrzymać: mikro, małe i średnie przedsiębiorstwa, ośrodki innowacji, jednostki samorządu terytorialnego, miasta wojewódzkie Polski Wschodniej, partnerzy społeczni, uczelnie.

Podsumowanie

Środki pochodzące z Funduszy Europejskich restrukturyzują gospodarki krajów należących do Unii Europejskiej tak zwanych członkowskich, aby je pozyskać należy postąpić według wytycznych wymienionych w punkcie pierwszym. Z nowego budżetu będą korzystać wszyscy, a

pieniądze zostaną przeznaczone między innymi na ochronę zdrowia poprawę klimatu czy zwiększenie konkurencyjności naszej gospodarki. Wyróżniamy 11 programów, które są przydzielone na lata 2021-2027. Największe kwoty Polska zainwestuje w infrastrukturę transportową, ale największe wydatki nastąpią w sferze wsparcia przedsiębiorców i w sferze innowacyjności. Natomiast miasta wojewódzkie wraz z pobliskimi gminami otrzymają wsparcie na realizacje przedsięwzięć w zakresie dostępności komunikacyjnej. Podstawowym dokumentem określającym współpracę Unii Europejskiej z Polską jest Umowa Partnerstwa.

Summary

Funds from the European Funds restructure the economies of the so-called European Union countries. To obtain them, you must follow the guidelines listed in the first point. Everyone will benefit from the new budget, and the money will be allocated to, among others, health care, climate improvement and increasing the competitiveness of our economy. We distinguish 11 programs that are allocated for the years 2021-2027. Poland will invest the largest amounts in transport infrastructure, but the largest expenditure will be in the area of supporting entrepreneurs and innovation. Provincial cities and nearby communes will receive support for the implementation of projects in the field of transport accessibility. The basic document defining EU cooperation with Poland is the Partnership Agreement.

BIBLIOGRAFIA

1. Gasiński K., (2019), *Polska w dobie funduszy europejskich,* w:Polska na arenie międzynarodowej Wygrany rozwój czy zmarnowane szanse?, Think & Make
2. Guzik R., (2019), Uwarunkowania społeczne, gospodarcze i przestrzenne oraz wyzwania EPS 2021-2027
3. Kowalska I. , (2020*), Fundusze UE 2021–2027 w Strategii na rzecz Odpowiedzialnego Rozwoju – ujęcie normatywne,* Nierówności Społeczne a Wzrost Gospodarczy, Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego
4. Sapała M., (2021), Wieloletnie ramy finansowe na lata 2021–2027 i plan na rzecz odbudowy Unii Europejskiej – uwarunkowania negocjacji, przełomowe decyzje i perspektywa zmian, Biuro Analiz Sejmowych

Źródła internetowe

- https://www.gov.pl/web/zdrowie/jak-mozesz-pozyskac-fundusze-europejskie
- https://www.funduszeeuropejskie.gov.pl/strony/skorzystaj/jak-skorzystac-z-funduszy/
- https://eurolider.pl/artykuly/pozyskiwanie-funduszy-unijnych/
- https://www.gov.pl/web/fundusze-regiony/fundusze-ue-2021-27
- https://inteligentny-rozwoj.com.pl/index.php/fundusze-europejskie-2021-2027/

- https://www.parp.gov.pl/component/site/site/nowa-perspektywa-finansowa-2021-2027
- https://inteligentny-rozwoj.com.pl/index.php/fundusze-europejskie-2021-2027/amp/
- https://www.gov.pl/web/premier/otwarcie-nowej-perspektywy-finansowej-ue-na-lata-2021-2027---dla-polski-prawie-350-mld-zl?fbclid=IwAR1rx9bRBPC3mOi7BDxymsLkjOt72kASyclfZYX__QQCZDS1ej3yTXaZ2ts

PhD Students:
Șoimu Sergiu, Cojocaru Victor, Jieri Nicolai
Speciality: Accounting; Audit; Economic analysis
Supervisor:
Badiscu Galina,
Doctor of Economic Sciences, Associate Professor,
Academy of Economic Studies of Moldova,
Chisinau, Republic of Moldova
badicu.galina@ase.md

AUDIT OF INCOME AND EXPENSES

Key words: audit, income, expenses, audit procedures, Republic of Moldova

Abstract: The audit of income and expenses is a complex activity within entity audit engagements. At present, the issues of income and expenses auditing are not sufficiently and comprehensively investigated in the local literature. In this context, we propose to continue the existing research in the field of audit of financial statements, focusing on the audit of income and expenses and its relevance in the decision-making activity of users through a theoretical research of current audit issues. The importance and timeliness of the research is conditioned by the increased interest of auditing in business, characterised by the need for truthful, clear and complete information on the work carried out by the parties involved. The scientific approach is based on information from national and international literature and practice, specific legislative regulations and various electronic sources. The research methodology is based on the methodological tools characteristic of the social sciences, classical methods and those inherent to the economic sciences.

Basic content

Today, auditing is a process of obtaining and evaluating information objectively, systematically, in order to assess its compliance with pre-established criteria, and communicating the results to interested users. The requirement for accountability in the presentation and reporting of financial statements is increasing in the current context and is growing. The board of directors, senior management, audit committee, internal auditors need to effectively manage business risks through rigorous internal control so that income and expense transactions are presented fairly. The focus of the income and expenses audit is the Profit and Loss Statement. "The income statement characterises the financial performance of the entity and contains information on revenues, expenses and financial results. Income and expenses relating to the same economic transactions are reflected in the profit and loss statement in the same reporting period" [13, points 130-131].

In the following, we aim to present the fundamentals of the audit of income and expenses, *figure 1*.

Figure 1.

Essential and fundamental elements of an audit of income and expenses

Sourse: Own interpretation.

The main objectives of the income and expense audit itself include confirming the accuracy of the entity's accounting data for the recognition and measurement of income and expenses and verifying the legality of business transactions. Presently, audit activity in the Republic of Moldova is regulated by the Law on Audit of Financial Statements No. 271/2017, which defines the legal basis for regulating audit activities in the Republic of Moldova [9].

The audit of income and expenses is intended to support and provide security for the related transactions, to provide users of audit reports with a degree of confidence by treating risks at a high level of accuracy in line with new changes in national and international legislation. Therefore, the auditor's responsibility implies professionalism, confidentiality which he places at the service of the client, respect and ownership of the moral values described by the rules of ethics, honesty and integrity. The conduct of the audit implies the correct application of the regulations and procedures in force.

In terms of the governance mechanism, audit fulfils three main roles, namely: monitoring, reporting and assurance. Thus, "the monitoring role is the control of accounting information and its quality. Using information received from the audited client, the auditor verifies the accuracy and reliability of the accounting information that forms the basis of any decision by shareholders or other stakeholders. Ultimately, the auditor's role is to provide assurance or a verified opinion on the

accounting information" [15].

This paper is set in the context of the development and reform of accounting and auditing and focuses on a broad spectrum of issues that need to be addressed. The need for this type of study is evident for the following reasons, *figure 2*.

Figure 2.

Research motivation

Sourse: Own interpretation.

In order to analyse the audit of income and expenses, it is first necessary to examine the significance of income and expenses and their recognition, as research shows that the difficulties and peculiarities of auditing stem from the way in which they are recognised, evaluated and treated in the accounts.

The analysis of literature sources and legislative acts allows us to make a generalisation regarding the terms used to define expenditure and revenue, their recognition and evaluation. In the Republic of Moldova, the composition, the general classification of the entity's income and expenses, their recognition and measurement are regulated by the provisions of the National Accounting Standards (NAS).

According to the provisions of the NAS "Income", "income represents increases in economic benefits recorded during the reporting period in the form of inflows of assets or increases in the value of assets or decreases in liabilities resulting in increases in equity, excluding increases related to owners' contributions" [14, points 5]. The NAS "Expenses" defines "expenses as decreases in economic

benefits, recorded during the reporting period in the form of outflows, reductions in the value of assets or increases in liabilities that contribute to decreases in equity (financial result), other than those resulting from its distribution to owners" [12, points 5].

In this context, the analysis of the audit regulations allows us to note the general objectives relating to the categories of operations reflected in the turnover of the revenue and expenses accounts [11], as shown in *figure 3.*

Figure 3.

General objectives relating to categories of transactions reflected in the turnover of the income and expenses accounts

Sourse: Own interpretation.

In order to achieve the auditor's overall objectives, the auditor should use the objectives set out in the relevant ISAs for planning and performing the audit [3, points 21]. Therefore, in order to plan the conduct of an audit engagement, the provisions of the relevant legislation recommend the development of an overall audit strategy followed by an audit plan. Thus, in order to draw up the general audit strategy and the appropriate audit plan, the authors found that the following steps are necessary in the planning of an audit assignment, as shown in *figure 4.*

The generalised data in *figure 4* shows that auditors are obliged to apply the procedures laid down in the ISA. At the same time, auditors should consider the issues related to the application of analytical procedures for risk assessment [6], the applicable legislative and regulatory framework and how the entity complies with this framework as set out in ISA 250 (revised) [4], the determination of materiality as set out in ISA 320 [7]. Therefore, these requirements are recommended in the planning process prior to the identification and assessment of risks of material misstatement.

Figure 4.

Steps in planning an audit mission

Sourse: Own interpretation based on the standards listed [5, 6, 7, 8].

According to Law 271/2017, the audit entity is required to ensure audit risk. "The assurance of audit risk is directly related to material misstatements contained in the financial statements. In this context, the audit entity carries out insurance for the damage caused to the audited entity, expressing an improper audit opinion. Thus, audit entities may insure the audit risk by entering into a liability contract with the insurer for possible professional indemnity risks or by setting up provisions in the amount of 15% of the sales revenue in the reporting period of the audit" [9].

Figure 5.

Situation regarding the types of risk insurance

Sourse: developed by the authors after [2].

Figure 5 shows the trend in the types of audit risk assurance provided by audit entities. Analysing *figure 5* we can see that:

- uneven growth from year to year;
- that in 2021, 54 entities have concluded liability insurance contracts for possible professional activity risks,
- that 22 entities opted for provisioning as a means of insuring audit risk in the same year;
- that also this year, 4 entities opted both for the conclusion of liability insurance contracts for possible professional risks and for the establishment of provisions as a means of insurance against audit risk.

In order to design a good audit plan, the audit team has 5 types of tests that are used to determine whether the financial statements present a true and fair view, *figure 6.*

Figure 6.

Categories of tests used in the assessment of the true image

Sourse: developed by the authors after [10].

Therefore, before beginning the audit of revenues and expenses the auditor should familiarize himself with the accounting policies of the audited entity to determine the entity's specific practices. The authors' own view of the structure of accounting policies related to income and expenses is shown in *Figure 7.*

Thus, the auditor will necessarily compare the provisions of the accounting policies applied, the working procedures used in the audited entity with a set of pre-established rules, such as International Financial Reporting Standards (IFRS), International Accounting Standards (IAS), National Accounting Standards (NAS), internal procedures, tax regulations, etc. In this context, in order to be useful and relevant, these comparisons must be based on justifiable and verifiable information.

At the preliminary stage, all necessary data, information and documents reflecting the auditee's core business are collected. These are financial statements, tax reports, previous audit results, tax invoices, contracts concluded, documents related to labour remuneration, consumption of goods, etc. The documentation is then cross-checked.

Figure 7.

Structure of accounting policies for income and expenses

Sourse: Own interpretation.

Fields are checked for correctness and income and expenses transactions are recalculated. The results are compared with the information contained in the primary documents and checked against the information recorded in the accounts. If necessary, verification of assets, bank statements and other transactions may be carried out to ascertain whether the reporting corresponds to the actual situation. In addition, an inventory of assets may be carried out to check that the financial reporting corresponds to the actual state of affairs.

Some aspects of the audit of revenue and expenses are shown schematically in *figure8*.

Figure 8.

4 steps in identifying the correctness of accounting records

Sourse: Own interpretation.

In addition to determining the level of audit materiality, the following equally important aspects should be considered when drawing up the audit plan: the type of activity of the audited entity, the accounting and internal control system, the audit risks, the nature and scope of the future audit, the current control and verification of the work performed etc.

An effective and efficient audit relies on proper planning procedures. Thus audit procedures allow the coordination of audit actions between the client's management and staff. In order to carry out the audit of income and expenditure, it is important that the auditor is familiar with the content of the transactions generating income and expenditure and the related primary documents. Due to the fact that a significant part of the audit of revenue and expenditure consists of the verification of documents, the auditor is obliged to be familiar with the related primary and centralizing documents, the accounting treatment both from a summary and analytical point of view.

Conclusions

Auditing revenue and expenses involves certain aspects and the application of certain audit procedures, namely:

- examining the reflection of income and expense transactions in the profit and loss statement by the auditor's review of all economic transactions giving rise to income and expenses, in order to ascertain the integrity of the supporting documents and accounting in accordance with generally accepted accounting principles. Examination of the accounts payable and receivable consists of studying the information on each supplier and customer which generated expenses and revenue respectively. These files contain the history of all transactions carried out by the audited entity with suppliers and customers: the balance at the beginning and end of the period, services rendered and products delivered, payments and receipts made;

- the presentation and disclosure of information relating to income and expenses is aimed at their correct recording in the accounts in accordance with the provisions of the audited entity's Chart of Accounts and accounting policies. Therefore, the auditor shall verify the correctness of the recording of recognised income and expenses in the indicator categories included in the profit and loss statement. As a result, the auditor will accumulate evidence demonstrating the nature and content of income and expenses. In this context, the auditor will check whether the recording of, for example, sales is justified by delivery documents and customer orders. This will involve examining tax invoices and orders, identifying the persons entitled to sign tax invoices, verifying signatures etc.;
- the assessment and completeness of income and expenses involves verifying the accuracy of the accounting entries relating to income and expenses and checking the period in which they were recognised. In this context, the auditor verifies whether the recording of e.g. sales is supported by authorised delivery documents and approved customer orders. Therefore, tax invoices and orders are examined, persons entitled to sign tax invoices are identified, signatures are verified, etc. Complaints are independently verified by independent examination of customer correspondence files:

- examination of information on suppliers of goods and services as well as on customers and preparation of the summary statement of suppliers and customers. The auditor checks prices, conditions, transport costs, whether discounts are authorised, unit selling prices are approved. Recalculates information from tax invoices, checks register records against tax invoices, checks details from tax invoices against delivery and receipt documents, approved price lists and customer orders.

- the presence and certainty of income and expenses recorded by the audited entity during the reporting period requires the presence of confirmatory documents. In the audit process the supporting documents, including those of third parties, are examined. The information in the documentation is confronted chronologically and also logically with the information in the cost accounting statement. Often as an audit procedure used in testing the quality aspect, it is applied to check whether the services received/products delivered correspond to the purchases and revenues recorded in the accounts and whether they comply with the auditee's policies.
- the verification of claims relating to deliveries and purchase obligations consists of examining the value of both the obligation and the claim, the time for payment of the debt and collection of the claim, based on the terms of contracts and tax invoices. Often, the lack of proper organisation of analytical accounting for debts and receivables leads to disputes over non-payment of debts and/or collection of receivables on time. Inadequate organization of the cost accounting of payables and receivables often leads to non-payment of debts and/or non-collection of receivables on time. The auditor will therefore be obliged to check the limitation period of debts and receivables in accordance with the terms of the contract and, of course, the legislation in force.

BIBLIOGRAPHY

1. Arens, A, A., Loebbecke, James, K., (2003). Audit. O abordare integrată. Chișinău: Arc, 949 p. [in Romanian].
2. Informația privind piața serviciilor de audit în RM. Retrieved from http://cspa.md/node/413
3. ISA 200 „Obiective generale ale auditorului independent și desfășurarea unui audit în conformitate cu Standardele Internaționale de Audit". În: Manualul de reglementări internaționale de control al calității, audit, revizuire, alte servicii de asigurare și servicii conexe, elaborat de IAASB, volumul 1, Ediția 2020, București, 2022 [in Romanian].
4. ISA 250 (Revizuit) „ Luarea în considerare a legilor şi a reglementărilor într-un audit al situaţiilor financiare". În: Manualul de reglementări internaționale de control al calității, audit, revizuire, alte servicii de asigurare și servicii conexe, elaborat de IAASB, volumul 1, Ediția 2020, București, 2022 [in Romanian].
5. ISA 300 „Planificarea unui audit al situațiilor financiare". În: Manualul de reglementări internaționale de control al calității, audit, revizuire, alte servicii de asigurare și servicii conexe, elaborat de IAASB, volumul 1, Ediția 2020, București, 2022 [in Romanian].
6. ISA 315 (Revizuit) „Identificarea și evaluarea riscurilor de denaturare semnificativă prin înțelegerea entității și a mediului său". În: Manualul de reglementări internaționale de control al calității, audit, revizuire, alte servicii de asigurare și servicii conexe, elaborat de IAASB, volumul 1, Ediția 2020, București, 2022 [in Romanian].
7. ISA 320 „ Pragul de semnificație în planificarea și desfășurarea unui audit". În: Manualul de reglementări internaționale de control al calității, audit, revizuire, alte servicii de asigurare și servicii conexe, elaborat de IAASB, volumul 1, Ediția 2020, București, 2022 [in Romanian].
8. ISA 520 „Proceduri analitice". În: Manualul de reglementări internaționale de control al calității, audit, revizuire, alte servicii de asigurare și servicii conexe, elaborat de IAASB, volumul 1, Ediția 2020, București, 2022 [in Romanian].
9. Legea nr. 271 privind auditul situațiilor financiare. În: Monitorul Oficial al Republicii Moldova nr. 7-17, art. 48, din 12 decembrie 2017 [in Romanian].
10. Munteanu, V., Zuca, M., Munteanu, R. (2016). Audit financiar-contabil: concepte, metodologie, reglementări, cazuri. București: Universitară, 505 p. ISBN: 978-606-28-0397-1 [in Romanian].
11. Oprean, I. (2010). Auditarea situațiilor financiare. Suport de curs pentru masterat, Cluj-Napoca, 222 p. [in Romanian].
12. SNC „Cheltuieli". Aprobat prin Ordinul Ministerului Finanțe nr. 118 din 0608.2013, cu modificările ulterioare [in Romanian].

13. SNC „Prezentarea situațiilor financiare”. Aprobat prin Ordinul Ministerului Finanțe nr. 118 din 0608.2013, cu modificările ulterioare [in Romanian].
14. SNC „Venituri”. Aprobat prin Ordinul Ministerului Finanțe nr. 118 din 0608.2013, cu modificările ulterioare [in Romanian].
15. Wallace, A. (2004). The economic role of the audit in free and regulated markets: a look back and forward. Res. Account. Regul.17, p267-298 [in English].

Student:
Kriukovska Sofiia
Supervisor:
Doctor of Economics, Associate Professor
Chernyshova L.V.
Odesa National University of Economics
Odesa
sofakriukovskaya@gmail.com

SOME QUESTIONS OF THE ANALYSIS OF THE FINANCIAL STATE OF JSC "VINNITSIAOBLENERGO"

Key words: financial condition, solvency, liquidity, financial stability, current assets.

Abstract: This article examines the analytical problems of modern methods of assessing the financial and economic condition of enterprises and their theoretical and practical aspects on the example of JSC "Vinnytsiaoblenergo". The article examines tables that demonstrate: characteristics of assets; dynamics of composition and structure of sources of assets; indicators of the company's solvency and its reliability; financial stability of the enterprise. Conclusions were also made regarding the improvement of the financial condition of the enterprise.

Introduction

Determination and assessment of the financial and economic condition of the enterprise is very relevant for any topic of economic activity in Ukraine. In modern conditions, the independence, economic and legal responsibility of enterprises is increasing every day. The process of market transformation has attracted considerable attention in the study of theoretical and practical issues of further development and increasing the efficiency of the activities of state and private economic enterprises of Ukraine.

The analysis and assessment of the financial state of the enterprise is highly valued, because, on the one hand, it is the result of the enterprise's activity, which indicates the results of the activity, and on the other hand, it reveals the prerequisites for the development of the enterprise. Such well-known scientists as O. Ya. Basilinska, L.V. Chernyshova, B. M. Lytvyn, M. V. Stelmakh, M. Fursova, and others. Stepanchuk S.S., Shulga L.O., Mayevska N.V.

The main goal of this work is to study the analytical problems of modern methods of assessing the financial and economic status of enterprises and their theoretical and practical aspects on the example of the joint-stock company "Vinnytsiaoblenergo".

The financial condition of the enterprise can be characterized as a certain set of indicators characterizing the availability, configuration and use of the enterprise's financial resources [1, c. 6].

The information basis for the use of any method of assessing the financial condition of the enterprise is accounting financial reporting: balance sheet, financial results report, cash flow report, equity report, statistical reporting and operational activity data, business plan, materials of various marketing studies, etc. [2, c.43].

- Analysis of the company's financial condition is divided into the following stages:
- analysis of the efficiency of enterprise asset management;
- dynamic and structural analysis of sources of formation of assets (liabilities);
- analysis of the company's liquidity;
- •analysis of financial stability [1, c.40].

General financial health depends on the correctness and convenience of investing financial resources in assets. Let's analyze the assets in Table 1 in more detail.

Table 1
Analytical characteristics of the assets of JSC "Vinnytsiaoblenergo" for 2022 (thousand UAH)

Indexes	At the beginning of the year	At the end of the year	Change per year
01	02	03	04
1. Total assets	2047691	2736637	688946
including:			
2. Non-current assets	1634216	1822831	+18845
- in % to assets	79,81	66,61	-13,2
3. Current assets	413475	913806	+500331
- in % to assets	20,19	33,39	+13,2
3.1. Reserves	19803	22668	+2865
- in % to current assets	4,79	2,48	-2,31
3.2. Accounts receivable	326310	6573388	+331078
- in % to current assets	78,92	71,93	-6,99
3.3. Cash and cash equivalents	20049	129029	+108980
- in % to current assets	4,85	14,13	+9,28
3.4. Expenses of future periods	953	271	-682
- in % to current assets	0,23	0,03	-0,2
3.5. Other current assets	46360	104450	+58090
01	02	03	04
- in % to current assets	11,21	11,43	+0,22

4. Non-current assets held for sale and disposal groups	0	0	0
- in % to assets	0	0	0

Source: In-house analysis based on the annual report of JSC "Vinnytsiaoblenergo" for 2022.

The decrease in property value by UAH 688,946 thousand may be related to the sale of assets, wear and tear of equipment, or loss of real estate value. This can be a strategic decision to optimize the company's activities. Martial law could also affect a company's current assets, such as inventories and accounts receivable. An increase in the risk of indebtedness can lead to delays in the payment of funds and a decrease in liquidity.

Increase in current assets by UAH 500,331,000. indicates an improvement in the company's liquidity. More intensive growth of liquid assets is connected with rapid growth of settlement funds (increase by UAH 331,078 thousand). The 13.2% decrease in non-current assets indicates the sale of non-current assets such as real estate or equipment.

In the structure of assets at the end of the period, the specific weight of non-current assets decreased from 79.81% to 66.61%, and the specific weight of current assets, on the contrary, increased by 13.2% and amounted to 33.39% at the end of the period.

It should be remembered that for a more accurate assessment of the financial condition, it is necessary to analyze the obligations of the enterprise. Since liabilities reflect sources of asset formation, their study is very important (Table 2).

Table 2

Dynamics of composition and structure of sources of assets of JSC "Vinnytsiaoblenergo" for 2022 (thousand UAH)

Indexes	At the beginning of the year	At the end of the year	Deviation for the year
01	02	03	04
1. The total amount of sources of assets	2047691	2736637	688946
including:			
2. Own capital	1536596	1742641	206045
01	02	03	04
- in % to all sources	75,04	63,68	-11,36

3. Obligations of the enterprise	511095	993996	482901
- in % to all sources, incl.	24,96	36,32	11,36
3.1. Long-term provisions and liabilities	48754	40177	-8577
- in % to liabilities	9,54	4,04	-5,5
3.2. Current liabilities and provisions	462341	953819	491478
- in % to liabilities	90,46	95,96	5,5
4. Non-current assets held for sale and disposal groups	0	0	0
- in % to all sources	0	0	0
5. Availability of own working capital	-97620	-80190	+17430
- in % to equity capital	-6,35	-4,60	+1,75

Source: own analysis based on the annual report of JSC "Vinnytsiaoblenergo" for 2022.

The sources of funds of JSC "Vinnytsiaoblenergo" during the analyzed period decreased by 688,946 thousand UAH. First of all, this happened due to a decrease in the size of the authorized capital by UAH 206,045 thousand. In addition, a very negative fact is that the analyzed company has a deficit of its own working capital (-97,620 thousand UAH at the beginning of the period and -80,190 thousand UAH at the end of the period).

We will conduct an analysis of the company's liquidity and solvency. Solvency characterizes the financial condition of the enterprise and its reliability [3, p. 185].

In more detail, indicators of solvency, namely total liquidity, current liquidity and absolute liquidity ratio, are analyzed in Table 3.

Table 3
Solvency indicators of JSC "Vinnytsiaoblenergo" for 2022

Indexes	At the beginning of the year	At the end of the year	Normative	Deviation for the year
01	02	03	04	05
1. Total liquidity ratio	0,894	0,958	>2-2,5	0,064

2. Current liquidity ratio	0,851	0,934	>1	0,083
3. Absolute liquidity ratio	0,043	0,135	>0,2-0,5	0,092

Source: own analysis based on the annual report of JSC "Vinnytsiaoblenergo" for 2022.

None of the liquidity ratios correspond to the normative values, but positive dynamics are observed, which indicates an increase in the solvency of JSC "Vinnytsiaoblenergo".

If solvency is an external manifestation of the company's financial condition, then financial stability is its internal reflection, which reflects the balance of cash and commodity flows, income and expenses, funds and sources of their formation [3, p. 228].

Financial stability guarantees the company's solvency and reflects its long-term investment attractiveness within the acceptable level of risk. As mentioned earlier, the users of the results of financial stability analysis are company managers, business partners, investors and banks [4, p. 41].

If a company is financially stable, it means that it has high solvency and is able to use funds freely and efficiently (Table 4).

Table 4
Analysis of financial stability of JSC "Vinnytsiaoblenergo" for 2022 (thousand UAH)

Line №	Indexes	At the beginning of the reporting year	At the end of the reporting year
	01	02	03
1.	Equity	1536596	1742641
2.	Non-current assets	1634216	1822831
3.	Own working capital	-97620	-80190
4.	Long-term liabilities	48754	40177
5.	Availability of own and long-term sources of inventory coverage	-48866	-40013
6.	Short-term credits and loans	32000	41330
7.	The total size of the main sources of inventory coverage	-16866	+1317
8.	Reserves	19803	22668
9.	Surplus (+) or lack (-) of own working capital	-117423	-102858

10.	Surplus (+) or shortage (-) of own funds and long-term credits and loans	-68669	-62681
11.	Surplus (+) or shortage (-) of the main sources of inventory coverage	-36669	-21351
12.	**Type of financial stability**	0;0;0	0;0;0

Source: own analysis based on the annual report of JSC "Vinnytsiaoblenergo" for 2022.

Ensuring the effective functioning of business requires cost-effective management of its activities, which largely depends on the ability to analyze business [5, p. 34].

Scientists divide financial stability into four main types: absolute, which is very rare in the conditions of economic development in Ukraine; normal - companies usually use long-term loan funds, in addition to their own funds, to cover inventories; unstable, there is a return of solvency violation, but it is possible to restore the balance due to replenishment of own sources of funds, reduction of receivables, etc.; by crisis is meant the type of stability, when the enterprise is on the verge of bankruptcy and cannot settle with creditors at the expense of its own funds [6, p. 642].

Based on the data considered in Table 4, it can be seen that the type of financial stability in JSC "Vinnytsiaoblenergo" is consistently crisis-like. The main symptom of a crisis is that cash, short-term securities and receivables cannot even cover their payables and overdue loans.

JSC "Vinnytsiaoblenergo" should immediately pay attention to solving financial problems, reduce stocks, increase the sources of stock formation, take measures to get out of the crisis.

Conclusions

A stable financial position is the result of competent and skillful management of the entire complex of factors that determine the results of the enterprise's economic activity.

Therefore, the analysis of financial stability proves the need to find reserves for improving the financial condition of enterprises and their stability and helps to formulate specific measures aimed at strengthening financial stability.

Based on the conducted analysis, it is clearly visible that the financial condition of JSC "Vinnytsiaoblenergo" is very unstable, even critical. This could have been influenced by many factors, mostly the state of war in Ukraine. The war led to a decrease in the company's solvency due to a decrease in sales volumes, customer debt and an increase in the risk of non-payment. Also, the analyzed company is an infrastructure facility that is constantly under threat of being hit by an aggressor country.

In general, it can be concluded that JSC "Vinnytsiaoblenergo" should carefully analyze possible risks and form reserves to ensure financial stability. This may include establishing a contingency fund and developing contingency plans. Also, the enterprise should consider cooperation

with state bodies and international organizations to obtain financial and other support. This may include tax breaks, credits and other measures.

BIBLIOGRAPHY

1. Basilinska O. I. (2014). *Financial analysis: theory and practice*. Kyiv: Center of educational literature [in Ukrainian].

2. Korol V. (2016). Methodological differences in the assessment of creditworthiness in the system of analysis of the financial state of the enterprise. *Economy. Finances. Right*, vol. 5, 41-49. [in Ukrainian].

3. Bolyukh M. A (2015). *Economic analysis*. Kyiv: Kyiv National University of Economics [in Ukrainian].

4. Chernyshova L. V. (2022). Economic analysis of business entities: development prospects. *Scientific Bulletin of Odessa National Economic University*, vol. 8, 40–47. Retrieved from http://n-visnik.oneu.edu.ua/collections/2022/297/pdf/40-47.pdf [in Ukrainian].

5. Volkova N.A. (2018). *Economic analysis by types of activity*. Odesa: Odesa National University of Economics [in Ukrainian].

6. Savytska G. V. (2012). *Analysis of economic activity of the enterprise*. Kyiv: New knowledge [in Ukrainian].

Studenci:
Julia Anyszewska, Julita Fabicka,
Zarządzanie, III rok – stacjonarne,
opiekun naukowy:
dr Jacek Stasiak
Akademia Nauk Stosowanych Stefana Batorego, Skierniewice, Polska
jstasiak@ansb.pl

WEWNĘTRZNE ŹRÓDŁA FINANSOWANIA DZIAŁALNOŚCI PRZEDSIĘBIORSTWA

Key words: Internal financing, capital management, growth prospects

Abstract: Internal financing is a cornerstone for business stability, encompassing strategies like reinvested profits and efficient working capital management. Businesses leverage diverse methods, such as retained earnings, to diminish dependence on external funding, granting greater financial control. Prudent internal fund utilization aids in navigating uncertainties, capitalizing on growth prospects, and reinforcing financial positions. From optimizing working capital to meticulous inventory management, internal financing ensures resource allocation with foresight. This strategic approach emerges as a linchpin, shaping a firm's resilience and long-term viability in the dynamic business landscape. As we delve deeper, the multifaceted nature of internal financing unfolds, illustrating its pivotal role in molding contemporary enterprises' financial landscapes. The judicious handling of internal funds emerges not merely as a financial practice but as a strategic philosophy cultivating financial ecosystems for sustained growth, innovation, and operational efficiency. In essence, internal financing becomes a narrative of resilience, growth, and enduring prosperity for businesses mastering the art of internal financial orchestration.

Wstęp

Wewnętrzne finansowanie kapitałem własnym umożliwia przedsiębiorstwu zwiększenie jego płynności, co umacnia jego pozycję konkurencyjną na rynku. Bezpośrednio wpływa na kształtowanie działalności operacyjnej, a pośrednio oddziałuje na finansowanie działalności rozwojowej. Na podstawowym poziomie źródła finansowania dzielimy na wewnętrzne (pochodzące ze środków własnych przedsiębiorstwa, a także jego udziałowców i akcjonariuszy) oraz zewnętrzne (zwane również obcymi). Zainwestowanie własnych, zgromadzonych na prywatnym rachunku środków, to popularne i korzystne rozwiązanie dla zakładających nowy biznes. Największą zaletą tego rozwiązania jest bezpieczeństwo (wydajemy własne pieniądze, nie ryzykując przy tym wysokich odsetek w razie niepowodzenia inwestycji), wadą z kolei jest konieczność zebrania odpowiedniej kwoty wcześniej. Korzystanie z wkładu własnego nie jest obarczone dodatkowymi obowiązkami

związanymi z rozliczaniem czy ewidencjonowaniem wydanych środków. Kapitał własny stanowi równowartość wniesionych przez właściciela (właścicieli) jednostki gospodarczej składników majątku (aktywów) w momencie jej tworzenia. W trakcie działalności jednostki wartość kapitału własnego jest równa różnicy wartości aktywów spółki i wartości jej zobowiązań. Kapitał własny = aktywa – zobowiązania. W zależności od kondycji finansowej przedsiębiorstwa samofinansowanie może być mniej lub bardziej realnym rozwiązaniem. Warto wskazać, że jest ono najlepszym scenariuszem dla firmy, która nie musi wtedy poszukiwać źródeł zewnętrznego finansowania i zadłużać się, co wpływa też na jej kondycję finansową. Z drugiej jednak strony musimy pamiętać o tym, że samofinansowanie się firmy nie zawsze jest możliwe, nawet jeśli posiada ona spore zyski. Samofinansowanie się jest możliwe generalnie tylko w przedsiębiorstwach nisko deficytowych, czyli takich, w których nie dochodzi do powstawania dużych deficytów w trakcie działalności. Przedsiębiorstwa te nie są narażone tak bardzo na niestabilność rynkową, dlatego nie wymagają tak częstego wsparcia z zewnątrz.

Analiza źródeł finansowania

W obrębie kapitału (funduszu) własnego wyróżnia się: kapitał (fundusz) wniesiony (powierzony) - zarówno pieniężny, jak i rzeczowy wkład wnoszony przez właścicieli do jednostki w momencie jej założenia. Zgodnie z przepisami i w zależności od potrzeb finansowych jednostki kapitał wniesiony może być podwyższany i obniżany oraz kapitał (fundusz) wypracowany - powstaje z części zysku wypracowanego przez jednostkę i służy do uzupełniania kapitałów własnych jednostki.

Na podstawie zysku netto jako źródło finansowania przedsiębiorstw ocenia się wysokość rentowności przedsiębiorstwa i przeprowadza jego wycenę. Wysokość zysku netto jest miernikiem opłacalności firmy. Zysk netto przedsiębiorstwa oblicza się wedle następującego schematu:
Przychody ze sprzedaży – koszty uzyskania przychodu (np. produkcji i sprzedaży) = zysk brutto
Zysk brutto – należne podatki = zysk netto przedsiębiorstwa.

Każda firma może skorzystać z odpisów amortyzacyjnych – dotyczą one dóbr trwałych, będących w posiadaniu przedsiębiorstwa. Często amortyzację stosuje się wobec sprzętu komputerowego, pojazdów i innych aktywów, których wartość maleje w czasie. Dzięki amortyzacji zmniejsza się podstawa opodatkowania, a co za tym idzie, także kwota podatku dochodowego do zapłaty. Amortyzacji podlegają stanowiące własność lub współwłasność podatnika, nabyte lub wytworzone we własnym zakresie, kompletne i zdatne do użytku w dniu przyjęcia do używania: budowle, budynki oraz lokale będące odrębną własnością; maszyny, urządzenia i środki transportu; inne przedmioty; o przewidywanym okresie używania dłuższym niż rok, wykorzystywane przez podatnika na potrzeby związane z prowadzoną przez niego działalnością gospodarczą. Amortyzacja

środków trwałych to proces zmniejszania wartości rzeczy będący skutkiem ich użytkowania. Dokonywanie odpisów amortyzacyjnych zmniejsza wartość rzeczy i odzwierciedla ich rzeczywistą wartość. Amortyzację stosuje się jedynie do środków trwałych wskazanych w Klasyfikacji Środków Trwałych. Przedsiębiorcy dokonują odpisów amortyzacyjnych na podstawie planowanego rozłożenia wartości rzeczy podlegającej amortyzacji w danym okresie.

Firmy mogą wyprzedawać swój majątek w dowolnej części. Chodzi nie tylko o gotowe do sprzedaży produkty, ale również materiały i inne środki trwałe (na przykład w sytuacji, gdy zmieniają się warunki rynkowe i bardziej opłacalna jest ich sprzedaż niż wykorzystanie w procesie produkcyjnym). Wewnętrzne źródła finansowania są dla finansowej kondycji przedsiębiorstwa mniej obciążające, jednak ich możliwości często są ograniczone. W sytuacji, gdy samofinansowanie i inne wewnętrzne formy finansowania działalności przedsiębiorstw nie wystarczą, przydatne mogą okazać się obce źródła finansowania.

Źródłem finansowania inwestycji mogą być też niewykorzystane rezerwy, tworzone w związku z ryzykiem bieżącej regulacji zobowiązań i wystąpienia zjawisk nadzwyczajnych. Rezerwy dają przedsiębiorstwu gwarancję utrzymania płynności finansowej na wypadek zajścia zjawisk nadzwyczajnych. Jeśli w danym roku nie zostaną one wykorzystane to mogą zostać potraktowane jako zyski nadzwyczajne i wykorzystane w procesach inwestycyjnych. Inny rodzaj rezerw stanowią lokaty otrzymanego zysku w finansowe składniki majątku o charakterze krótkoterminowym. Są one traktowane jako instrument stabilizujący bieżącą równowagę finansową przedsiębiorstwa.

Przekształcenia majątku i przekształcenia w sferze kapitałów polegają na sprzedaży nieefektywnie wykorzystywanych elementów majątku, uwalnianiu kapitału przez przyśpieszanie rotacji majątku obrotowego, chociażby w drodze aktywizacji sprzedaży zapasów lub korzystaniu ze specjalnych rezerw. Mało efektywnie wykorzystany majątek może stanowić balast dla przedsiębiorstwa i obniżać jego efektywność, dlatego kadra zarządcza powinna posiadać stałą kontrolę nad wielkością majątku i stopniem jego wykorzystania. Umożliwi to racjonalizację działań w tym obszarze i maksymalizację efektywności przedsiębiorstwa. Szybszą rotację majątku obrotowego można uzyskać na drodze aktywizacji sprzedaży zapasów, prowadzenia polityki zmierzające do minimalizacji terminów regulowania należności oraz strategii logistycznych w celu obniżenia kosztów transportu, magazynowania i innych.

Zalety finansowania kapitałem własnym to pełna niezależność właścicieli w rozporządzaniu posiadanym kapitałem, brak ryzyka związanego z niewypłacalnością, wykorzystanie kapitału własnego nie wiąże się z dodatkowymi kosztami, brak konieczności zwrotu, brak obligatoryjnych płatności okresowych, ułatwienie zaciągania zobowiązań.

Wady finansowania kapitałem własnym to ryzyko niepowodzenia działalności, za które odpowiadają wspólnicy spółki lub sam właściciel firmy, ograniczone zasoby – wysokość kapitału

własnego jest uzależniona od możliwości finansowych właścicieli, które mogą być niewystarczające, relatywnie trudny dostęp do zasobów, ograniczenie kontroli nad startupem.

Kapitał własny to przede wszystkim podstawowe źródło finansowania pozostające do dyspozycji przedsiębiorstwa. Jednocześnie kapitał własny jest zabezpieczeniem dla wierzycieli przedsiębiorstwa. Z tych powodów kapitał własny powinien być ukształtowany na takim poziomie, który będzie umożliwiał rozszerzanie inwestycji, podejmowanie prac rozwojowych czy zaciąganie kredytu. Dla wielu przedsiębiorców operowanie kapitałem własnym jest najwygodniejszym rozwiązaniem. Jednak biorąc pod uwagę sposób funkcjonowania podmiotów gospodarczych, kapitał obcy jest popularniejszy – ma on większy udział niż kapitał własny.

Wewnętrzne formy finansowania przedsiębiorstw odgrywają kluczową rolę w zabezpieczaniu środków potrzebnych do ich funkcjonowania i rozwoju. Jedną z podstawowych form wewnętrznego finansowania jest zysk z działalności operacyjnej, który po odjęciu wszelkich kosztów pozostaje dostępny do reinwestycji w firmę.

Innym istotnym źródłem są rezerwy zysku, które przedsiębiorstwa tworzą, aby w przyszłości sprostać ewentualnym trudnościom finansowym lub zainwestować w nowe projekty. Dochody pasywne, takie jak odsetki z lokat bankowych czy dywidendy z inwestycji, również mogą być wykorzystane do finansowania wewnętrznego.

Kolejnym ważnym aspektem są sprzedaż aktywów, takich jak nieruchomości czy nabyte wcześniej inwestycje, co pozwala na uzyskanie gotówki do finansowania bieżących potrzeb lub nowych przedsięwzięć. Firmy często korzystają także z różnych form samofinansowania, wykorzystując kapitał własny generowany przez właścicieli.

Długoterminowe zobowiązania wobec pracowników, jak np. fundusze emerytalne czy programy udziału w zyskach, również stanowią istotną część wewnętrznego finansowania, przyczyniając się do utrzymania motywacji personelu.

Inwestycje w efektywność operacyjną, automatyzację i technologie mogą generować oszczędności, które z kolei mogą być przekierowane na rozwój i ekspansję firmy. Ważne jest także efektywne zarządzanie kapitałem obrotowym, takim jak zapasy, należności i zobowiązania, co wpływa na dostępność środków wewnętrznych. Wewnętrzne finansowanie umożliwia firmom większą niezależność od zewnętrznych źródeł, co jest szczególnie istotne w przypadku trudności rynkowych czy kryzysów finansowych. Dzięki różnorodności form wewnętrznego finansowania przedsiębiorstwa zyskują elastyczność i możliwość dostosowania się do zmieniających się warunków rynkowych.

Zarządzanie ryzykiem finansowym staje się kluczowym elementem efektywnego korzystania z wewnętrznych źródeł finansowania, zwłaszcza w kontekście fluktuacji rynkowych i zmienności warunków gospodarczych. Wewnętrzne finansowanie pozwala firmom na utrzymanie stabilności

finansowej i zdolności do inwestowania w długofalowy rozwój. Przy podejmowaniu decyzji finansowych należy uwzględniać efektywność podatkową, ponieważ niektóre formy wewnętrznego finansowania mogą skutkować korzyściami podatkowymi dla przedsiębiorstwa. Zyski reinwestowane w rozwój firmy mogą być zwolnione z podatku dochodowego, co sprzyja dalszym inwestycjom.

Wewnętrzne finansowanie wiąże się również z aspektem kontroli nad przedsiębiorstwem. Właściciele lub zarząd firmy, korzystając z kapitału własnego, utrzymują większy stopień decyzyjności i nie muszą dzielić się kontrolą z zewnętrznymi inwestorami czy wierzycielami. Jednakże, istnieją pewne wyzwania związane z wewnętrznym finansowaniem, takie jak ograniczone możliwości uzyskania dużych kwot środków w krótkim czasie czy konieczność optymalnego zarządzania dostępnymi zasobami, aby uniknąć nieefektywnego alokowania kapitału.

Wprowadzanie nowych technologii i innowacji może być kosztowne, ale jednocześnie generować korzyści w dłuższej perspektywie. Dlatego kluczowe jest zrównoważone podejście do wewnętrznego finansowania, uwzględniające zarówno bieżące potrzeby, jak i perspektywę długofalowego rozwoju. Ważnym aspektem wewnętrznego finansowania jest skuteczne zarządzanie kapitałem obrotowym, które obejmuje kontrolę nad zapasami, zarządzanie należnościami i zobowiązaniami. Efektywne zarządzanie tymi elementami pozwala na utrzymanie płynności finansowej i uniknięcie problemów związanych z opóźnionymi płatnościami czy nadmiernymi zapasami. Inwestowanie w badania i rozwój (B&R) stanowi istotną formę wewnętrznego finansowania, ponieważ pozwala na stworzenie nowych produktów, usług czy technologii, co z kolei może przyczynić się do wzrostu konkurencyjności przedsiębiorstwa na rynku.

Firmy często korzystają z mechanizmów leasingu lub dzierżawy, co pozwala im na korzystanie z aktywów bez konieczności ponoszenia pełnych kosztów zakupu. To z kolei uwalnia środki, które mogą być wykorzystane do innych celów, takich jak spłata zobowiązań czy inwestycje. W przypadku przedsiębiorstw rodzinnych, wewnętrzne finansowanie może być związane z mechanizmami dziedziczenia, a rodzina może utrzymywać kontrolę nad firmą, przekazując ją z pokolenia na pokolenie, co może wpływać na stabilność i ciągłość działalności.

Podejście do zrównoważonego rozwoju gospodarczego staje się coraz bardziej popularne wśród firm, a wewnętrzne finansowanie może być używane do finansowania projektów zgodnych z zasadami zrównoważonego rozwoju, co przyczynia się do pozytywnego wpływu społecznego i środowiskowego. Wewnętrzne finansowanie może być również związane z tworzeniem funduszy awaryjnych, które stanowią zapas środków na nieprzewidziane wydarzenia, takie jak kryzysy gospodarcze, klęski żywiołowe czy sytuacje awaryjne.

W niektórych branżach, takich jak technologia czy farmaceutyka, przedsiębiorstwa często korzystają z funduszy venture capital, które stanowią formę wewnętrznego finansowania,

przyspieszając rozwój innowacyjnych projektów i startupów. Wewnętrzne finansowanie może być również związane z procesem restrukturyzacji przedsiębiorstwa, gdzie firma podejmuje działania mające na celu poprawę efektywności operacyjnej i redukcję kosztów, co z kolei może generować dodatkowe środki do reinwestycji.

Przy planowaniu strategii wewnętrznego finansowania, istotne jest uwzględnianie zmian w otoczeniu rynkowym, regulacjach prawnych oraz trendach konsumenckich, co pozwala na dostosowanie się do dynamicznych warunków działalności. W przypadku firm notowanych na giełdzie, wewnętrzne finansowanie może być związane z programami skupu akcji własnych, co stanowi formę zwracania wartości akcjonariuszom oraz sygnał stabilności i pewności finansowej przedsiębiorstwa. Efektywne zarządzanie wewnętrznym finansowaniem wymaga także monitorowania wskaźników finansowych, takich jak wskaźnik płynności, zadłużenia czy rentowności, co pozwala na ocenę zdolności firmy do generowania zysków i radzenia sobie z zobowiązaniami.

W kontekście globalnej gospodarki, przedsiębiorstwa mogą korzystać z różnych form wewnętrznego finansowania, dostosowując się do specyficznych warunków rynkowych i kulturowych w poszczególnych regionach. Dążenie do dywersyfikacji źródeł wewnętrznego finansowania może być strategią mającą na celu zminimalizowanie ryzyka związanego z jednym konkretnym źródłem kapitału i zwiększenie elastyczności finansowej firmy.

Wewnętrzne finansowanie może być także związane z tworzeniem programów motywacyjnych dla pracowników, opartych na udzieleniu udziałów pracowniczych czy premiach, co może zwiększać zaangażowanie personelu i przyczyniać się do sukcesów firmy. Kontrola kosztów i ciągłe doskonalenie procesów operacyjnych są kluczowe dla efektywnego wewnętrznego finansowania, umożliwiając firmie osiąganie wyższej rentowności i utrzymanie konkurencyjności. Ważnym elementem wewnętrznego finansowania są także polityki dywidendowe, które określają, ile zysków firma przeznacza na wypłatę dywidendy akcjonariuszom, a ile pozostawia na reinwestycje.

W kontekście firm rodzinnych, planowanie sukcesji i przekazywanie zarządzania z pokolenia na pokolenie może wpływać na strategie wewnętrznego finansowania, uwzględniając długofalowe cele rodziny. Wewnętrzne finansowanie może również obejmować tworzenie funduszy na inwestycje społeczne, które mają na celu wspieranie społeczności lokalnych i tworzenie wartości społecznej równocześnie z realizacją celów biznesowych.

Podsumowanie

Wewnętrzne formy finansowania przedsiębiorstw są zróżnicowane i obejmują różnorodne źródła kapitału, takie jak zyski, rezerwy, aktywa, kapitał własny, zobowiązania pracownicze oraz efektywność operacyjna. Skuteczne zarządzanie wewnętrznym finansowaniem jest kluczowe dla

trwałego rozwoju firm, umożliwiając im elastyczność, niezależność i zdolność do efektywnego reagowania na zmieniające się warunki rynkowe.

Conclusion

Internal financing, comprising strategies like reinvested profits and efficient working capital management, stands as a linchpin for business stability. Businesses, employing methods such as retained earnings, strategically diminish reliance on external funding, enhancing financial autonomy. Prudent internal fund utilization aids in navigating uncertainties, capitalizing on growth prospects, and reinforcing financial positions. From optimizing working capital to meticulous inventory management, internal financing ensures resource allocation with foresight. This strategic approach emerges as a cornerstone, shaping a firm's resilience and long-term viability in the dynamic business landscape. As we delve deeper, the multifaceted nature of internal financing unfolds, illustrating its pivotal role in molding contemporary enterprises' financial landscapes. The judicious handling of internal funds becomes a strategic philosophy, cultivating financial ecosystems for sustained growth, innovation, and operational efficiency. In essence, internal financing becomes a narrative of resilience, growth, and enduring prosperity for businesses mastering the art of internal financial orchestration.

BIBLIOGRAFIA

- https://pragmago.pl/porada/zrodla-finansowania-przedsiebiorstw/
- https://nfg.pl/blog/podstawowe-zrodla-finansowania-przedsiebiorstw-wewnetrzne-i-zewnetrzne
- https://mojafirma.infor.pl/biznes-finanse/211058,Co-to-jest-finansowanie-wewnetrzne-firmy.html
- https://www.monevia.pl/najpopularniejsze-zrodla-finansowania-przedsiebiorstw/
- https://www.experto24.pl/firma/finanse-w-firmie/wady-i-zalety-roznych-zrodel-pozyskiwania-kapitalu.html?fbclid=IwAR2VMNbtYv5_RZMjONdaFm0bMaBiQA6pTxtbGLvqnF30sKaG0h3HfSUSOno
- https://6krokow.pl/kapital-wlasny-kapital-obcy/

Student:
Здобувачка другого (магістерського) рівня вищої освіти:
Дарина Минзул
Спеціальність: 071 «Облік та оподаткування»
Науковий керівник:
Наталія Сиротенко, к. е. н., доцентка
Одеський національний економічний університет
nsirotenko@ukr.net

ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ ТА ОПОДАТКУВАННЯ СУБ'ЄКТІВ МАЛОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ В УКРАЇНІ

Keywords: accounting, simplified taxation system, single tax, martial law, small businesses.

Abstract: The article focuses on the current aspects of the use of the simplified taxation system by small businesses in Ukraine, including the special tax rate of 2 %. The relevance of the study is due to changes in the regulatory framework that significantly affected the system of accounting and taxation of small businesses in 2022-2023. The purpose of the article is to study the tax changes undergone by the simplified taxation system during martial law and their impact on accounting and taxation for small businesses. To achieve this goal, the author uses the methods of quantitative and qualitative analysis, and the methods of comparison and contrast are used to study the changes that occurred for each business entity during the martial law. The analysis made it possible to identify the key problematic issues faced by single tax payers in the areas of accounting and taxation, and to develop recommendations for overcoming them and improving the performance of small businesses. The study identified the disadvantages of the tax breaks and analysed for which business entities the transition to the simplified taxation system was inappropriate.

Introduction

Small businesses account for a significant share of the overall structure of enterprises in Ukraine. This sector plays an important role in the national economy and its development contributes to the overall economic growth of the country. Since small businesses are less competitive than large companies due to limited financial resources, size and market influence, government support in the form of simplified taxation is crucial.

State support encourages entrepreneurs to introduce new ideas and technologies, which contributes to the overall development of society and the country's economy as a whole. To support small businesses, Ukraine introduced a simplified taxation system in 1999. This system is a special tax regime introduced to reduce the tax burden and pressure on small business entities.

The importance of studying the peculiarities of the practical use of the simplified taxation system has increased with the introduction of a number of laws aimed at easing the tax burden on single taxpayers in 2022. The adoption of the changes was caused by the introduction of martial law in Ukraine, as these changes were adopted in a relatively short period of time, which indicates the need for a more detailed study.

Стаття присвячена актуальним аспектам використання спрощеної системи оподаткування суб'єктами малого бізнесу в Україні, включаючи спеціальну ставку оподаткування 2 %. Актуальність дослідження обумовлена змінами в нормативній базі, що істотно вплинули на систему обліку та оподаткування суб'єктів малого бізнесу в 2022-2023 роках. Мета статті – дослідження податкових змін, що зазнала спрощена система оподаткування під час воєнного стану та їх впливу на облік та оподаткування для суб'єктів малого бізнесу. Задля досягнення поставленої мети було використано методи кількісного та якісного аналізу, для дослідження змін, що відбулись для кожного суб'єкта господарювання під час дії воєнного стану було використано методи співставлення та порівняння. Проведений аналіз дозволив виявити ключові проблемні питання з якими стикаються платники єдиного податку в сферах обліку та оподаткування, та розробити рекомендації щодо їх подолання й покращення діяльності суб'єктів малого бізнесу. В результаті дослідження було виявлено недоліки від прийнятих податкових послаблень, а також проаналізовано для яких суб'єктів бізнесу перехід на спрощену систему оподаткування був недоцільним.

Ключові слова: облік, спрощена система оподаткування, єдиний податок, воєнний стан, суб'єкти малого бізнесу.

Постановка проблеми

Суб'єкти малого бізнесу займають значну питому вагу в загальній структурі підприємств в Україні. Цей сектор відіграє важливу роль у національній економіці і його розвиток сприяє загальному економічному зростанню країни. Оскільки малий бізнес є менш конкурентоспроможним у порівнянні з великими компаніями через обмеженні фінансові ресурси, обсяги та впливовість на ринку йому, вкрай важлива підтримка з боку держави у вигляді спрощення податкового режиму [1].

Державна підтримка стимулює підприємців впроваджувати нові ідеї та технології, що сприяє загальному розвитку суспільства та економіки країни в цілому. Для підтримки підприємницької діяльності малого бізнесу з 1999 року в Україні було запроваджено спрощену систему оподаткування. Дана система є спеціальним податковим режимом введеним для зменшення податкового навантаження та тиску на малі суб'єкти господарської діяльності.

Важливість дослідження особливостей практичного використання спрощеної системи оподаткування зросла з введенням в дію низки законів спрямованих на послаблення податкового тиску на платників єдиного податку в 2022-2023 роках. Прийняття змін були спричинено введенням воєнного стану на території України, оскільки дані зміни було прийнято за відносно короткий період, то це свідчить про необхідність більш детального дослідження.

Аналіз останніх наукових досліджень та публікацій

Спрощена система оподаткування, через свою динаміку стала предметом дослідження для багатьох науковців. Довбуш А., Давидовська Г. [1], Бачинський В., Помулєва В. [2] досліджували питання організації обліку та звітності на підприємствах малого бізнесу. Касперович Ю. [5], Парфенюк Т., Яструбський М. [9], у своїх роботах розглядали особливості спрощеної системи в Україні в умовах воєнного стану.

Питання організації бухгалтерського обліку та оподаткування важливі для підприємств різних форм власності та розмірів. Проте, дослідження проблем організації обліку на малих підприємствах має свою актуальність через специфічні методи та прийоми бухгалтерського обліку, які вони використовують. Бухгалтерський облік повинен відповідати чинному законодавству та враховувати особливості господарської діяльності кожного підприємства.

Ведення обліку для підприємств малого бізнесу полягає у використанні спрощеного плану рахунків із застосуванням подвійного запису, можливості ведення обліку за касовим методом (оскільки нарахування єдиного податку здійснюється від суми отриманих коштів, а не від прибутку). За бажанням юридичні особи – платники єдиного податку, які не зареєстровані платниками ПДВ, мають право обрати форму обліку без застосування подвійного запису [2].

Для спрощеної системи оподаткування передбачено поділ платників єдиного податку на чотири групи. Окрім податкових послаблень для платників податку, спрощена система має певні обмеження.

У табл. 1 наведено загальну інформацію, щодо груп платників єдиного податку в Україні.

Таблиця 1.

Загальна інформація, щодо груп платників єдиного податку в Україні

Група єдиного податку	Граничний обсяг річного доходу, грн	Дозволена кількість працівників	Розмір сплати єдиного податку
I	167 розмірів мінімальної зарплати* 1 118 900 грн	Не можуть мати найманих працівників	10% від прожиткового мінімуму

II	834 розмірів мінімальної зарплати* 5 587 800 грн	До 10 осіб	20% від мінімальної зарплати
III	1167 розмірів мінімальної зарплати* 7 585 500 грн	Необмежено	3%, ПДВ
			5%
			2%
IV	для юросіб – частка сільськогосподарського товаровиробництва за попередній (звітний) рік повинна дорівнювати, або ж перевищувати 75%	юрособи – необмежено ФОП – не можуть мати найманих працівників	Від категорії земель та їх розташування
* Розмір мінімальної заробітної плати станом на 01.01.2023 року склав 6700 грн			

Джерело: складено автором за даними [3].

Необхідно звернути увагу, що згідно з зареєстрованим проєктом Закону України № 10234 від 09.11.2023 року зі змінами до ПКУ пропонується встановити такі граничні обсяги доходів для:

- II групи ФОП, які здійснюють господарську діяльність з надання послуг, у тому числі побутових, платникам єдиного податку та/або населенню, виробництво та/або продаж товарів, діяльність у сфері ресторанного господарства, - 1200 розмірів мінімальної зарплати, встановленої законом на 1 січня податкового (звітного) року;

- III групи ФОП, які:

- не використовують працю найманих осіб – 1200 розмірів мінімальної зарплати, встановленої законом на 1 січня податкового (звітного) року;

- використовують працю найманих осіб і кількість осіб, які одночасно перебувають з ними у трудових відносинах кожного місяця звітного періоду, не перевищує 10 осіб - 3000 розмірів мінімальної зарплати, встановленої законом на 1 січня податкового (звітного) року;

- використовують працю найманих осіб і кількість осіб, які одночасно перебувають з ними у трудових відносинах кожного місяця звітного періоду, перевищує 10 осіб - 6000 розмірів мінімальної зарплати, встановленої законом на 1 січня податкового (звітного) року [4] тощо.

Необхідно зазначити, що з початком повномасштабного вторгнення 24.02.2022 року та введенням воєнного стану в країні, в економіці відбуваються постійні зміни. Через військову агресію було зруйновано велику кількість об’єктів як військової, так і цивільної інфраструктури, а саме: аеропорти, військові бази, житлові будинки, лікарні, школи, складські приміщення, виробничі потужності тощо. На значний час призупинено роботу всіх портів в акваторії Чорного та Азовського морів, авіасполучення, пошкоджена значна кількість

транспортних шляхів в північних, південних та східних регіонах. У зв'язку з усім вищезазначеним наразі для багатьох підприємств економічний стан став перманентно невизначеним, підтримки від держави стали потребувати не лише суб'єкти малого бізнесу, але і великі підприємства.

З 24 лютого 2022 року Верховною Радою України було ухвалено низку податкових реформ для підтримки підприємництва під час воєнного стану [5]. Таким чином, Законом України № 2118-IX від 03.03.2022 р. змінами до ПКУ були прийняті значущі податкові дерегуляції, серед яких варто відзначити звільнення платників податків від відповідальності у випадку неможливості вчасно виконати свій податковий обов'язок, щодо дотримання термінів подання звітності, сплати податків та зборів, тощо [6]. Даний закон передбачав зупинку всіх розпочатих податкових перевірок та заборону на початок нових, для контролюючих органів та платників податків було зупинено перебіг строків, визначених податковим законодавством. Наведені вище дерегуляції було введено на початку березня 2022 року для платників податків по всій території України незалежно від того чи перебуває підприємство на території де ведуться бойові дії.

Через зловживання деякими платниками податковими пільгами та із поступовим пристосуванням економіки до воєнного стану, ВРУ було прийнято Закон України № 2260-IX від 12.05.2022 р., який істотно звузив попередні дерегуляції. Даний закон з 27.05.2022 року поновив зобов'язання та відповідальність платників податків, щодо дотримання термінів подання звітності, сплати податків та зборів та реєстрації податкових накладних у відповідних реєстрах. Також було поновлено можливість проведення податкових перевірок контролюючим органами [7].

Ще одним законом на підтримку малому бізнесу став Закон України № 2120-IX від 15.03.2022 року. Даним законом введено спеціальні положення для спрощеної системи оподаткування стосовно сплати єдиного податку та єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування (ЄСВ). Таким чином, ФОП, які перебувають на I та II групі мають право не сплачувати єдиний податок. ЄСВ за себе за власним бажанням можуть не сплачувати ФОП, що перебувають як на спрощеній системі, так і на загальній, але в цьому разі, за неоплачений період даним особам не буде нараховано страховий стаж. Можливість не сплачувати вищезазначені податки діє з 01.03.2022 року і діє до припинення військового стану та ще протягом 12 місяців після його закінчення.

Для того, щоб нарахування даних податків коректно відобразилося в електронному кабінеті платника податків, підприємцю важливо правильно заповнити податкову звітність, а саме Податкову декларацію платника єдиного податку – ФОП. Платникам I та II групи у відповідних розділах декларації необхідно вказати розмір сплаченого єдиного податку, якщо

єдиний податок не сплачувався вказати «0,00», якщо у кварталі податок був сплачений за 1-2 місяці, потрібно вказати суму, сплачену за конкретний квартал. Так само і в Додатку 1 про ЄСВ, а місяці, у яких не був сплачений ЄСВ, потрібно вказати «0».

Закон України № 2120-IX від 15.03.2022 р. став одним із ключових та трансформаційних законів у податковій політиці воєнного стану, оскільки відбулося значуще розширення можливостей використання спрощеної системи оподаткування. Із вступом даного закону в дію перебувати на спрощеній системі оподаткування III групи зі ставкою 2 % могли ФОП та юридичні особи будь-якої організаційно правової форми. Виключенням стали лише підприємства, які займаються видобутком та реалізацією підакцизних товарів, обміном іноземної валюти, оптовим продажем підакцизних товарів, діяльність страхових компаній та кредитних спілок.

Основні критерії перебування суб'єктів господарювання на спецгрупі єдиного податку 2 % наведено в табл. 2:

Таблиця 2.

Критерії перебування платників на спецгрупі

Критерій	Ознака перебування
Розмір річного доходу, грн	Необмежений
Дозволена кількість працівників, чол	Необмежена
Дозволені види діяльності	Всі, окрім заборонених пп. 9.3 підрозділ 8 Перехідних положень ПКУ: - обмін іноземної валюти; - азартні ігри, лотереї; - видобуток і реалізація корисних копалин; - виробництво, експорт, імпорт підакцизних товарів; - страхові компанії та кредитні спілки При цьому обмеження не розповсюджуються на діяльність : - роздрібний продаж підакцизних товарів; - імпорт автомобілів; - дозволено видобування підземних та поверхневих вод підприємствами, які надають послуги централізованого водопостачання та водовідведення.
Ставка єдиного податку	2 %, без ПДВ
Звітний період	Місяць
Термін сплати	Протягом 10 календарних днів, що настають за останнім днем граничного строку для подання податкової декларації

Джерело: складено автором за даними [8].

Головними перевагами спеціальної ставки єдиного податку 2 % є відсутність граничного доходу, на відміну від інших груп на спрощеній системі, необмежена кількість працівників та знижена відсоткова ставка єдиного податку. Найбільш вигідною дана реформа

стала для платників єдиного податку, що перебували на III групі спрощеної системи оподаткування зі ставкою 5 %, оскільки при переході на ставку в розмірі 2 % такі платники не наражались на жодні ризики, адже вони отримали зниження податкового навантаження та зняття граничного обсягу доходу [9].

Підприємцям великого бізнесу було складніше визначитися з вибором переходити на спрощену систему, чи ні, оскільки при переході на спецставку 2 %, призупиняється статус платника ПДВ. Отже, підприємство на період сплати єдиного податку не може отримувати податковий кредит, як і нараховувати зобов'язання. Для платників, які мають достатню кількість постачальників платників ПДВ і в великій кількості придбають в них сировину та товари, перехід на єдиний податок може бути недоцільним. Також платникам, що перебували на загальній системі, слід звернути увагу на те, що на спрощеній системі податок сплачується саме від отриманого доходу, а не від прибутку.

Враховуючи всі фактори, за словами прем'єр-міністра Дениса Шмигаля станом на 31.05.2022 року перехід на нову податкову систему єдиного податку зі ставкою 2 % здійснило понад 215 тисяч підприємств, з них близько 44 тисячі – юридичні особи. Структуру суб'єктів господарювання, здійснивших перехід на спрощену систему оподаткування за ставкою 2 % наведено на рис.1:

Рис.1.
Співвідношення між юридичними та фізичними особами – підприємцями, що обрали спрощену систему оподаткування за ставкою 2 %.

Джерело: складено автором за даними [10].

На спрощену систему перейшли такі великі компанії, як ТОВ «Епіцентр К», ТОВ «ЮСК Україна», ТОВ «Луї Вюіттон Україна», ППТФ «Антошка», ТОВ «Нова Лінія 1». Великих імпортерів спонукало до переходу на спрощену систему скасування для платників єдиного податку податкового зобов'язання з ПДВ при імпорті товарів. Така податкова реформа

в перші місяці повномасштабного вторгнення дала можливість частині бізнесу повернутися до роботи.

З 01 серпня 2023 року Законом України № 3219-IX від 30.06.2023 р. було скасовано добровільну сплату єдиного податку для I та II групи ФОП, з 01 серпня 2023 р. мають право не сплачувати податок лише ті підприємці, що зареєстровані в зоні ведення бойових дій. Такий крок було зроблено, через зловживання пільгами, тих підприємців, що не перебувають на території бойових дій та стабільно отримують дохід, але не сплачують податки. Що в свою чергу призвело до недоотримання місцевими бюджетами сум єдиного податку [11].

Окрім скасування пільг зі сплати єдиного податку вищезазначений закон скасував спеціальну ставку оподаткування 2 %. Платники єдиного податку мали право до 01 серпня 2023 р. відмовитись від спеціальної ставки, та обрати систему оподаткування на яку бажали перейти. Для цього платникам необхідно було подати заяву до контролюючого органу із вказанням бажаної системи оподаткування. Всі інші платники були автоматично переведені на систему оподаткування на якій вони перебували до обрання ставки 2 %.

Отже зі скасуванням спеціального режиму оподаткування, було скасовано необмежений розмір граничного доходу для платників єдиного податку. Підприємцям III групи оподаткування для розрахунку розміру граничного доходу необхідно визначити пропорційно до кількості календарних місяців поточного календарного року, протягом яких платник єдиного податку не застосовував спрощену систему з особливостями оподаткування. Також було скасовано необмежену кількість дозволених найманих працівників, платники, що повернулись на II групу спрощеної системи могли стикнутись з проблемою, що за період, який вони перебували на спрощеній системі зі ставкою 2 %, кількість їх працівників сягнула за дозволену. Підприємці стикнулись з проблемою, що в такому разі їм необхідно змінювати групу або систему оподаткування, або звільняти працівників.

Для платників ПДВ, що повернулись зі ставки 2 % було автоматично поновлено права та зобов’язання з ПДВ. Платникам необхідно зареєструвати протягом 60 календарних днів всі податкові накладні та розрахунки коригувань, що були складені з 24.02.2023 року до дати переходу на єдиний податок за ставкою 2 % та які не встигли зареєструвати через початок воєнного стану та закриття державних реєстрів.

Платникам, що до обрання спецрежиму перебували на загальній системі оподаткування, для того щоб перейти на спрощену систему необхідно подати заяву до контролюючого органу не пізніше ніж за 15 календарних днів до початку наступного календарного кварталу, до якої додається розрахунок доходу за попередній календарний рік. Тобто платники мають право у 2023 році повторно здійснити перехід на спрощену систему оподаткування починаючи з 4 кварталу цього року. Виходячи з цього, підприємства два місяці

будуть перебувати на зальній системі, що може викликати складнощі при складані податкової звітності та відображенні в обліку перехідних операцій.

Для платників, що скористалися спрощеною системою з особливостями оподаткування та повернулися на загальну систему, з метою усунення подвійного оподаткування операцій, до Кодексу були запроваджені окремі положення щодо врегулювання питання оподаткування податком на прибуток підприємств таких «перехідних» операцій.

Враховуючи чисельні трансформування, що зазнала спрощена система оподаткування за останні два роки, підприємцям рекомендовано більш ретельно відслідковувати зміни до законодавства, що приймаються Урядом. Також можемо порекомендувати підприємствам, що використовують податкові послаблення та пільги, контролювати чи мають вони на законодавчому рівні право на такі пільги і чи не зловживають ними. Платникам, що перебували на спеціальній податковій ставці 2 %, а потім повернулись на загальну систему необхідно звернути особливу увагу в обліку на перехідні операції, щоб уникнути подвійного оподаткування.

Висновки

Дослідивши особливості спрощеної системи оподаткування в умовах воєнного часу та вивчивши закони, що було прийнято Урядом, можна зробити висновок, що на початку воєнного стану держава активно приймала закони для підтримки підприємців та збереження фінансової стабільності країни. Надані податкові послаблення для платників єдиного податку та єдиного соціального внеску позитивно вплинули не економічне становище країни, підтримали платників податків та дозволи підприємцям відновити свою господарську діяльність. Проте така податкова дерегуляції, як добровільна сплата єдиного податку платниками I та II групи, мала частково негативний вплив, оскільки призвело до зловживання платниками даного послаблення.

Скасування ставки єдиного податку 2 % призвело до збільшенням податкового тиску з боку держави. Підприємці стикнулись зі складнощами обліку перехідних операцій та збільшенням обсягу роботи, через реєстрацію податкових накладних минулих періодів, які не були вчасно зареєстровані, через початок повномасштабного вторгнення країни агресора. Перспективи подальших досліджень повинні бути спрямовані на пошук оптимальних шляхів оподаткування суб’єктів малого бізнесу з урахуванням видів діяльності та місцезнаходження по відношенню до зони бойових дій.

Summary:

The article focuses on the current aspects of the use of the simplified taxation system by small businesses in Ukraine, including the special tax rate of 2 %. The relevance of the study is due to

changes in the regulatory framework that significantly affected the system of accounting and taxation of small businesses in 2022-2023. The purpose of the article is to study the tax changes undergone by the simplified taxation system during martial law and their impact on accounting and taxation for small businesses. To achieve this goal, the author uses the methods of quantitative and qualitative analysis, and the methods of comparison and contrast are used to study the changes that occurred for each business entity during the martial law. The analysis made it possible to identify the key problematic issues faced by single tax payers in the areas of accounting and taxation, and to develop recommendations for overcoming them and improving the performance of small businesses. The study identified the disadvantages of the tax breaks and analysed for which business entities the transition to the simplified taxation system was inappropriate.

BIBLIOGRAPHY

1. Dovbush, A., & Davidovska, H. (2020). Osoblyvosti orhanizatsii obliku na pidpryiemstvakh maloho biznesu v Ukraini [Peculiarities of accounting at small business enterprises in Ukraine]. *Innovatsiina ekonomika Innovative economy,* 5-6, 162-167. http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/41743/1/2020%20%D0%9E%D0%B1%D0%BB%D1%96%D0%BA%20%D0%BD%D0%B0%20%D0%BC%D0%BF.pdf [in Ukrainian].

2. Bachynskyi, V., & Pomulieva, V. (2021). Sproshchenyi oblik na malykh pidpryiemstvakh: realii sohodennia [Simplified accounting at small enterprises: the realities of today]. *Innovatsiina ekonomika. Innovative economy,* 3-4, 152-158. https://doi.org/10.37332/2309-1533.2021.3-4.21 [in Ukrainian].

3. Podatkovyi kodeks Ukrainy [Tax code of Ukraine]. (2010). https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17#Text [in Ukrainian].

4. Proekt Zakonu pro vnesennia zmin do Podatkovoho kodeksu Ukrainy shchodo rozvytku maloho biznesu ta zakhodiv z detinizatsii obihu tovariv i posluh vid 09.11.2023 r. № 10234. [Draft law on amendments to the Tax code of Ukraine on the development of small business and measures to de-shadow the turnover of goods and services of November 9 2023 № 10234] (n.d.). https://itd.rada.gov.ua/billInfo/Bills/pubFile/2059422 [in Ukrainian].

5. Kasperovych Yu. (2022). Transformatsiia sproshchenoi systemy opodatkuvannia v umovakh voiennoho stanu [Transformation of the simplified taxation system under martial law]. *Innovatsiine pidpryiemnytstvo: stan ta perspektyvy rozvytku [Elektronnyi resurs]: Zb. materialiv VII Vseukr. nauk.-prakt. konferentsii Innovative entrepreneurship: the state and prospects of development [Electronic resource]: Collection of materials of the VII All-Ukrainian scientific and practical conference,* 341-345. https://www.researchgate.net/profile/Vadym-Polishchuk/publication/365610135_Osoblivosti_finansuvanna_innovacijnogo_pidpriemnictva/links

/637a740554eb5f547cec2918/Osoblivosti-finansuvanna-innovacijnogo-pidpriemnictva.pdf#page=341/ [in Ukrainian].

6. Pro vnesennia zmin do Podatkovoho kodeksu Ukrainy ta inshykh zakonodavchykh aktiv Ukrainy shchodo osoblyvostei opodatkuvannia ta podannia zvitnosti u period dii voiennoho stanu: Zakon Ukrainy vid 25.11.2022 r. № 2118-IX. [On amendments to the Tax code of Ukraine and other legislative acts of Ukraine on peculiarities of taxation and reporting during the period of martial law: Law of Ukraine of November 25 2022 № 2118-IX] (n.d.). https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2118-20#Text [in Ukrainian].

7. Pro vnesennia zmin do Podatkovoho kodeksu Ukrainy ta inshykh zakoniv Ukrainy shchodo osoblyvostei podatkovoho administruvannia podatkiv, zboriv ta yedynoho vnesku pid chas dii voiennoho, nadzvychainoho stanu: Zakon Ukrainy vid 12.05.2022 r. № 2260-IX. [On amendments to the Tax code of Ukraine and other laws of Ukraine on peculiarities of tax administration of taxes, duties and single contribution during the martial law and state of emergency: Law of Ukraine of May 12 2022 № 2260-IX] (n.d.). https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2260-IX#Text [in Ukrainian].

8. Pro vnesennia zmin do Podatkovoho kodeksu Ukrainy ta inshykh zakonodavchykh aktiv Ukrainy shchodo dii norm na period dii voiennoho stanu: Zakon Ukrainy vid 15.03.2022 r. № 2120-IX. [On amendments to the Tax code of Ukraine and other legislative acts of Ukraine regarding the validity of norms for the period of martial law: Law of Ukraine of March 15 2022 № 2120-IX] (n.d.). https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2120-20#Text [in Ukrainian].

9. Parfeniuk T. V., Yastrubskyi M. Ia. (2022) Osoblyvosti zastosuvannia sproshchenoi systemy opodatkuvannia v Ukraini v umovakh voiennoho chasu [Peculiarities of the application of the simplified taxation system in Ukraine in wartime]. *Ekonomika ta suspilstvo Economy and society,* 44. https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-44-27 [in Ukrainian].

10. (2022, May 20). *Na 2 % «sproshchenku» pereishly 215 tys. pidpryiemtsiv i pidpryiemstv [215,000 entrepreneurs and businesses switched to the 2% simplified taxation system].* interfax.com.ua. https://interfax.com.ua/news/economic/833739.html [in Ukrainian].

11. Pro vnesennia zmin do Podatkovoho kodeksu Ukrainy ta inshykh zakoniv Ukrainy shchodo osoblyvostei opodatkuvannia u period dii voiennoho stanu: Zakon Ukrainy vid 30.06.2023 r. № 3219-IX. [On amendments to the Tax code of Ukraine and other laws of Ukraine on peculiarities of taxation during the period of martial law: Law of Ukraine of June 30 2023 № 3219-IX] (n.d.). https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3219-IX#Text [in Ukrainian].

Student:
Чумак Т.О.
студентка 61 гр. ФМОІТ
спеціальність – «Облік і оподаткування»
наук. кер. - д.е.н., професор Лоханова Н.О
ОНЕУ
tatianach2022@ukr.net

ДИСКУСІЙНІ ПИТАННЯ ОБЛІКУ ЗОБОВ'ЯЗАНЬ НА ПІДСТАВІ ОГЛЯДУ НАЦІОНАЛЬНОЇ І МІЖНАРОДНОЇ ПРАКТИКИ

DISCUSSION ISSUES OF ACCOUNTING OBLIGATIONS BASED ON A REVIEW OF NATIONAL AND INTERNATIONAL PRACTICE

Abstract: The development of business processes and connections between enterprises necessitates the correct classification and assessment of current liabilities to ensure the financial stability of the business entity. Complete and reliable information on current liabilities is necessary for effective control of cash flows and settlements with external counterparties.

Discrepancies in the order of determining initial and subsequent assessments in the accounting of obligations in the system of national and international practice were studied. Attention was paid to the issue of classification of obligations, methods of their assessment at the time of initial recognition and assessment at the date of the report.

The need for correct and accurate accounting of liabilities has been determined, as they are an important component of financial accounting of any company, besides, liabilities make up a significant part of the balance sheet and may contain risks for the enterprise.

Розвиток господарських процесів та зв'язків між підприємствами викликає необхідність правильної класифікації та оцінки поточних зобов'язань для забезпечення фінансової стійкості суб'єкта господарювання. Повна та достовірна інформація щодо поточних зобов'язань необхідна для здійснення ефективного контролю за рухом грошових коштів та розрахунків з зовнішніми контрагентами. Усе це свідчить про необхідність оптимізації та мінімізації зобов'язань, а також науково обґрунтованого управління ними, чого можна досягти тільки шляхом удосконалення таких функцій управління, як бухгалтерський облік та контроль. Функціонування підприємств у сучасних умовах зумовлює трансформацію підходів до якості бухгалтерської інформації, необхідної для ухвалення рішень. Це нерозривно пов'язане із удосконаленням системи бухгалтерського обліку, одним із напрямів якого є повне висвітлення

даних обліку зобов'язань у фінансовій звітності в умовах переходу на міжнародні стандарти фінансової звітності (МСФЗ).

У системі НП(С)БО поки ще не враховані питання, пов’язані з обліком зобов’язань, регламентації яких включені до складу МСФЗ.

Існують суттєві розбіжності в порядку визнання, первісної та послідуючої оцінках в обліку, не всі зобов’язання в системах НП(С)БО і МСФЗ класифікуються ідентично. Особливо важливе значення у бухгалтерському обліку має оцінка поточних зобов’язань. Необхідна вона у процесі господарювання при надходженні та вибутті активів; при виникненні прав та зобов'язань. Визначаються правила оцінки зобов’язань головним чином НП(С)БО 11 та за окремими видами зобов’язань іншими НП(С)БО.

Відповідно до НП(С)БО 11 «Зобов’язання» поточні зобов'язання відображаються у балансі за сумою погашення, тобто недисконтованою сумою грошових коштів або їх еквівалентів, яка буде сплачена для погашення зобов'язання в процесі звичайної діяльності підприємства, але ж не до всіх поточних зобов'язань можна застосувати таке твердження [1].

Розглянемо підходи до оцінки окремих видів поточних зобов'язань.

Короткостроковий кредит банку - це заборгованість підприємства перед банками за отримані позики. Короткострокові позики повинні погашатись на протязі 12 місяців з дати її надання банком. Н.М. Малюга позики, надані банками підприємствам, пропонує оцінювати наступними способами (рис. 1).

Рис. 1.

Способи оцінки короткострокових позик на підприємстві заН.М. Малюгой

Джерело: розроблено автором на основі [2].

Сафарова А.Т. не погоджуємося з такою думкою, зазначаючи, що в сучасних умовах отримання підприємством короткострокової позики приводить до виникнення зобов'язань перед банківською установою за основною сумою боргу та за нарахованими відсотками. Нараховуючи відсотки за кредит, підприємство збільшує не тільки свої поточні зобов'язання, а

й фінансові витрати. Отже, вважаємо доцільним оцінювати зобов'язання за позикою за теперішньою вартістю. Однак, на практиці окремі підприємства, які мають на поточному рахунку кошти, нараховують відсотки без відображення їх у складі поточних зобов'язань, а прямо відносять на фінансові витрати. Такі дії є методологічно неправильними, бо при складанні балансу, якщо відсотки нараховуються на дату балансу, але не сплачуються, така сума відсотків випадає із загального підсумку валюти балансу. Неправильне відображення нарахування і сплати відсотків у бухгалтерському обліку викривлює реальний фінансовий стан підприємства, зменшує власний капітал та збільшує зобов'язання [3, с. 519].

Кредиторська заборгованості за товари, роботи та послуги, що виникає на підприємстві відображається сумою грошових коштів, які повинен сплатити суб'єкт господарювання своїм кредиторам у результаті її погашення. В умовах фінансової кризи договори між підприємствами укладаються на короткостроковий період і зобов'язання, що виникають за даними договорами зазвичай повинні погашати протягом тижня або місяця, але фактично їх погашення може затягуватись до 6-8 місяців. За такаю справою псуються стосунки суб'єктів господарювання із своїми кредиторами, підривається довіра партнерів. Тому, на нашу думку, було б доцільно при укладанні договорів в одному із пунктів передбачити коригування суми зобов'язання на індекс інфляції. Тоді при високих темпах інфляції боржник буде прагнути якнайшвидше погасити зобов'язання, що виникло з ціллю уникнення зайвих витрат коштів на розрахунки за договорами. Кредитори у свою чергу будуть мати впевненість у швидкому поверненні оборотних коштів, які можна знову залучити у обіг. Вважаємо, що прийняття такої умови є вигідним для обох учасників договору купівлі-продажу товарів, надання робіт та послуг.

Наприклад, покупець, що отримав товар, не розрахувався за нього відразу, а погасив заборгованість через деякий час із коригуванням на індекс інфляції. У підприємства-покупця у цьому випадку відпадає необхідність банківській позики для оплати товару, бо буде вважатися, що підприємство-продавець само надало позику покупцю для оплати товару, тобто зобов'язання будуть оцінюватися шляхом дисконтування наявної заборгованості. Покупець, витрати якого пов'язані зі сплатою за отримані товари, зі свого боку, може віднести їх на фінансові витрати, тобто прирівняти непогашену суму боргу до позикового капіталу. Така умова для продавця сприяє насамперед реалізації товарів, розширенню ринку збуту, а запізнілий платіж він отримує із доходом, який скориговано на індекс інфляції. Як наслідок, кредиторську заборгованість за товари, роботи і послуги слід оцінювати за поточною вартістю придбання, оскільки вона враховує чинник інфляції та динаміку цін.

Міжнародна практика сьогодні не дає остаточної відповіді на питання, чи є доцільним оцінювати кредиторську заборгованість за справедливою вартістю та чи має така оцінка враховувати власний кредитний ризик компаній.

У літературі побутує твердження, що за ринковою вартістю не буде запроваджений облік таких статей балансового звіту, як довгострокові активи та довгострокові боргові зобов'язання, тобто їх облік вестиметься за первісною вартістю [4, с. 91].

Що стосується зобов'язань перед бюджетом, то цей вид заборгованості ми пропонуємо оцінювати за сумою погашення. Не сплачені вчасно податки призводять до виникнення пені і застосування штрафних санкцій до підприємства – платника податку, які слід відображати в обліку збільшенням інших витрат операційної діяльності. Якщо ж господарюючий суб’єкт погасив заборгованість перед бюджетом, а пеня за прострочення платежу не була нарахована, то в цьому випадку при проведенні аудиторської перевірки виявляється помилка, і господарюючий суб’єкт повинен відкоригувати зобов'язання перед бюджетом в складі інших операційних витрат, а зобов'язання перед бюджетом мають бути збільшені на суму пені.

Розрахунки з учасниками також мають свої особливості. Відповідно до чинного законодавства поточні зобов'язання за розрахунками з учасниками оцінюються за сумою заборгованості підприємства його учасникам, яка пов’язана із розподілом прибутку та формуванням статутного капіталу. Розрахунки з учасниками передбачають погашення заборгованості за нарахованими дивідендами та за іншими виплатами. Проводиться виплата дивідендів шляхом видачі готівкових коштів із каси чи перерахуванням на поточний рахунок учасника. Але бувають випадки, коли засновники, отримавши дивіденди, прагнуть знову їх вкласти у підприємство з метою інвестування.

У цьому випадку, на думку Сафарової А.Т., можливі два варіанти вкладення коштів. Так, у першому випадку учасник вносить кошти у касу або на поточний рахунок підприємства, тим самим збільшуючи розмір додаткового капіталу без зміни статутного капіталу. У другому випадку учасник може вносити кошти у вигляді позики для підприємства, тобто збільшення коштів у касі чи на поточному рахунку призведе до зростання зобов'язань підприємства перед учасником, а погашення такої позики здійснюється через зменшення заборгованості перед учасником. Наведені варіанти кредитування підприємства його ж засновниками є вигідними для обох сторін, адже на показник фінансового стану підприємства впливають суми, отримані від учасників у вигляді додаткового капіталу чи зобов'язань. Звичайно, отримання такої позики вигідніше відображати через збільшення капіталу, адже тоді підприємство буде інвестиційно привабливішим. Отже, на нашу думку, позику, отриману від засновників (учасників) терміном до одного року, потрібно відображати як збільшення зобов'язань підприємства, а терміном понад рік – збільшенням додаткового капіталу, тобто коштів власників. У цьому випадку

збільшується перший розділ пасиву балансу, тобто власний капітал підприємства, що є обґрунтованим, адже це кошти засновників, і при ліквідації вони претендуватимуть на частку в майні підприємства [3, с. 520]

Підсумовуючи вищевикладене, варто відмітити необхідність правильного та точного ведення обліку зобов'язань, оскільки вони є важливою складовою фінансового обліку будь-якої компанії, до того ж зобов'язання становлять значну частину балансу та можуть містити ризики для підприємства. Саме тому, для суб'єкта господарювання важливим завданням є забезпечення якісної та достовірної фінансової звітності, що в свою чергу забезпечує довіру в інвесторів та інших зацікавлених сторін.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Любар О. О. Удосконалення обліково-інформаційного забезпечення управління кредиторською заборгованістю підприємства. Ефективна економіка. 2020. №5. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/5_2020/109.pdf (дата звернення: 17.11.2023)
2. Малюга Н.М. Шляхи удосконалення оцінки в бухгалтерському обліку: теорія, практика, перспективи. Житомир: ЖІТІ, 1998. 384 с
3. Сафарова А.Т. Проблеми оцінки поточних зобов'язань у бухгалтерському обліку. Вісник Національного університету «Львівська політехніка» «Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку». 2009. Випуск 647. С. 515-521
4. Ловінська Л. Г. Оцінка в бухгалтерському обліку: монографія. Київ: КНЕУ, 2006. 256 с.

IV. ZARZĄDZANIE STRUKTURAMI BIZNESOWYMI
MANAGEMENT OF BUSINESS STRCTURES

Studenci:
Alicja Owczarek, Julia Szymczak, Magdalena Majer
Specjalność: Zarządzanie II rok
Opiekun naukowy:
dr inż. Hanna Lewandowska
Akademia Nauk Stosowanych Stefana Batorego
hlewandowska@ansb.pl

CECHY JAKOŚCIOWE SEKTORA MSP I DUŻYCH PRZEDSIĘBIORSTW

Słowa kluczowe: przedsiębiorstwo, MSP, duże przedsiębiorstwo, cechy jakościowe, typy przedsiębiorstw

Key words: enterprise, SMEs, large enterprise, qualitative features, types of companies

Wstęp: Cechy jakościowe przedsiębiorstw są to fundamenty, kształtujące tkankę kultury organizacyjnej i definiujące elementy, które decydują o ogólnej jakości i dojrzałości firmy. Są one kluczowym wskaźnikiem ukazującym, jak przedsiębiorstwo oddziałuje na otoczenie, jakie przyjmuje postawy wewnętrzne i jakie akcje podejmuje w ramach swojej działalności. Nie są one łatwo mierzone liczbami, ale są istotne dla oceny ogólnej jakości działalności i skuteczności przedsiębiorstwa. Te niemierzalne aspekty obejmują szeroki zakres elementów, takich jak zdolność do tworzenia nowatorskich rozwiązań, skuteczność w zarządzaniu operacyjnym, a także elastyczność w adaptacji do zmian na rynku. Warto zaznaczyć, że w świecie biznesu, gdzie małe, średnie przedsiębiorstwa (MSP) współistnieją z dużymi korporacjami, cechy jakościowe przybierają różne odcienie, kształtując unikalny charakter każdego podmiotu w zależności od jego specyfiki działania i otoczenia. To właśnie te niematerialne elementy decydują o różnicach i podkreślają indywidualny wkład każdego przedsiębiorstwa w rozwój gospodarczy.

Abstract: Qualitative characteristics of companies are the foundations that shape the fabric of organizational culture and define the elements that determine the overall quality and maturity of a company. They are a key indicator showing how the company interacts with its environment, what internal attitudes it adopts, and what actions it takes in the course of its operations. They are not easily measured in numbers but are essential for assessing the overall quality of performance and effectiveness of the company. These immeasurable aspects encompass a wide range of elements, such as the ability to create innovative solutions, effectiveness in operational management, and flexibility in adapting to market changes. It is worth noting that in the business world, where small, and medium-sized enterprises (SME) coexist with large corporations, qualitative characteristics take on different

shades, shaping the unique character of each entity depending on its specific activities and environment. It is these intangible elements that determine the differences and highlight the individual contribution of each company to economic development.

1. Przedsiębiorstwo- czym jest i jakie ma typy

Przedsiębiorstwo to kompleksowy organizm, którego istota polega na realizacji działań gospodarczych w ramach określonego systemu prawnego. Stanowi odrębną jednostkę pod względem prawnym, organizacyjnym, terytorialnym i ekonomicznym. Kluczowymi składnikami przedsiębiorstwa są zasoby ludzkie, finansowe, materialne i niematerialne, które tworzą jego strukturę i umożliwiają funkcjonowanie podczas różnorodnych operacji biznesowych. Może ono prowadzić różne formy działalności, takie jak handlowa, usługowa lub produkcyjna, co pozwala mu elastycznie reagować na wymagania rynkowe. Posiadając zdolność do czynności prawnych, może nabywać, zbywać, zawierać umowy i uczestniczyć w innych działaniach prawnych, co umożliwia mu efektywne funkcjonowanie zgodnie z prawem gospodarczym. Struktura oraz forma organizacyjna przedsiębiorstwa są ścisłe i precyzyjnie określone w ramach obowiązującego systemu prawnego. Obejmują one kwestie związane z zarządzaniem, relacjami wewnętrznymi oraz prawami i obowiązkami pracowników. Różne systemy prawne mogą przewidywać różne modele przedsiębiorstw, takie jak spółki akcyjne, spółki z ograniczoną odpowiedzialnością czy jednoosobowe przedsiębiorstwa. Głównym celem istnienia przedsiębiorstwa jest realizacja działalności generującej zyski poprzez sprzedaż produktów lub świadczenie usług. Zdolność do generowania zysków umożliwia przedsiębiorstwu rozwój, inwestowanie w rozwój, a także utrzymanie konkurencyjności w dynamicznym środowisku biznesowym.[1]

Aby ustalić do jakiego sektora należy przedsiębiorstwo, konieczne jest wcześniejsze określenie jego typu. Występują 3 typy przedsiębiorstw określone w rozporządzenia Komisji (UE) nr 651/2014:

- Przedsiębiorstwa powiązane

To takie, które posiada większość praw głosu w innym przedsiębiorstwie w roli udziałowca/akcjonariusza lub członka, ma prawo mianować lub odwołać większość członków organu administracyjnego, zarządzającego lub nadzorczego tegoż przedsiębiorstwa. Dodatkowo, ma możliwość wywierania dominującego wpływu na inne przedsiębiorstwo poprzez umowę zawartą z tym podmiotem lub postanowienia w jego statucie lub umowie spółki.

Jeśli przedsiębiorstwo jest udziałowcem/akcjonariuszem lub członkiem innego przedsiębiorstwa, kontroluje samodzielnie, na mocy umowy z innymi udziałowcami/akcjonariuszami lub członkami tego przedsiębiorstwa, większość praw głosu udziałowców/akcjonariuszy lub członków w tym przedsiębiorstwie.

- Przedsiębiorstwo partnerskie

Przedsiębiorstwo, które nawiązało partnerstwa finansowe z innymi firmami, jednak żadna z uczestniczących w tym związku firm nie sprawuje rzeczywistej, bezpośredniej ani pośredniej kontroli nad drugą. Partnerzy to przedsiębiorstwa, które nie są ani niezależne, ani ze sobą powiązane. Przedsiębiorstwo jest uznawane za partnerskie, gdy spełnione są następujące warunki:

-„posiada 25% lub więcej kapitału lub głosów w innym przedsiębiorstwie, a/lub inne przedsiębiorstwo posiada 25% lub więcej kapitału lub głosów w tym przedsiębiorstwie;

-przedsiębiorstwo nie jest powiązane z innym przedsiębiorstwem.”.

- Przedsiębiorstwo samodzielne

Jest to samodzielne przedsiębiorstwo, co oznacza, że nie posiada udziałów w żadnych innych firmach, a równocześnie inne przedsiębiorstwa nie posiadają udziałów w nim. Posiada udziały, kapitał lub głosy poniżej 25% w jednym lub kilku innych przedsiębiorstwach, a/lub inne przedsiębiorstwa posiadają udziały, kapitał lub głosy poniżej 25% w tym konkretnym przedsiębiorstwie.[2][3]

2. Porównanie MSP i dużych przedsiębiorstw

Tabela 1.

Porównanie przedsiębiorstw

KATEGORIA PRZEDSIĘBIORSTWA	LICZBA OSÓB ZATRUDNIONYCH	ROCZNY OBRÓT	LUB	CAŁKOWITY BILANS ROCZNY
DUŻE	>250	≥ 50 mln euro		≥ 43 mln euro
ŚREDNIE	<250	≤ 50 mln euro		≤ 43 mln euro
MAŁE	<50	≤ 10 mln euro		≤10 mln euro
MIKRO	<10	≤ 2mln euro		≤ 2 mln euro

Źródło: opracowanie własne na podstawie www.parp.gov.pl.

Rysunek 2

Wykres Struktury przedsiębiorstw według liczby pracujących

Źródło Raport PARP o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce 2022.

Małe, średnie przedsiębiorstwa (MSP) oraz duże przedsiębiorstwa to kluczowe elementy gospodarki, odgrywające istotne role w tworzeniu miejsc pracy, innowacji i rozwoju ekonomicznego. W podstawowym znaczeniu definicję Mikro, Małego, Średniego oraz w konsekwencji Dużego przedsiębiorcy określa obecnie ustawa z dnia 6 marca 2018 r. Prawo przedsiębiorców (t.j. Dz.U. 2019, poz. 1292), w art. 7 ustawy. Podstawowe kryteria, które są brane pod uwagę przy ustalaniu statusu przedsiębiorstwa to liczba zatrudnionych osób, roczny obrót i całkowity bilans roczny. [4]

Kryteria jakie musi spełniać:

a) Mikro przedsiębiorstwo

- średnioroczne zatrudnienie w ostatnim roku obrotowym w przeliczeniu na pełne etaty nie przekroczyło 10 osób
- roczny obrót i/lub całkowity bilans roczny nie przekracza 2 mln euro [5]

b) Małe przedsiębiorstwo

- średnioroczne zatrudnienie w ostatnim roku obrotowym w przeliczeniu na pełne etaty nie przekroczyło 50 osób,
- wartość przychodów ze sprzedaży towarów i usług a także operacji finansowych w ostatnim roku obrotowym nie przekroczyła równowartości 10 mln euro lub
- wartość aktywów bilansu na koniec ostatniego roku obrotowego nie przekroczyła równowartości 10 mln euro.

c) Średnie przedsiębiorstwo

- średnioroczne zatrudnienie w przeliczeniu na pełne etaty w ostatnim roku obrotowym mieściło się w przedziale od 50 do 250 pracowników

- wartość przychodów ze sprzedaży towarów, wyrobów i usług a także operacji finansowych nie przekroczyła równowartości 50 mln euro lub
- wartość aktywów bilansu na koniec ostatniego roku obrotowego nie przekroczyło równowartości 43 mln euro [6]

d) Duże przedsiębiorstwo

- Zatrudnia 250 lub więcej pracowników. Jeśli dane dotyczące przedsiębiorcy w zakresie liczby pracowników zmieniają się, status "dużego przedsiębiorcy" będzie uzyskiwany lub tracony tylko wtedy, gdy to zjawisko powtórzy się w ciągu dwóch kolejnych okresów obrachunkowych. Dane dotyczące liczby pracowników przedsiębiorcy samodzielnego ustala się na podstawie jego ksiąg rachunkowych.
- Zatrudnia mniej niż 250 pracowników, ale suma bilansowa przedsiębiorstwa przekracza równowartość 43 milionów EUR w złotych polskich, a łączny roczny obrót przekracza równowartość 50 milionów EUR w złotych polskich.
- 25% lub więcej kapitału lub praw do głosowania na zgromadzeniu wspólników lub akcjonariuszy jest kontrolowane bezpośrednio lub pośrednio, wspólnie lub indywidualnie przez jeden lub kilka podmiotów publicznych. [7]

3. Cechy jakościowe i ich porównanie

Cechy jakościowe przedsiębiorstwa to atrybuty, właściwości lub cechy, które opisują jakość ogólnego funkcjonowania firmy, jej produktów lub usług, kulturę organizacyjną, obsługę klienta i inne aspekty działalności przedsiębiorstwa. Te cechy nie zawsze są łatwo mierzalne w liczbach, ale mają istotny wpływ na postrzeganie i reputację przedsiębiorstwa.[8] Przykłady cech jakościowych to:

- **Elastyczność**, która obejmuje umiejętność dostosowywania się do zmian. Ta elastyczność objawia się w sprawnym przystosowywaniu produktów lub procesów produkcyjnych oraz błyskawicznej reakcji na zmiany w otoczeniu, zamiast biernego ich akceptowania. Istotne składniki tej elastyczności to zdolność do szybkiego reagowania na zmiany otoczenia i dynamiczny rozwój, pozwalający wyprzedzić konkurencję. Dodatkowo, kluczowe elementy elastyczności jest efektywny system zbierania opinii klientów i szybką reakcję na ich oczekiwania. Skrócone procesy decyzyjne oparte na płaskiej strukturze i pełnomocnictwach pracowników wykonawczych wspierają efektywne podejmowanie decyzji. Niewielka formalizacja w organizacji sprzyja szybkości działania, a redundancja zasobów chroni przed potencjalnymi zakłóceniami.[9]

Małe i średnie przedsiębiorstwa (MSP) oraz duże firmy różnią się pod wieloma względami, zwłaszcza pod kątem elastyczności. Duże przedsiębiorstwa z reguły dysponują większymi zasobami

finansowymi i technicznymi, co umożliwia im skuteczniejsze radzenie sobie z wyższym poziomem ryzyka. W przeciwieństwie do tego, małe i średnie przedsiębiorstwa wykazują zazwyczaj większą elastyczność oraz zdolność do dostosowywania się, umożliwiając im szybszą reakcję na zmiany zachodzące w branży i gospodarce niż ich większe odpowiedniki. Niemniej jednak, niezależnie od skali działalności, zarówno małe, jak i średnie, jak i duże przedsiębiorstwa muszą nieustannie dostosowywać się do dynamicznych warunków rynkowych i technologicznych, aby utrzymać konkurencyjność.[10]

- **Innowacyjność** stanowi kluczową cechę o ogromnym znaczeniu we współczesnym rynku. Termin "innowacyjność" odnosi się do zdolności firm i organizacji, do prowadzenia badań naukowych oraz tworzenia nowych, kreatywnych rozwiązań, pomysłów i koncepcji, które mają na celu doskonalenie procesów produkcyjnych oraz wprowadzanie nowości na rynku.[11]

Istnieje związek między rozmiarem przedsiębiorstwa a podejmowanymi działaniami innowacyjnymi. W większych firmach obserwuje się częstsze dążenie do wprowadzania korzystnych zmian, co przekłada się na większą skuteczność w tym obszarze. W tym samym czasie, duże korporacje wyróżniają się pod względem implementacji nowych rozwiązań produktowych, natomiast mikroprzedsiębiorstwa wykazują się specjalizacją w innowacyjnych procesach biznesowych.[12]

- **Społeczna odpowiedzialność**, znana także jako Corporate Social Responsibility (CSR), to podejście do zarządzania, w ramach którego przedsiębiorstwa aktywnie uwzględniają aspekty społeczne, środowiskowe oraz relacje z różnymi interesariuszami, zwłaszcza pracownikami, w swoich działaniach. Bycie społecznie odpowiedzialnym oznacza inwestowanie w rozwijanie kapitału ludzkiego, troskę o środowisko naturalne oraz budowanie pozytywnych relacji z otoczeniem firmowym, a także transparentne informowanie o tych inicjatywach. To podejście przyczynia się do zwiększenia konkurencyjności przedsiębiorstwa i tworzenia warunków sprzyjających zrównoważonemu rozwojowi społecznemu i gospodarczemu.[13]

Wielkość przedsiębiorstwa może wpływać na zaangażowanie w działania z zakresu Społecznej Odpowiedzialności Biznesu (CSR). Podejście do CSR w dużych korporacjach może istotnie odróżniać się od podejścia sektora Małych i Średnich Przedsiębiorstw (MSP), co związane jest z odmiennymi warunkami historycznymi oraz społeczno-gospodarczymi. Powszechnie przyjmuje się, że CSR jest głównie obszarem aktywności dużych firm, wynikając z ich odpowiednich zasobów finansowych, umożliwiających praktyczne wdrożenie filozofii społecznej odpowiedzialności.[14]

- **Zasobność** przedsiębiorstwa to pojęcie w dziedzinie zarządzania, które odnosi się do ilości, jakości i różnorodności zasobów, które firma posiada. To zasoby, takie jak wiedza, umiejętności pracowników i reputacja firmy. Stopień zasobności firmy ma wpływ na jej zdolność do konkurowania na rynku oraz osiągania sukcesów.

Ze względu na wielkość zatrudnienia i rozbudowaną strukturę to duże przedsiębiorstwa cechują się większą zasobnością. Ponadto, duże przedsiębiorstwa często posiadają stabilne finanse i zdolność do przyciągania wysoko wykwalifikowanej kadry, co dodatkowo umacnia ich pozycję na arenie biznesowej.

4. Przykłady firm wykorzystujących cechy jakościowe do osiągania konkurencyjności

W dzisiejszym globalnym środowisku biznesowym, gdzie konkurencja jest intensywna, firmy są zmuszone szukać nowych sposobów, aby wyróżnić się na rynku. Oprócz tradycyjnych aspektów, takich jak cena i efektywność operacyjna, coraz więcej firm zwraca uwagę na cechy jakościowe, aby zbudować swoją konkurencyjność. Te cechy obejmują nie tylko produkty i usługi, ale także aspekty związane z kulturą organizacyjną, innowacjami, obsługą klienta i zrównoważonym rozwojem.

a) Tesla

Tesla jako pionier w dziedzinie samochodów elektrycznych, doskonale wykorzystuje cechy jakościowe dla osiągnięcia konkurencyjności. Innowacyjność marki przejawia się nie tylko w zaawansowanej technologii elektrycznych pojazdów, ale również w systemie Autopilota, dążąc do autonomicznego prowadzenia. Tesla dąży do zrównoważonego rozwoju poprzez eliminację emisji spalin, ale także przez inwestycje w rozwój technologii baterii, magazynów energii i energetyki odnawialnej. W dynamicznym środowisku biznesowym dowodzi, że innowacyjność, zrównoważony rozwój i wysoka jakość są kluczowe dla długoterminowej przewagi konkurencyjnej.

b) Coca-Cola

Coca-Cola, globalny lider w branży napojów, osiąga konkurencyjność poprzez skuteczne wykorzystanie cech jakościowych. Silna marka, innowacyjność w wprowadzaniu nowych smaków i opakowań, oraz zrównoważony rozwój, widoczny w działaniach na rzecz ochrony środowiska, sprawiają, że firma utrzymuje lojalność klientów. Coca-Cola nie tylko dostarcza napoje, ale także kształtuje trendy rynkowe, reagując elastycznie na oczekiwania konsumentów i angażując się w odpowiedzialne praktyki biznesowe. Te elementy pozwalają jej utrzymać się na czele konkurencji w dynamicznym środowisku branży napojów.

c) McDonald's

Do globalnego sukcesu firmy McDonald's bez wątpienia przyczyniła się szybkość obsługi i łatwa dostępność. Koncepcja "McDrive" i rozbudowana sieć punktów sprzedaży umożliwiają tej marce utrzymanie wysokiej dostępności dla klientów, zapewniając im szybką i wygodną obsługę. Kolejnym ważnym elementem strategii tej firmy jest angażowanie się w społeczną odpowiedzialność.

McDonald’s od 2018 r. realizuje w Polsce globalną strategię, która zakłada działania na rzecz klimatu w wielu obszarach. Ich głównym celem jest ograniczenie wpływu na środowisko poprzez zamknięcie obiegu opakowań. Ponadto, podejmuje działania na rzecz zrównoważonego łańcucha dostaw, wspierając lokalnych dostawców i promując etyczne praktyki rolnicze.[15] W zakresie społeczności lokalnych, McDonald's angażuje się w liczne inicjatywy charytatywne i programy społeczne. Przykładowo, utworzył fundację (Fundacja Ronalda McDonalda), w której wszystkie działania koncentrują się na profilaktyce i wczesnej diagnostyce onkologicznej najmłodszych oraz poprawie warunków dzieci i rodziców w czasie leczenia w szpitalu.[16]

d) Google

Google, najpopularniejsza wyszukiwarka świata, osiąga konkurencyjność poprzez stałą innowacyjność, wprowadzając nowe technologie i usługi, a także skupiając się na doskonałości doświadczenia użytkownika. Firma ta angażuje również się w działania zrównoważonego rozwoju i społecznej odpowiedzialności. Od 2017 roku wykorzystuje energię pochodzącą w 100% ze źródeł odnawialnych. Wytrwale dąży do wprowadzenia nowych technologii, które pozwalają wytworzyć i magazynować energię w sposób bezemisyjny.[17] Firma inwestuje w projekty związane z energią odnawialną, redukcją emisji CO2, a także w programy edukacyjne i społeczne. Przykładowo, podpisali pierwszą na świecie korporacyjną umowę dotyczącą przyszłościowej energii geotermalnej.[18] Wszystkie te działania nie tylko poprawiają wizerunek marki, ale także przyciągają klientów, którzy coraz bardziej cenią sobie odpowiedzialne firmy.

Podsumowanie

Analizując cechy jakościowe w mikro, małych, średnich przedsiębiorstwach (MSP) oraz dużych przedsiębiorstwach, wyłaniają się kluczowe różnice pomiędzy tymi dwoma kategoriami firm. MSP, charakteryzujące się mniejszą skalą działalności, skupiają się na elastyczności, lokalnym wpływie i szybkiej adaptacji do zmian rynkowych. W przeciwieństwie do tego, duże przedsiębiorstwa, operujące na dużą skalę, cechują się stabilnością finansową, zaawansowanymi strukturami organizacyjnymi i globalnym zasięgiem. Obydwie kategorie firm mają swoje unikalne cechy, wpływające na strategie biznesowe oraz zdolność do radzenia sobie z dynamicznym otoczeniem rynkowym.

Summary

Analyzing qualitative characteristics in micro, small, medium-sized enterprises (SMEs) and large enterprises, key differences between the two categories of companies emerge. SMEs, characterized by smaller scale operations, focus on flexibility, local influence and quick adaptation to market changes. In contrast, large-scale operating companies are characterized by financial stability, advanced organizational structures and global reach. Both categories of companies have their own

unique characteristics, influencing their business strategies and ability to cope with a dynamic market environment.

BIBLIOGRAFIA

1. https://mfiles.pl/pl/index.php/Przedsi%C4%99biorstwo

2. Rozporzadzenie Komisji (UE) nr 651/2014

3. https://legalhut-www-prod.azurewebsites.net/blog/fundusze-zewnetrzne/przedsiebiorstwa-samodzielne-partnerskie-i-powiazane-a-status-msp

4. Ustawa z dnia 11 czerwca 2019 r. o prawie przedsiębiorców (Dz.U. 2019, poz. 1292)

5. Definicja mikroprzedsiębiorstw oraz małych i średnich przedsiębiorstw przyjęta przez komisję, artykuł 1, https://www.arp.gda.pl/plik,165,1-definicja-mikro-malych-i-srednich-przedsiebiorstw.pdf

6. https://pragmago.pl/porada/sektor-msp-w-polsce/

7. https://www.systim.pl/maly-czy-duzy-przedsiebiorca-dlaczego-warto-to-ustalic

8. https://mfiles.pl/pl/index.php/Przedsi%C4%99biorstwo

9. *Zarządzanie - kontekst strategiczny, kulturowy i zasobowy* Redaktor naukowy Mieczysław Przybyła, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej im. Oskara Langego we Wrocławiu Wrocław 2007 s.44

10. PRZEDSIĘBIORSTWO I REGION NR 7/2015 *Konkurencyjność sektora MŚP – rola i znaczenie klastrów* Alicja Majewska s.62-67

11. Co to jest innowacyjność w działalności przedsiębiorstw? - LEADERPRICE.PL

12. https://www.parp.gov.pl/component/content/article/83299:innowacje-jako-skuteczna-droga-rozwoju-polskich-biznesow-juz-4-na-5-firm-podejmuje-aktywnosc-innowacyjna

13. https://www.parp.gov.pl/csr

14. https://www.gov.pl/web/archiwum-inwestycje-rozwoj/spoleczna-odpowiedzialnosc-przedsiebiorstw-dla-malych-i-srednich-przedsiebiorstw

15. https://mcdonalds.pl/o-mcdonalds/jakosc-naszych-produktow/,

16. https://pl.linkedin.com/company/fundacja-ronalda-mcdonalda

17. https://www.infotech.com.pl/post/aktualnosci/jak-google-dba-o-srodowisko-naturalne

18. https://sustainability.google/intl/pl/carbon-free/#year-1998

Autori:
Elisabeta-Georgina Dumitras
email: elisadumitras6@gmail.com
Adina-Cosmina Racolciuc
email: adinaracolciuc6@gmail.com
Raluca-Naomi Sandu
email: sanduvraluca@gmail.com
Conducător științific: Marius-Sorin Ciubotariu
email: ciubotariumarius@yahoo.com
Universitatea „Ștefan cel Mare" din Suceava, România

ANALIZA BIBLIOMETRICĂ A INFLUENȚEI CAPITALULUI INTELECTUAL ASUPRA INOVĂRII AFACERILOR

BIBLIOMETRIC ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF INTELLECTUAL CAPITAL ON BUSINESS INNOVATION

Abstract: In the context of changes in the economy, innovation becomes central, providing organisations with the means to adapt and grow in the face of new challenges and opportunities. Through this study we aim to analyse the influence of intellectual capital on the level of innovation in business, based on the existing literature. In order to achieve this aim, we will analyse the individual infuence of intellectual capital components on innovation and identify a way to measure the level of business innovation using intellectual capital. Thus, we will conduct a systematic literature review and a bibliometric analysis of key research terms, following which we will build our database for the development of the index measuring the level of innovation. Our results will result in the development of an indicator to quantify the level of innovation of companies based on the results extracted from previously published studies.

Cuvinte cheie: bussines innovation, capital intelectual, nivel de inovare, capital uman, capital relațional, capital structural

Introducere

În ultimii ani, inovarea modelelor de afaceri a devenit un subiect de mare relevanță în contextul peisajului economic global, captând atenția nu doar a mediului academic, ci și a comunității de afaceri. În timp ce majoritatea cercetătorilor au încercat de-a lungul timpului să definească și să conceptualizeze procesul de inovare sau să își concentreze studiile în zona obținerii unor rezultate bazate pe cazuri, recent, mediul academic și cel de afaceri a solicitat să se efectueze analize mai generalizabile, investigații la scară largă și o mai mare sofisticare empirică, deoarece au ajuns la concluzia că potențialul asociat modelelor de afaceri rezidă din capacitatea acestora de a introduce elemente distincte și inovatoare, oferind, astfel, firmelor unicitate și prospețime care să le permită să

obțină un avantaj competitiv semnificativ, chiar și în cadrul piețelor (Clauss, 2017). Așadar, scopul acestui studiu este de a investiga și analiza influența capitalului intelectual asupra nivelului de inovare în cadrul afacerilor, având drept fundament literatura de specialitate existentă. În vederea îndeplinirii acestui scop, au fost conturate două obiective specifice care vizează analiza influentei individuale a fiecărei componente a capitalului intelectual asupra inovării și identificarea unei modalității de măsurare a nivelului de inovare al afacerilor cu ajutorul capitalului intelectual. Metodologia cercetării noastre constă într-o revizuire amănunțită a literaturii de specialitate, pe care o vom realiza prin intermediul unei analize bibliometrice a termenilor cheie ale cercetării, în urma căreia ne vom construi baza de date pentru dezvoltarea indicelui măsurare a nivelului de inovare. Rezultatele cercetării noastre se vor concretiza în dezvoltarea unui indice general pentru măsurarea inovației modelului de afaceri care va fi util pentru companiile care doresc să își cunoască nivelul existent de inovare. Prin studiul nostru vom contribui și la îmbogățirea literaturii de specialitate existente.

Revizuirea literaturii de specialitate

În contextul actual al economiei și al evoluției tehnologice tot mai accentuate, cercetarea privind cuantificarea nivelului de inovație în cadrul unei afaceri capătă o importanță din ce în ce mai mare. Dintr-o perspectivă teoretică și practică, această cercetare se bazează pe faptul că o competitivitate susținută depinde de punctele forte ale economiei bazate pe inovare și de ceea ce le determină (McGuirk et al., 2015). Inovarea joacă un rol important în supraviețuirea firmelor (Cefis & Marsili, 2006) şi este în general definită ca fiind „aplicarea comercială a noilor cunoștințe şi punerea în aplicare a ideilor”. Cu toate acestea, natura „evazivă”, precum și eterogenă a inovării a generat o dezbatere aprinsă în rândul cercetătorilor cu privire la definirea sa clară și evaluarea adecvată a impactului său (Bagna et al., 2021). Ceea ce unii autori consideră a fi element inovator în cadrul unor companii, poate avea o interpretare diferită pentru alții, în funcție de particularitățile sectorului de activitate sau ale domeniului de studiu. Din cauza acestei incertitudini, cercetarea în domeniul inovării afacerilor a condus la adoptarea unor abordări variate și tehnici de analiză care reflectă complexitatea și volatilitatea procesului de inovare în diferite contexte sociale și organizaționale (Russell & Smorodinskaya, 2018). Iar, pentru a obține o mai bună cunoaștere a modului în care inovarea contribuie la dezvoltarea organizațională și la progresul societății, dezbaterile se axează frecvent pe cele mai eficiente modalități de măsurare, clasificare și gestionare a inovării.

În contextul evoluției conceptului de inovație, Mention, (2012) a propus o taxonomie a indicatorilor cheie pentru măsurarea inovării, fapt ce relevă patru generații distincte, fiecare marcând o fază semnificativă în abordarea complexă a acestui fenomen. În primă fază, inovarea s-a concentrat pe analiza factorilor de intrare în procesul inovativ, evidențiind cheltuielile cu cercetarea și dezvoltarea, personalul specializat în știință și tehnologie, capitalul investit și intensitatea tehnologică. În

următoarea etapă, cercetările au extins perspectiva prin introducerea indicatorilor de ieșire, focalizându-se pe realizările intermediare ale activităților științifice și tehnologice (Schot & Steinmueller, 2018). Această etapă a inclus în analize și elemente, precum brevetele, publicațiile, produsele inovatoare și schimbările calitative generate de acestea. Ulterior, în următoarea fază s-au inclus și o gamă extinsă de factori, cum sunt cunoștințele, activele necorporale, rețelele de colaborare, cererea de pe piață etc.

În plus, în cadrul teoriei centrale a inovării a fost introdus și conceptul de capital intelectual, care a fost pus în echivalență cu termenul de inovare (Storper & Scott, 2008). Capitalul intelectual fost definit de James Chen (2021), ca fiind ansamblul tuturor resurselor informaționale pe care o companie le are la dispoziție, care pot fi utilizate pentru a genera profituri, pentru a câștiga noi clienți, pentru a crea produse noi sau pentru a îmbunătăți în alt mod afacerea. Este suma expertizei angajaților, a proceselor organizaționale și a altor elemente intangibile care contribuie la rezultatul final al unei companii. Ulterior, mai mulți autori au definit conceptual componentele capitalului intelectual (Management Association, (2011); Ramírez Córcoles et al., (2011), Roos et al., (2001), Ahmed & Zairi, (2000), Todericiu & Şerban, (2015)) și au ajuns la concluzia că acesta poate fi delimitat în trei mari trei mari categorii, și anume: capitalul uman, structural (organizațional) și relațional.

Potrivit studiilor analizate am constat că activele intangibile dețin o influență semnificativă asupra capitalului intelectual, deoarece au fost considerate, de majoritatea autorilor, un concept cheie în măsurarea inovării afacerilor (Bavdaž et al., 2023). Potrivit lui (Abdulsalam et al., 2011), activele necorporale sunt descrise ca fiind „acele resurse care nu au o existență fizică, dar care dau valoare companiei”, sistematizate în cadrul literaturii de specialitate, în acte identificabile și neidentificabile, prezentate în cadrul figurii de mai jos:

Figura 1.
Clasificarea activelor intangibile

Sursa: Prelucrare proprie după (Cosmulese et al., 2021).

În urma analizei atente a literaturii de specialitate, se dezvăluie implicații semnificative și perspective relevante ale acestor categorii, reliefând conexiunile esențiale dintre capitalul intelectual și capacitățile inovatoare ale organizațiilor, aspecte prezentate în cadrul tabelului nr. 1:

Tabelul 1.

Meta-analiză a literaturii de specialitate privind inovarea afacerilor

Anul apariției autor	**Titlu articol**	**Scop, obiective**	**Rezultate și implicații**
(Lubacha, 2023)	The Role of Regional Intangible Assets for the Innovation Activity of Enterprises: The case of Polish Regions	Scopul principal al cercetării este identificarea modelelor de inovare în întreprinderile din regiunile poloneze și a factorilor specifici unei anumite activități de inovare.	Capitalul uman s-a dovedit a fi pozitiv legat de activitatea internă și externă de cercetare și dezvoltare, iar conceptul de învățare pe tot parcursul vieții (unul dintre indicatorii capitalului uman) are o legătură pozitivă cu achiziția de mașini și software.
(Rammer, 2023)	Measuring process innovation output in firms: Cost reduction versus quality improvement	Scopul articolului este de a discuta modalitățile de măsurare a rezultatelor inovării în procese la nivel de firmă, utilizând indicatori cantitativi.	Analiza a arătat faptul că firmele obțin două tipuri distincte de rezultate din inovarea proceselor: reducerea costurilor și îmbunătățirea calității, acestea reprezentând indicatori utili pentru a reflecta tipul și amploarea rezultatelor obținute de către firme în urma eforturilor lor de inovare în procese.
(Huang et al., 2023)	Intended and unintended effects of mandatory R&D disclosure on innovation outcomes	Acest studiu își propune să descopere efectele reale (atât intenționate, cât și neintenționate) ale dezvăluirii obligatorii în domeniul cercetării și dezvoltării.	Cercetarea și dezvoltarea, considerate motorul inovației, reprezintă criteriul de evaluare al succesului în inovare al firmelor și a rentabilității viitoare. Politicile de reglementare și de divulgare au un impact pozitiv asupra inovației prin dezvăluirile voluntare de cercetare și dezvoltare, în timp ce impactul reglementărilor obligatorii privind divulgarea cercetării și dezvoltării asupra inovației corporative necesită cercetare suplimentară.
(Neves et al., 2021)	The link between intellectual property rights, innovation, and growth: A meta-analysis	Scopul principal este de a detecta unii factori potențiali care determină diferențele dintre concluziile studiilor și, astfel, să aibă o mai bună înțelegere a naturii	Studiile arată că drepturile de proprietate intelectuală (DPI) încurajează și are un impact pozitiv asupra inovației și creșterii economice. Însă, efectul DPI asupra inovației variază în funcție de nivelul de dezvoltare al țărilor. Astfel, este mai slabă în țările în curs de dezvoltare, unde

		legăturilor DPI – inovare – creștere.	investițiile în activități inovatoare sunt reduse și este de preferat să se imite inovațiile externe, decât în țările dezvoltate.
(Kalkan et al., 2014)	The Impacts of Intellectual Capital, Innovation and Organizational Strategy on Firm Performance	Scopul principal este de a oferi o dovadă empirică a relațiilor dintre capitalul intelectual și performanța firmelor prin identificarea efectelor capitalului intelectual, inovației și strategiei organizaționale asupra performanței întreprinderii.	Autorii studiilor cercetate au descoperit că investitorii pot pune o valoare diferită pe cele trei componente ale eficienței creării de valoare (capitalul fizic, capitalul uman și capitalul structural). În cele din urmă, sunt prezentate dovezi conform cărora cheltuielile cu cercetarea și dezvoltarea pot cuprinde informații suplimentare privind capitalul structural și au un efect pozitiv asupra valorii firmelor și a rentabilității.
(Bagna et al., 2021)	Innovation through Patents and Intangible Assets: Effects on Growth and Profitability of European Companies	Studiul vizează investigarea efectelor dezvoltării brevetelor asupra performanței firmei ca active necorporale care sunt înscrise în registrele firmelor pe baza cerințelor efective derivate din IAS 38- Imobilizări necorporale și IFRS 3 - Combinații de întreprinderi.	Această contribuție discută efectele care apar prin realizarea unei distincții între diferitele forme de brevete, luând în considerare două dimensiuni: extinderea investițiilor vs. aprofundarea investițiilor și aplicarea investițiilor specifice vs. investițiilor cu scop general. Se remarcă o creștere a companiilor, pe măsură ce acestea își cresc investițiile în active intangibile și își lărgesc simultan portofoliul de activități.

Sursa: Prelucrare proprie după literatura de specialitate.

În urma revizuirii literaturii de specialitate subliniem importanța capitalului uman în activitatea de cercetare și dezvoltare, evidențiind, totodată, avantajele inovației la nivel de procese. De asemenea, constatăm faptul că activitatea de cercetare și dezvoltare, considerată a fi motorul inovației, constituie un criteriu esențial în evaluarea succesului în inovare al firmelor și a rentabilității viitoare. Expansiunea firmelor devine evidentă odată cu majorarea investițiilor în active intangibile și diversificarea concomitentă a portofoliului de activități.

Metodologia cercetării

În vederea identificării direcțiilor principale de cercetare abordate de cercetători cu privire la inovarea afacerilor financiare am efectuat o analiză bibliometrică care are ca scop evidențierea temelor des întâlnite în acest domeniu. Iar pentru a atinge acest obiectiv de cercetare, am adoptat o abordare de screening bibliometric, utilizând software-ul VOSviewer. În urma prelucrării bazei de date alcătuită din totalul lucrărilor extrase de pe Web Of Sciences ne-au rezultat 5497 de lucrări relevante pentru subiectul nostru. Perioada de timp pe care noi am considerat-o relevantă pentru studiul nostru a fost

cea din 2005 până în 2022. Așadar, rezultatele au fost obținute prin filtrarea lucrărilor de pe platforma Web Of Sciences în funcție de o serie de termeni cheie după cum urmează „business innovation”,”research and development expenses”, „intellectual properity”, „intellectual capital”, „human capital”, „structural capital”, „relational capital”, „brand”, „patents”, „intangible assets”, etc.

Analiza bibliometrică a direcțiilor principale de cercetare cu privire la inovarea afacerilor

După cum s-a subliniat în secțiunea metodologie de cercetare a acestei lucrări, pentru a selecta baza de date pentru analiză, s-a efectuat o interogare a lucrărilor în platforma Web of Sciences utilizând termenii „business innovation” și elementele componente rezultate din revizuirea literaturii de specialitate. La crearea hărții cluster legate de business innovation, au rezultat 970 de termeni cheie care au atins pragul de cel puțin 5 apariții, dintre care doar 128 au fost selectate, iar cuvintele considerate irelevante pentru cercetarea noastră, cum ar fi „antitrust”, „agricultura”, „antecedente”, „film”, „printare 3D” și altele au fost eliminate. Figura nr. 2 afișează rețeaua formată din 10 clustere, fiecare dintre ele fiind atribuită unei culori specifice, permițându-ne să diferențiem cu ușurință cuvintele cheie care aparțin unui anumit cluster, precum și semnificația legăturii lor cu cuvântul cheie de bază „business innovation”, toate acestea fiind construite din valorile atributului link-urilor și a atributului de rezistență totală a legăturii, care reflectă frecvența conexiunilor unui anumit cuvânt cheie cu alte cuvinte cheie, adică puterea lor. Astfel, se poate observa că în rețeaua cluster, reprezentarea cea mai proeminentă are termenul de „intellectual property”, deoarece este pus în echivalență cu termenul de inovare (Storper & Scott, 2008).

Figura 4.

Rețeaua termenilor-cheie relevanți cercetării referitoare la inovarea afacerilor generată de pe Web of Sciences

Sursa: Prelucrare proprie în VOSviwer.

Din figura nr. 2, se poate observa o legătură strânsă între termenii „inteligență artificială”, „active intangibile” și „inovarea afacerilor”, fapt ce ne indică direcțiile evolutive ale cercetării și practicii în contextul actual al transformării digitale și a schimbărilor accelerante ale mediul de afaceri. În cadrul modelelor de afaceri contemporane (Moore, 2006) se examinează cum integrarea inteligența artificială și activele intangibile pot consolida poziția organizației într-un context de colaborare și interconectare, influențând durabilitatea și succesul pe termen lung. Se poate vedea, de asemenea, o legătură destul de semnificativă între conceptul de capital intelectual și diverse aspecte ce țin de capitalul uman („atitudini”, „creativitate”, „cultura”, „educație”, „inteligență”), capital structural/organizațional („mărci”, „branding”, „drepturi de autor”, „proprietate industrială”, „know-how”, „brevete”), precum și capitalul relațional („reputație”, „lanț de aprovizionare”, „cota de piață”), aspect susținut de autori precum Drucker, (2014), Davenport, (2015), Harris et al., (2011), Mention, (2012) și Evans, (2015), care au analizat impactul capitalului uman asupra performanței organizaționale, subliniind necesitatea dezvoltării competențelor angajaților. De asemenea, ei au demonstrat că investițiile în proprietate industrială și brevete influențează pozitiv nivelul de inovare în cadrul companiilor, iar rolul capitalului relațional influențează loialitatea clienților și, implicit, performanța generală a afacerilor.

Discuții și rezultate

Într-un peisaj de afaceri caracterizat prin dinamism și evoluție constantă, inovația devine un pilon esențial pentru succesul și sustenabilitatea organizațiilor. Pornind de la analiza atentă a literaturii de specialitate și de la rezultatele generate în urma analizei bibliometrice realizate în secțiunea anterioară, am considerat relevant construirea unui indicator care să sintetizeze complexitatea și diversitatea conceptelor asociate inovației în mediul de afaceri contemporan și care să conducă la cuantificarea nivelului de inovare existent în cadrul companiilor.

În acest sens, în vederea îndeplinirii acestui obiectiv am pornit de la o analiză riguroasă a termenilor cheie extrași din baza de date a analizei bibliometrice, pe care i-am clasificat în categoriile capitalului intelectual identificate și prezentate în cadrul revizuirii literaturii de specialitate, integrând totodată și frecvențele dintre termenii cheie semnificativi, obținuți în urma analizei bibliometrice, pentru a oferi o măsură cuantificabilă a gradului de inovare. Plecând, totodată, și de la lucrările semnificative ale cercetătorilor notabili precum (Cronje & Moolman, 2013) și (Abeysekera & Guthrie, 2002) în cadrul cărora ei au identificat modul în care companiile recunosc și raportează existența capitalului intelectual în organizațiile lor, în tabelul de mai jos am sintetizat atributele cheie ale celor trei categorii ale capitalului intelectual și a principalilor indicatori de performanță.

Tabelul 2.

Atributele capitalului intelectual

Atributele capitalului uman	**Atributele capitalului structural**	**Atributele capitalului relațional**
Cunoştinţe Educaţie Nivel de calificare Aptitudini Talent Competențe legate de muncă Expertiză legată de muncă Inovație Proactivitate Spirit antreprenorial Alte atribute (Profesionalism, Experienţă)	Proprietate intelectuală - Brevete - Drepturi de autor - Mărci comerciale - Acorduri de licență - Alte drepturi de afaceri Active de infrastructură - Filosofia managementului - Cultură corporatistă - Procese de management - Procesele informaționale - Sisteme de rețea - Cercetare și dezvoltare - Conducere - Relații financiare Alte atribute (Tehnologii, Procesele de Afaceri, Atribute cheie de management)	Mărci Lista clienților Loialitatea clienților Colaborări în afaceri Cotă de piață Lanț de aprovizionare Canale de distributie Reputatie Relațiile cu părțile interesate Comunicare și informare Fuziuni si achiziții Asocieri în participație Alte atribute (Parteneriate strategice, Imagine corporativă)

Sursa: Prelucrare proprie după (Cronje & Moolman, 2013).

Pornind de la tabelul nr. 2, am elaborat în continuare un indicator destinat măsurării nivelului de inovare în cadrul mediului de afaceri pe baza literaturii de specialitate. Acest demers a presupus o selecție meticuloasă a termenilor cheie, extrași din baza de date generată de VOSviewer și o grupare a acestora pe componentele capitalului intelectual (uman, relațional, structural), ținând cont de atributele prezentate anterior. Mai apoi, am consolidat frecvențele asociate tuturor termenilor selectați pe 5 intervale cărora le-am acordat un scor de la 1 la 5. Ulterior, am cumulat numărul de apariții ale elementelor componente asociate fiecărui tip de capital în parte și le-am încadrat în intervalele de frecvență prestabilite, selecție rezumată, în tabelul nr. 3, care evidențiază clar distribuția termenilor cheie și a frecvențelor asociate.

Tabelul 3.

Componentele capitalului intelectual grupat pe intervale de frecvență

Intervale de frecvență	Scor	Numărul de apariții ale elementelor componente ale capitalului uman	Numărul de apariții ale elementelor componente ale capitalului structural	Numărul de apariții ale elementelor componente ale capitalului relațional	Numărul de apariții totale ale capitalului intelectual
5-30	1	123	323	620	1066
31-55	2	0	189	323	1024
56-80	3	0	335	254	1767
81-104	4	101	83	0	736

105-128	5	223	0	0	1115
Total		1642	2038	2028	5708

Sursa: Prelucrare proprie.

Tabelul prezentat mai sus, furnizează o analiză detaliată a distribuției numărului de apariții ale elementelor componente ale capitalului uman, relațional și structural, în literatura de specialitate. Analizând informațiile prezentate în tabelul nr. 3, observăm că elementele capitalului relațional, din primele două intervale, dețin cel mai mare număr de apariții, fapt ce denotă un interes ridicat al discuțiilor academice privind inovarea în afaceri, fiind considerate aspecte de bază în stabilirea unui nivel practic de inovare. În schimb, în intervalul trei, valoarea cea mai mare este deținută de către elementele capitalului structural, iar în intervalele 4 și 5, capitalul uman deține numărul cel mai mare de apariții în literatura de specialitate analizată pentru cercetarea noastră. Prin cumularea elementelor componente ale capitalului uman, relațional și structural de pe fiecare interval de frecvență în parte și prin multiplicarea acestuia cu scorul aferent, am obținut valoarea totală a capitalului intelectual. Pentru a ne contura o imagine mai cuprinzătoare asupra aspectelor prezentate anterior, am extras din tabelul nr. 3, elementele care dețin cel mai mare număr de apariții și le-am organizat într-un alt tabel, conform următoarei structuri:

Tabelul 4.

Numărul cel mai mare de apariții din totalul elementelor capitalului intelectual

Scor	Numărul de apariții multiplicat cu scorul aferent intervalelor			Ponderea în capitalul intelectual total
	Capitalul uman	Capitalul structural	Capitalul relațional	
1	-	-	620	16,36%
2	-	-	646	17,04%
3	-	1005	-	26,52%
4	404	-	-	10,66%
5	1115	-	-	29,42%
Capital intelectual		3790		100%

În cadrul tabelului nr. 4 am efectuat o selecție a datelor prezentate anterior (Tabelul nr. 3), în funcție de cea mai mare valoare a numărului de apariții a capitalelor uman, relațional și structural în literatura de specialitate, valori ce le-am multiplicat cu scorul asociat fiecărui interval de frecvență. Capitalul intelectual total a rezultat din cumularea valorilor obținute în urma multiplicării. Ulterior, pentru a vedea influența acestor valori asupra nivelului general de inovare al afacerilor am calculat și ponderea lor în total capital intelectual. Astfel, observăm că elementele capitalului uman aferent scorului 5 deține ponderea cea mai ridicată în capitalul intelectual total (29,42%), cu 1115 apariții. Această constatare subliniază rolul crucial al capitalului uman în generarea și facilitarea inovației în organizație. Această componentă se referă la abilitățile, cunoștințele, experiența și creativitatea

angajaților din organizație și reprezintă resursa fundamentală prin intermediul căreia inovația poate fi stimulată și dezvoltată. Angajații bine pregătiți și motivați au capacitatea de a aduce idei noi, de a rezolva probleme complexe și de a contribui la procesul continuu de îmbunătățire a inovației în cadrul organizației. O influență semnificativă asupra gradului de inovare o deține capitalul structural cu o pondere de 26,52% și cu un număr de apariții egal cu 1005, acest aspect subliniază faptul că resursele intangibile, cum ar fi proprietatea intelectuală și infrastructura companiei, reprezintă un fundament esențial pentru generarea și facilitarea inovației. Din analiza noastră, ne-a rezultat faptul că elementele din cadrul capitalului relațional dețin o pondere relativ scăzută comparativ cu celelalte tipuri de capital, cu o importanță semnificativă asupra inovării, deoarece influențează relațiile, parteneriatele și rețelele interpersonale care conduc la succesul și reziliența organizației.

Pe baza acestor informații, am dezvoltat următoarea ecuație ce reprezintă un indice de măsurare a nivelului de inovare al afacerilor:

Indicele de Inovare = Scor * Valoarea capitalului relațional + Scor * Valoarea capitalului structural + Scor * Valoarea capitalului uman

Ecuația prezentată mai sus constituie o modalitate de a cuantifica aportul capitalului uman, relațional și structural asupra nivelului de inovare al afacerilor. Prin urmare, acest indice dezvoltat contribuie la furnizarea unor repere clare pentru evaluarea potențialului de inovare al unei companii. Prin interpretarea valorii rezultate, organizația poate identifica punctele forte și deficiențele sale și poate să-și îmbunătățească resursele pentru a deveni mai inovatoare. De exemplu, un indice mai mare poate indica un echilibru sănătos între resursele umane, relaționale și structurale, indicând un mediu propice inovării. Acest indice poate servi, totodată, ca instruments de benchmarking, care va permite organizației să se compare cu alte entități similare din industrie. Astfel, înțelegerea corelației dintre capitalul intelectual și gradul de inovare devine crucială în dezvoltarea și implementarea strategiilor de afaceri.

Concluzii

În contextul economic global în schimbare rapidă, inovarea modelelor de afaceri a devenit esențială pentru obținerea unui avantaj competitiv, deoarece necesită o adaptare continuă la dinamica, cerințele și posibilitățile în schimbare ale pieței. În acest mediu dinamic, inovarea modelelor de afaceri ar trebui să cuprindă nu numai lansarea de noi bunuri sau servicii, ci și dezvoltarea unui instrument de evaluare a nivelurilor interne de inovare și de predicție a acestora pentru a determina prioritățile de alocare a resurselor deținute de organizației. Astfel, eforturile noastre de a conecta nivelul de inovare al capitalului intelectual răspunde cerinței de a oferi analize mai generalizabile și sofisticate empiric pentru mediul academic și de afaceri, contribuind astfel la înțelegerea complexă a relațiilor dintre inovare, capital intelectual și succesul pe termen lung al organizațiilor.

Studiul nostru a abordat această provocare prin construirea unui indicator complex, menit să măsoare nivelul de inovare al mediului de afaceri contemporan. Pornind inițial de la analiza atentă a literaturii de specialitate și de la rezultatele generate în urma analizei bibliometrice am constituit baza de date necesară dezvoltării acestui indicator. După care am selectat termenii cheie și am efectuat o grupare a acestora pe componentele capitalului intelectual (uman, relațional, structural). Ulterior, am reanalizat elementele capitalului în funcție de cea mai mare valoare a numărului de apariții, valori ce le-am multiplicat cu scorurile aferente fiecărui nivel de frecvență, rezultând, astfel, ecuația generală a capitalului intelectual total, care reprezintă rezultatul cercetării noastre, și anume, un indice care cuantifică aportul capitalului uman, relațional și structural asupra nivelului de inovare al afacerilor

În concluzie, indicele de inovare dezvoltat poate servi ca un instrument esențial pentru evaluarea potențialului de inovare al unei companii și pentru identificarea punctelor forte și deficiențelor organizației care au o influență directă asupra gradului de inovare Așadar, acest studiu oferă o contribuție semnificativă în acest sens, deoarece furnizează organizațiilor instrumentele necesare pentru a naviga cu succes în peisajul competitiv al inovației.

REFERINȚE BIBLIOGRAFICE

1. Abdulsalam, F., Al-Qaheri, H., & Al-Khayyat, R. (2011). The Intellectual Capital Performance of KuwaitiBanks: An Application of vaicTM1 Model. *iBusiness*, *03*(01), 88–96. https://doi.org/10.4236/ib.2011.31014
2. Abeysekera, I., & Guthrie, J. (2002). An Updated Review of Literature on Intellectual Capital Reporting. *SSRN Electronic Journal*. https://doi.org/10.2139/ssrn.1362158
3. Ahmed, P. K., & Zairi, M. (2000). Innovation: A Performance Measurement Perspective. În J. Tidd, *Series on Technology Management* (Vol. 3, pp. 257–294). PUBLISHED BY IMPERIAL COLLEGE PRESS AND DISTRIBUTED BY WORLD SCIENTIFIC PUBLISHING CO. https://doi.org/10.1142/9781860943058_0010
4. Azamat, K., Galiya, J., Bezhan, R., & Nurdana, Z. (2023). The impact of intangible assets on the value of FMCG companies worldwide. *Journal of Innovation & Knowledge*, *8*(1), 100330. https://doi.org/10.1016/j.jik.2023.100330
5. Bagna, E., Cotta Ramusino, E., & Denicolai, S. (2021). Innovation through Patents and Intangible Assets: Effects on Growth and Profitability of European Companies. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, *7*(4), 220. https://doi.org/10.3390/joitmc7040220
6. Bavdaž, M., Bounfour, A., Martin, J., Nonnis, A., Perani, G., & Redek, T. (2023). Measuring Investment in Intangible Assets. În G. Snijkers, M. Bavdaž, S. Bender, J. Jones, S. MacFeely, J. W. Sakshaug, K. J. Thompson, & A. V. Delden (Ed.), *Advances in Business Statistics, Methods and Data Collection* (1 ed, pp. 79–103). Wiley. https://doi.org/10.1002/9781119672333.ch5
7. Cefis, E., & Marsili, O. (2006). Survivor: The role of innovation in firms' survival. *Research Policy*, *35*(5), 626–641. https://doi.org/10.1016/j.respol.2006.02.006
8. Clauss, T. (2017). Measuring business model innovation: Conceptualization, scale development, and proof of performance. *R&D Management*, *47*(3), 385–403. https://doi.org/10.1111/radm.12186

9. Coad, A., & Rao, R. (2008). Innovation and firm growth in high-tech sectors: A quantile regression approach. *Research Policy*, *37*(4), 633–648. https://doi.org/10.1016/j.respol.2008.01.003
10. Cosmulese, C. G., Socoliuc, M., Ciubotariu, M.-S., Grosu, V., & Mateş, D. (2021). Empirical Study on the Impact of Evaluation of Intangible Assets on the Market Value of the Listed Companies. *E+M Ekonomie a Management*, *24*(1), 84–101. https://doi.org/10.15240/tul/001/2021-1-006
11. Cronje, C. J., & Moolman, S. (2013). Intellectual capital: Measurement, recognition and reporting. *South African Journal of Economic and Management Sciences*, *16*(1), 1–12. https://doi.org/10.4102/sajems.v16i1.244
12. Davenport, T. H. (2015). Foreword by Thomas H. Davenport. În *Practical Predictive Analytics and Decisioning Systems for Medicine* (p. xv). Elsevier. https://doi.org/10.1016/B978-0-12-411643-6.00062-4
13. Drucker, P. (2014). *Innovation and Entrepreneurship* (0 ed). Routledge. https://doi.org/10.4324/9781315747453
14. Evans, K. (2015). The Second Machine Age: Work, Progress, and Prosperity in a Time of Brilliant Technologies. *Journal of Business & Finance Librarianship*, *20*(3), 244–246. https://doi.org/10.1080/08963568.2015.1044355
15. Harris, J. G., Craig, E., & Light, D. A. (2011). Talent and analytics: New approaches, higher ROI. *Journal of Business Strategy*, *32*(6), 4–13. https://doi.org/10.1108/02756661111180087
16. Huang, D., Liu, B., Chan, K. C., & Chen, Y. (2023). Intended and unintended effects of mandatory R&D disclosure on innovation outcomes. *Economic Modelling*, *119*, 106144. https://doi.org/10.1016/j.econmod.2022.106144
17. Kalkan, A., Bozkurt, Ö. Ç., & Arman, M. (2014). The Impacts of Intellectual Capital, Innovation and Organizational Strategy on Firm Performance. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, *150*, 700–707. https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.09.025
18. Kou, M., Yang, Y., & Chen, K. (2020). The impact of external R&D financing on innovation process from a supply-demand perspective. *Economic Modelling*, *92*, 375–387. https://doi.org/10.1016/j.econmod.2020.01.016
19. Lubacha, J. (2023). The Role of Regional Intangible Assets for the Innovation Activity of Enterprises: The case of Polish Regions. *Journal of the Knowledge Economy*. https://doi.org/10.1007/s13132-023-01127-w
20. Management Association, I. R. (Ed.). (2011). *Global Business: Concepts, Methodologies, Tools and Applications*. IGI Global. https://doi.org/10.4018/978-1-60960-587-2
21. McGuirk, H., Lenihan, H., & Hart, M. (2015). Measuring the impact of innovative human capital on small firms' propensity to innovate. *Research Policy*, *44*(4), 965–976. https://doi.org/10.1016/j.respol.2014.11.008
22. Mention, A.-L. (2012). Intellectual Capital, Innovation and Performance: A Systematic Review of the Literature. *Business and Economic Research*, *2*(1). https://doi.org/10.5296/ber.v2i1.1937
23. Montresor, S., & Vezzani, A. (2016). Intangible investments and innovation propensity: Evidence from the Innobarometer 2013. *Industry and Innovation*, *23*(4), 331–352. https://doi.org/10.1080/13662716.2016.1151770
24. Moore, J. F. (2006). Business Ecosystems and the View from the Firm. *The Antitrust Bulletin*, *51*(1), 31–75. https://doi.org/10.1177/0003603X0605100103

25. Neves, P. C., Afonso, O., Silva, D., & Sochirca, E. (2021). The link between intellectual property rights, innovation, and growth: A meta-analysis. *Economic Modelling*, *97*, 196–209. https://doi.org/10.1016/j.econmod.2021.01.019
26. Ramírez Córcoles, Y., Santos Peñalver, J. F., & Tejada Ponce, Á. (2011). Intellectual capital in Spanish public universities: Stakeholders' information needs. *Journal of Intellectual Capital*, *12*(3), 356–376. https://doi.org/10.1108/14691931111154689
27. Rammer, C. (2023). Measuring process innovation output in firms: Cost reduction versus quality improvement. *Technovation*, *124*, 102753. https://doi.org/10.1016/j.technovation.2023.102753
28. Roos, G., Bainbridge, A., & Jacobsen, K. (2001). Intellectual capital analysis as a strategic tool. *Strategy & Leadership*, *29*(4), 21–26. https://doi.org/10.1108/10878570110400116
29. Russell, M. G., & Smorodinskaya, N. V. (2018). Leveraging complexity for ecosystemic innovation. *Technological Forecasting and Social Change*, *136*, 114–131. https://doi.org/10.1016/j.techfore.2017.11.024
30. Schot, J., & Steinmueller, W. E. (2018). Three frames for innovation policy: R&D, systems of innovation and transformative change. *Research Policy*, *47*(9), 1554–1567. https://doi.org/10.1016/j.respol.2018.08.011
31. Storper, M., & Scott, A. J. (2008). Rethinking human capital, creativity and urban growth. *Journal of Economic Geography*, *9*(2), 147–167. https://doi.org/10.1093/jeg/lbn052
32. Todericiu, R., & Şerban, A. (2015). Intellectual Capital and its Relationship with Universities. *Procedia Economics and Finance*, *27*, 713–717. https://doi.org/10.1016/S2212-5671(15)01052-7

Master students:
[1]Ana Frunza
email: frunza.ana.egda@ase.md
[2]Lilia Rusu
email: pogor.lilia@ase.md
Speciality:
Accounting and Auditing
Supervisor:
[3]Rodica Cusmaunsa, Doctor of Economic Sciences,
Associate Professor
cusmaunsa.rodica.gheorghe@ase.md
Academy of Economic Studies of Moldova
MD-2005, Republic of Moldova, Chişinău, str., Mitropolit Gavriil Bănulescu Bodoni, 61

THE JUST-IN-TIME METHOD – A NEW APPROACH TO PRODUCTION MANAGEMENT

METODA JUST-IN-TIME – O NOUĂ ABORDARE A MANAGEMENTULUI PRODUCȚIEI

Abstract: In the context of globalization and the perpetual transformations in the economy of the Republic of Moldova, under the impact of information processing technologies and the involvement of the client in determining the selling price, it is increasingly problematic for managers to make decisions, conditioning them to apply modern methods in the decision-making process. The article contains a detailed analysis of advantages and disadvantages of the Just-in-Time method compared to traditional methods in calculating the effective cost of manufactured products and the role of this method. The case study transposes the calculation method and serves as a support for practitioners in order to ascertain the differences that occur in determining the cost of finished products and in progress.

Key words: calculation method, Just-in-Time, performance, material costs, conversion costs.

Introduction: In the dynamic world of production and management, a revolutionary approach to cost management and production processes has emerged in recent decades – the Just-in-Time Method, known by the acronym JIT.

This method represents a contemporary approach in modern management, utilizing both qualitative and quantitative administrative techniques to determine significant strategic and operational management solutions [4, p. 209].

While traditional production systems rely on large inventories, detailed planning, and extensive production processes, JIT adopts a completely different, yet simple and profound philosophy: delivering products or services at the exact moment they are needed, thus avoiding

unnecessary inventories and the associated costs. By eliminating waste and focusing on the continuous flow of production, JIT promotes efficiency, quality, and the profitability of the entity through the reduction of its costs.

1. Aspecte și delimitări conceptuale ale metodei JIT.

Premisele apariției metodei JIT:

Metoda JIT a apărut ca răspuns la mai multe premise-cheie în mediul de producție: [7]

✓ Reducerea stocurilor: O primă premisă a apariției JIT a fost necesitatea de a reduce stocurile de materii prime, produse semifinite și produse finite. Stocurile mari implică costuri ridicate de depozitare și gestionare, ceea ce a condus la căutarea unei metode pentru a le reduce.

✓ Eliminarea risipei: JIT a fost dezvoltată pentru a elimina orice formă de risipă din procesul de producție. Risipa poate include supraproducția, timpul de așteptare, transportul inutil ș.a. Premisa era că eliminarea acestei risipe va duce la eficiență crescută și costuri mai mici.

✓ Producția la cerere: O altă premisă importantă a JIT a fost tranziția de la producția bazată pe prognoze la producția bazată pe cerere reală. JIT a fost dezvoltată pentru a sincroniza producția cu cererea de pe piață, reducând astfel supra-stocurile și costurile asociate acestora.

✓ Calitatea ca prioritate: Premisa a fost că calitatea produselor este esențială pentru succesul pe termen lung al unei organizații. JIT pune accent pe identificarea și eliminarea defectelor în timp real, pentru a asigura calitatea produselor.

✓ Managementul relațiilor cu furnizorii: JIT necesită relații solide cu furnizorii, deoarece livrarea la timp a materiilor prime este crucială. Colaborarea strânsă cu furnizorii a fost o altă premisă pentru implementarea cu succes a JIT. [7]

Aceste premise-cheie au condus la dezvoltarea metodei JIT și la transformarea sa într-un instrument eficient pentru gestionarea producției și a lanțului de aprovizionare.

Esența metodei JIT

JIT se bazează pe principiul eliminării risipei în procesul de producție. Acest concept poate fi asociat cu ideile lui Adam Smith, unul dintre pionierii economiei, care a subliniat importanța utilizării eficiente a resurselor. JIT urmărește să producă bunuri și servicii numai atunci când există o cerere reală. Această abordare este în concordanță cu teoria cererii și ofertei, dezvoltată de filozofi economici precum John Stuart Mill, care subliniază importanța alinierii producției cu cerințele pieței. O atenție deosebită este îndreptată spre asigurării calității produselor. Această perspectivă se aliniază cu ideile lui W. Edwards Deming, un expert în controlul calității, care a subliniat importanța îmbunătățirii continue a calității.

Această metodă tinde de a oferi flexibilitate în procesul de producție pentru a face față schimbărilor din piață. Aceasta poate fi legată de conceptul de adaptabilitate economică promovat de filozofi precum Friedrich Hayek. Interdependența economică dezvoltată de filozofi precum David

Ricardo, care au subliniat importanța schimburilor și colaborării economice, la fel subliniază esența metodei JIT.

Asupra acestei metode s-au afirmat și cercetătorii științifici autohtoni. Ghenadie Covalciuc și Vasile Mamaliga cataloghează metoda drept o metodă eficientă de management caracteristică entităților de producție și subliniază în ansamblu că: „*Metodele de fabricație moderne pot fi rezumate în trei concepte: reducerea risipei/pierderilor, menținerea calității produselor și accelerarea producției*" [2, p. 172].

Svetlana Mihăilă afirmă că: „*Sistemul JIT presupune producerea nu după un program, ci pornind de la comenzile primite de la clienţi, ceea ce permite ameliorarea eficacităţii comerciale; reducerea stocurilor la zero, precum şi a pierderilor de muncă, materiale şi materii prime şi, deci, diminuarea consumurilor de producţie şi de stocare; diminuarea nevoii de mijloace circulante*" [5, p. 66].

Cele mai eficiente aplicării a acestei metode de calculație sunt la entitățile cu operații în care grupuri de produse standard sunt realizate cu mari viteze și în mari volume, cu material ce se mișcă într-un flux continuu, ca de exemplu uzinele de automobile Toyota, Honda, entitățile Motorola, Sony, Canon, Apple, Dell.

În figura 1 sunt reprezentate veniturile producătorilor auto de top din 2022. Astfel, Toyota Motor se află pe locul doi, deținând 270,49 billion U.S. dollars, ceea ce denotă un sistem eficient de management ce a condus spre atingerea obiectivelor companiei și la un avantaj competitiv sustenabil.

Figura 1.

Top producători auto după venituri în 2022

Sursa: elaborat de autor în baza datelor https://www.statista.com/statistics/232958/revenue-of-the-leading-car-manufacturers-worldwide/.

Entitățile care vor să implementeze un sistem JIT trebuie să ia în considerare următoarele concepte fundamentale [6, p. 1176]:

– simplitatea este favorabilă;

– calitatea este esențială;

– mediul de lucru trebuie să urmărească o perfecțiune continuă;

– orarele de producție trebuie să fie bine stabilite;

– un nivel ridicat al stocurilor reprezintă o imobilizare de resurse și poate masca o muncă necalitativă;

– orice activitate sau funcție, care nu adaugă plus valoare produsului trebuie să fie redusă sau eliminată;

– muncitorii trebuie să fie multilateral calificați și să participe la sporirea eficienței și calității produselor.

Metoda JIT se bazează pe Heijunka (metodă de nivelare a încărcării posturilor de lucru pentru realizarea producţiei solicitate, pentru a se putea produce în ritmul impus de cererea clientului) și pe trei principii esențiale:

Figura 2.

Principii specifice metodei JIT

Sursa: preluat de autor Florina Cristina D. Filip. Contributions on implementing the efficient management methods specific for production systems [3].

2. Studiu de caz privind implementarea Metodei Just-in-Time în fabricarea volanelor pentru automobile.

Context: Entitatea este o companie specializată în fabricarea volanelor pentru automobile. La început, compania se confrunta cu stocuri ridicate, costuri de depozitare crescute și dificultăți în gestionarea producției.

Obiectivele:

Entitatea a decis să implementeze Metoda JIT pentru a atinge următoarele obiective:

➢ Reducerea stocurilor: Scăderea nivelurilor de stocuri pentru a reduce costurile de depozitare și riscul de devalorizare a stocului.

➢ Eficiență sporită: Îmbunătățirea eficienței proceselor de producție pentru a reduce timpul necesar pentru a finaliza un volan.

➢ Creșterea calității: Asigurarea calității produselor prin eliminarea defectelor în producție.

Implementarea JIT:

Pentru a implementa JIT, entitatea a luat următoarele măsuri:

◆ Colaborarea strânsă cu furnizorii: Compania a dezvoltat relații strânse cu furnizorii de materii prime și a redus semnificativ stocurile de materii prime.

◆ Sistem de producție pull: Compania a trecut la un sistem de producție pull, în care volanele sunt asamblate numai atunci când există o comandă de la un client. Acest lucru a redus semnificativ stocurile de produse finite.

◆ Instruirea personalului: Echipa de producție a fost instruită pentru a recunoaște și elimina pierderile și defectele în timp real, asigurând astfel o calitate mai bună a produselor.

Aplicație: Se admite că o entitate producătoare utilizează metoda de calculație pe faze de fabricație în mediul de producție JIT. În cursul unei luni, celula JIT (8 utilaje cu un număr total de ore de funcționare – 115 ore) specializată în fabricarea volanelor de automobile a generat următoarele date, prezentate în tabelul 1.

Tabelul 1.

Date inițiale privind costurile și unitățile produse

Nr. crt.	Indicatorii	Unitățile fizice/valorice
1.	Soldul producției în curs de execuție la începutul lunii (finalizat în proporție de 70 %)	40 unități
2.	Costurile aferente producției în curs de execuție la începutul lunii: − Costuri materiale (consumate în proporție de 100%) − Costuri de conversie	29 750 lei 25 000 lei 4 750 lei
3.	Unități finalizate în luna curentă	3 800 unități
4.	Costurile de producție curente: − Materiale de bază* − Materiale auxiliare* − Lubrifianți și alte materiale pentru funcționarea utilajelor** − Remunerarea muncitorilor** − Energie electrică** − Amortizarea utilajelor de producție** − Alte costuri indirecte de producție**	4 168 190 lei 2 897 000 lei 578 400 lei 187 000 lei 285 700 lei 57 490 lei 48 600 lei 114 000 lei
5.	Soldul producției în curs de execuție la sfârșitul lunii (finalizat în proporție de 90 %)	40 unități

*Costuri materiale; **Costuri de conversie

Sursa: elaborat de autor.

Esența metodei constă în faptul că în mediul de operare JIT sunt folosite doar două categorii de costuri: costuri materiale și costuri de conversie, care reprezintă după Needles Belverd: „*costurile totale privind forța de muncă directă și costurile indirecte ale unei secții de producere, celule de lucru*

JIT" [6, p. 1175]. Prin urmare, pentru calculul costului volanelor, mai întâi evaluăm producția în curs de execuție în baza gradului de finalizare tehnică a produselor. În baza informațiilor prezentate, se elaborează Situații privind producția echivalentă, costul unității echivalente și privind costurile de producție aferente volanelor finite și în curs de execuție.

Tabelul 2.

Situația producției echivalente

Nr. crt.	**Unități-grad de finalizare**	**Unități constatate la inventariere**	**Unități echivalente**	
			Costuri materiale	**Costuri de conversie**
1.	Soldul producției în curs de execuție la începutul lunii (unități începute luna precedentă, dar finalizate luna curentă): – Costuri materiale (finalizate 100%) – Costuri de conversie (finalizate 70%)	40	0	12 (30% din 40 buc)
2.	Unități începute și finalizate luna curentă (3800-40)	3 760	3 760	3 760
3.	Soldul producției în curs de execuție la sfârșitul lunii (unități începute, dar finalizate luna curentă): – Costuri materiale (finalizate 100%) – Costuri de conversie (finalizate 90%)	40	40	36 (90% din 40 buc)
4.	**Total**	**3 840**	**3 800**	**3 808**

Sursa: elaborat de autor.

La începutul lunii, existau 40 de unități în curs de execuție care au fost începute în luna precedentă și finalizate în luna curentă. În luna curentă, au fost începute și finalizate 3 760 de unități.

La sfârșitul lunii, mai existau 40 de unități în curs de execuție care au fost începute în luna curentă și finalizate parțial. Aceste unități aveau 40 de unități echivalente pentru costurile de materiale (100% din 40) și 36 unități pentru costurile de conversie (90% din 40).

Totalul unităților echivalente pentru costurile materiale constituie 3 800 unități, iar pentru costurile de conversie – 3 808 unități.

Ca urmare a coversiei stocurilor în unități echivalente, urmează determinarea costului unitar al unității de echivalență.

Tabelul 3.

Situația costului unității de echivalență

Tipurile costurilor	Costurile de producție, lei			Costurile unitare echivalente	
	aferente soldului inițial	aferente lunii curente	Total	unități echivalente	cost per unitate echivalentă
A	**1**	**2**	**3=1+2**	**4**	**5=3/4**
Costurile materiale	25 000,00	3 475 400,00	3 500 400,00	3800	**921,15789**
Costurile de conversie	4 750,00	692 790,00	697 540,00	3808	**183,177521**
Total	**29 750,00**	**4 168 190,00**	**4 197 940,00**	×	**1104,33541**

Sursa: elaborat de autor.

Costurile de producție au constituit 4 197 940,00 de lei. Acest total reprezintă costurile efective suportate în procesul de producție pentru a produce o anumită cantitate de volane.

Unitățile echivalente pentru costurile materiale și costurile de conversie sunt utilizate pentru a calcula costul per unitate echivalentă, care este de 921,15789 lei pentru costurile materiale și 183,177521 lei pentru costurile de conversie. Aceste costuri per unitate echivalentă pot fi folosite pentru evaluarea stocurilor sau pentru a lua decizii legate de producție și de stocuri.

Informația din tabelul 3 servește drept sursă primară de informații pentru calcularea costului volanelor fabricate și celor nefinisate.

Tabelul 4.

Situația recapitulativă a costurilor de producție

Nr. crt.	Indicatori	Costurile volanelor fabricate, lei	Costurile volanelor nefinisate, lei	Total costuri de producție, lei
1.	Costurile aferente producției în curs de execuție la începutul lunii: – Costuri de conversie (40 un. × 30% × 183,177521 lei)	2 198,13	×	**2 198,13**
2.	Unități începute și finalizate în luna curentă (3 760 un. × 1104,33541 lei)	4 152 301,16	×	**4 152 301,16**
3.	Costurile aferente producției în curs de execuție la sfârșitul lunii: – Costuri materiale (40 un. × 921,15789 lei) – Costuri de conversie (40 un. × 90% × 183,177521 lei)	×	36 846,32 6 594,39	**43 440,71**
4.	**Total costuri de producție**	**4 154 499,29**	**43 440,71**	**4 197 940,00**

Sursa: elaborat de autor în baza datelor din tabelul 3.

În continuare exemplificăm în tabelul 5 calcul produselor finite și producției în curs de execuție prin metoda tradițională.

Tabelul 5.

Situația costului unității de echivalență prin metoda tradițională

Stocuri	Q obținută, unități	Gradul de finalizare tehnică, %	Unități echivalente	Costuri totale, lei	Costul unității de echivalență	Evaluarea stocurilor
A	**1**	**2**	**3=1×2/100**	**4**	**5=4/3 total**	**6=3×5 total**
Produse finite (volane fabricate)	3 840	100	3 840	4 197 940,00	4 197 940,00 / 3 876	**4 158 949,85**
Produse în curs de execuție (volane nefinisate)	40	90	36			**38 990,15**
Total	3 880	×	3 876	4 197 940,00	1 083,05986	**4 197 940,00**

Sursa: elaborat de autor.

Tabelele 4 și 5 servesc drept bază de comparare a costului efectiv al volanelor calculat prin metoda JIT și metoda tradițională. În continuare în tabelul 6 se prezintă formulele contabile reflectate în contabilitatea entității.

Tabelul 6. J

urnalul de înregistrare a operaţiunilor economice din luna curentă

Nr. crt.	Conţinutul operaţiunilor economice	Debit	Credit	Suma, lei	
				Metoda tradițională	Metoda JIT
1.	Reflectarea producției în curs de execuție la sfârșitul lunii	215 „Producție în curs de execuție”, Volane	811 „Activități de bază”, Volane	38 990,15	43 440,71
2.	Reflectarea costului efectiv al produselor fabricate	216 „Produse finite”, Volane	811 „Activități de bază”, Volane	4 158 949,85	4 154 499, 29

Sursa: elaborat de autor în baza calculelor efectuate în tabelul 4 și 5.

În comparație cu metoda tradițională, conform datelor din tabelul 6, costul produselor în curs de execuție la finele perioadei prin metoda JIT sunt evaluate la cost de 43 440,71 lei, iar costul efectiv al volanelor fabricate reprezintă 4 151 499,29 lei mai puțin față de metoda tradițională cu 4450,56 lei.

Concluzii: Contabilitatea de gestiune propune contabililor și managerilor posibilitatea alegerii metodei de calculație optimă în funcție de specificul entității și modul de activitate. JIT reprezintă o metodă eficientă de gestionare a producției și a lanțului de aprovizionare, care a devenit o componentă cheie a strategiilor de producție din întreaga lume, Toyota fiind un exemplu al acesteia.

Principiile JIT, cum ar fi reducerea stocurilor, eliminarea risipei și producția la cerere, au avut un impact semnificativ asupra eficienței operaționale și a costurilor în diverse industrii. JIT promovează flexibilitatea și adaptabilitatea în fața cererii schimbătoare a pieței, permițând organizațiilor să răspundă rapid la nevoile clienților. Sublinierea calității în cadrul JIT a condus la îmbunătățirea semnificativă a produselor și la creșterea satisfacției clienților.

Integrarea tehnologiilor informatice și a sistemelor avansate de gestionare a lanțului de aprovizionare a consolidat implementarea JIT în practicile actuale. În același timp JIT are și un impact semnificativ asupra durabilității mediului, deoarece reduce risipa și emisiile de carbon în procesul de producție.

Cu toate acestea, implementarea JIT nu este lipsită de provocări, cum ar fi dependența de furnizorii de încredere și necesitatea unei planificări atente.

În cele din urmă dorim să consemnăm că dacă entitatea necesită calculul exact și evaluarea corectă a costului produselor finite la finele perioadei, iar procesul de producție corespunde caracteristicilor specifice JIT atunci se impune implementarea acestei metode, în caz contrar se utilizează metoda tradițională.

BIBLIOGRAFIE

1. Bădicu, G., & Mihăilă, S. (2020). Contabilitate de gestiune avansată. Chișinău: Editura ASEM.
2. Covalciuc, G., & Mamaliga, V. (2013). Metode eficiente de management specifice sistemelor de producție. În: Conferința tehnico-științifică a colaboratorilor, doctoranzilor și studenților, 15-23 noiembrie 2013, volumul 2, p. 172-175. [in Romanian].
3. Filip, F. Contributions on implementing the efficient management methods specific for production systems, p. 1-17. [in English].
4. Maier, C., & Nicolai, M. (2006). Concepte moderne de fabricație. Just in time. Bucureşti: Editura Cartea Universitară.
5. Mihăilă, S. (2008) Metode moderne de calculaţie a costurilor şi avantajele acestora. În: Economica, nr. 2 (62), p. 66-70. [in Romanian].
6. Needles, Jr., & Bernard, ș.a.(2000). Principiile de bază ale contabilităţii, traducere Levitchi, R.
7. Womack, J. P., & Jones, D. T., & Roos, D. (1990). The Machine That Changed the World: The Story of Lean Production. Free Press.

Student:
Damian Adamiec
Menadżerskie Studia Ekonomiczno-Prawne, Menedżer Procesów biznesowych
Opiekun naukowy:
dr Ewelina Kiełek-Więcławska
Akademia Nauk Stosowanych Stefana Batorego, Skierniewice, Polska
ewieclawska@ansb.pl

ROLA I PROBLEMY MARKETINGU W NOWOCZESNYM ZARZĄDZANIU PRZEDSIĘBIORSTWEM

THE ROLE AND PROBLEMS OF MARKETING IN MODERN BUSINESS MANAGEMENT

Słowa kluczowe: marketing, zarządzanie, przedsiębiorstwo, relacje, problemy

Keywords: marketing, management, enterprise, relationships, problems

Abstract: Marketing has been the foundation of an organization's operation for many years. Its role, especially nowadays, is significant from the point of view of managing and creating enterprises. The modern, constantly developing and dynamic economic and social reality would not be able to function properly without marketing and its role in company management. It is a key factor that determines the success, but also failure, of an organization. Modern enterprises that operate in an environment of constantly changing consumer trends, the introduction of new technologies and innovations, as well as growing competition, are obliged to systematically, but above all, effectively use marketing tools in order to stay on the market and, even more importantly, meet the needs and expectations of increasingly demanding customers. This article aims to present the contemporary role of marketing and its problems in the context of modern business management. The text is intended to present the challenges that modern enterprises must face and overcome in order to effectively achieve their marketing goals.

Czym jest marketing?

W szybkim tempie dzisiejszego biznesu pojęcie "marketingu" obejmuje wielowymiarową i ciągle ewoluującą koncepcję. W swojej istocie marketing nie polega jedynie na sprzedaży produktu czy usługi; to zrozumienie, zaangażowanie i tworzenie wartości zarówno dla konsumentów, jak i szerszego społeczeństwa. To strategiczne podejście mające na celu zaspokojenie potrzeb klientów przy jednoczesnym zapewnieniu zrównoważonego wzrostu dla firm. „Marketing jest (…) silniej niż kiedykolwiek związany z tworzeniem wartości, w tym wartości dla społeczeństwa jako ogółu” [1, s. 7]. To nie pojedyncza akcja, ale kompleksowa strategia obejmująca różnorodne działania, w tym

badania rynku, rozwój produktów, promocję, ustalanie cen i dystrybucję. To sztuka komunikowania się z marką, oferowania rozwiązań problemów i tworzenia emocjonalnego powiązania z odbiorcami. „Etymologia tego terminu wywodząca się z języka angielskiego, wskazuje jednoznacznie, że fundamentalną kategorią w marketingu jest rynek" [3, s. 14-15]. To podkreśla kluczowe znaczenie rynku w tej dziedzinie. Rynek jest miejscem, gdzie odbywają się wymiana dóbr, usług, informacji i wartości między sprzedawcami a nabywcami. Zatem można powiedzieć, że istnieje wiele definicji marketingu, ale możemy go ogólnie opisać jako zestaw działań ukierunkowanych na zrozumienie, kreowanie, komunikowanie i dostarczanie wartości dla klientów oraz zarządzanie tym procesem w sposób opłacalny dla przedsiębiorstwa. W swojej istocie marketing dąży do zidentyfikowania i zrozumienia potrzeb oraz preferencji konsumentów, kształtując produkty lub usługi tak, aby skutecznie spełniały te pragnienia. Obejmuje to tworzenie przekonujących historii wokół ofert, tak aby rezonowały z docelową publicznością i rozwijanie relacji, które wykraczają poza same transakcje. Przejdźmy może do kolejnego ważnego aspektu, który jest nieodłącznym elementem do zrozumienia pojęcia marketingu. Dla każdego konkurencyjnego biznesu istotne jest podejmowanie trafnych działań marketingowych. Chociaż dobrze zaplanowana reklama ma swoje znaczenie, nie zapewnia sukcesu na dłuższą metę. Czasem jej wpływ jest niewystarczający do skutecznego promowania produktu czy usługi. Dlatego niezbędne jest wykorzystanie zaawansowanych technik i narzędzi marketingowych, które mają szerszy zakres wpływu na działania rynkowe. Jednym z takich podejść jest model 5P marketingu, skupiający się na kluczowych elementach decydujących o powodzeniu przedsięwzięcia. Marketing 5P to podejście oparte na pięciu kluczowych elementach, które determinują sukces w marketingu. Te elementy to:

- **Produkt** (Product) - obejmuje nie tylko proces produkcji, lecz również cechy, standard jakości oraz wyjątkowość produktu, które wyróżniają go na rynku i satysfakcjonują potrzeby klientów
- **Cena** (Price) - to istotny element determinujący działania klientów, odzwierciedlający wartość oferowanego produktu i uwzględniający zarówno aspekty produkcyjne, jak i oczekiwania rynkowe
- **Miejsce/Dystrybucja** (Place) - to planowane rozmieszczenie i dostępność produktów dla klientów, uwzględniające wybór odpowiednich środków dystrybucji oraz lokalizację sprzedaży
- **Promocja** (Promotion) - to zestaw aktywności kierowanych na zwiększenie informacji o produkcie/usłudze, obejmujący reklamę, relacje publiczne i zaangażowanie w działania na platformach społecznościowych

- **Ludzie** (People) – istotne postacie w procesie marketingu, począwszy od pracowników reprezentujących firmę, a skończywszy na docelowych klientach, których potrzeby i preferencje są kluczowe dla skutecznych planów marketingowych

Marketing 5P odgrywa zatem kluczową rolę we współczesnym zarządzaniu firmą. Jest to kompleksowe podejście, które uwzględnia nie tylko sam produkt czy jego promocję, ale także jego cenę, dostępność na rynku oraz relacje z klientami. Dzięki uwzględnieniu tych elementów, marketing 5P umożliwia zbudowanie trwałych relacji z klientami, doskonalenie oferty oraz skuteczne dotarcie do docelowej grupy odbiorców. Kończąc wątek definiowania marketingu i co się nie niego składa, to można powiedzieć, że marketing to coś więcej niż tylko techniki i metody. To głębsze podejście do zrozumienia klientów i dostarczania im rozwiązań dopasowanych do ich potrzeb. W dzisiejszy, dynamicznym świecie kluczem do sukcesu jest elastyczność, kreatywność i umiejętność dostosowania się. To filozofia, która napędza innowacje i dodaje wartości klientom, stanowiąca istotny składnik rozwijających się organizacji.

Ewolucja marketingu

Marketing, będący dziedziną w ciągłym ruchu, dynamicznie adaptuje się do ewoluujących realiów biznesowych oraz potrzeb klientów. Jego przeszłość nie sprowadza się wyłącznie do opisu strategii reklamowych czy metod promocyjnych, lecz stanowi pasjonującą podróż przez przemiany, które zmieniały nasze podejście do sprzedaży, komunikacji i budowania relacji z klientami. Mówi się, że kobieta zmienną jest. To samo można powiedzieć o marketingu. Ten nieustannie ewoluuje, przekształca się, po prostu się zmienia. „Przez ostatnie sześćdziesiąt lat marketing przeszedł od stadium koncentracji na produkcie (marketing 1.0) do fazy koncentracji na konsumencie w bardzo szerokim znaczeniu (marketing 2.0)" [4, s. 124]. Pierwszy z wymienionych skupiał się głównie na produkcie, koncentrując się na tworzeniu i promowaniu wyrobów. Natomiast ten drugi poszerzył wyżej wspomnianą koncepcję, uwzględniając interakcję z klientami poprzez internet i media społecznościowe. Główną różnicą jaką można tutaj zauważyć jest zmiana podejścia do komunikacji z klientem. Kolejnym rodzajem marketingu jest „marketing 3.0 określany często mianem marketingu online jest niczym innym jak odzwierciedleniem wszystkich działań prowadzonych w tzw. marketingu offline, w sieci" [7]. Inaczej mówiąc jest to podejście oparte na wartościach, które podkreślało zaangażowanie społeczne i etyczne aspekty biznesu. Później nastąpiła kolejna transformacja i pojawił się marketing 4.0. „Zmiany cywilizacyjne w ostatnim okresie spowodowały, że marketing 4.0 powiązany z techniką cyfrową wymusił zastosowanie nowych narzędzi i rozwiązań w tym zakresie" [4, s. 125]. To po prostu adaptacja strategii marketingowych do dynamicznie rozwijającego się otoczenia online, gdzie kluczową rolę odgrywa ciągła analiza danych i integracja różnorodnych kanałów komunikacji z klientem. „Twórcy

książki Marketing 5.0: Technology for Humanity uważali, że marketerzy są nadal na etapie przejściowym możliwości transformacji praktyk biznesowych, a zaadoptowanie kolejnej koncepcji marketingu jest odległe. Pandemia, która wymusiła na nas zmianę systemu pracy i życia, zdecydowanie przyspieszyła tempo implementacji nowych założeń" [8]. Zatem Marketing 5.0 to nie wyłącznie nadanie produktowi aspektów emocjonalnych i duchowych, ale również przekracza działania oparte na nowoczesnych technologiach, sztucznej inteligencji czy komunikacji wielokanałowej z klientami, szczególnie poprzez platformy społecznościowe. Oprócz wyżej wymienionych etapów ewolucji marketingowej, można powiedzieć er marketingu, zaczyna pojawiać się kolejna, a może już w niej funkcjonujemy. Marketing ewoluuje, tak aby reagować na globalne wyzwania i zmieniające się oczekiwania klientów. I tutaj ważne, kluczowe dla firm jest włączenie tematów zrównoważonego rozwoju i nowych technologii do zaangażowania klientów, aby pozostać aktualnymi na rynku. O to właśnie chodzi w ostatniej, dotychczasowej erze marketingu. Marketing ewoluował przez kolejne etapy: od jednostronnej komunikacji w Marketingu 1.0, przez interakcję w Marketingu 2.0, wartościowanie relacji w Marketingu 3.0, adaptację do świata cyfrowego w Marketingu 4.0, aż po holistyczne podejście łączące wartości emocjonalne z nowoczesnymi technologiami w Marketingu 5.0. Te etapy odzwierciedlają zmieniające się oczekiwania klientów oraz adaptację strategii marketingowych do dynamicznie rozwijającego się świata biznesu, gdzie znaczenie mają zarówno relacje, jak i innowacje technologiczne.

Współczesna rola marketingu

Marketing w dzisiejszym świecie biznesu pełni kluczową rolę w kształtowaniu strategii, identyfikacji klientów i budowaniu relacji z nimi. Nie jest już jedynie narzędziem promocji, lecz kompleksowym podejściem do zrozumienia i zaspokojenia potrzeb rynku. W erze cyfrowej, marketing opiera się na personalizacji treści, analizie danych oraz wykorzystaniu narzędzi online, takich jak social media czy marketing influencerów, by dotrzeć do właściwej grupy odbiorców. "Początkowo marketing nie spełniał ważnej roli w firmach, głównie wspomagając sprzedaż. Jednak w miarę upływu czasu, pod wpływem zmieniających się warunków otoczenia, przedsiębiorcy zostali zmuszeni do poszukiwania skutecz_niejszych sposobów dostosowywania się do ewoluujących potrzeb i wymagań klientów. Marketing zaczął decydować o sukcesie bądź porażce firmy na rynku, a myślenie według marketingowych reguł i zasad stało się swoistą filozofią, determinującą proces zarządzania współczesnym przedsiębiorstwem." [5, s. 16]. Kluczem jest także zrozumienie potrzeb i zachowań konsumentów, co pozwala tworzyć bardziej skuteczne i ukierunkowane kampanie. Ostatecznie, współczesny marketing stawia na tworzenie autentycznych doświadczeń, które budują lojalność klientów i przyczyniają się do długoterminowego sukcesu marki. „Paradygmat wyceny wartości klienta i zarządzania tą wartością stanowi bardzo istotny zwrot w postrzeganiu roli

marketingu w zarządzaniu przedsiębiorstwa" [2, s. 66]. Ten nowy paradygmat zakłada, że klient nie jest jedynie krótkotrwałym źródłem przychodów, ale raczej strategicznym partnerem, którego wartość dla firmy można mierzyć i zarządzać. Wycena wartości klienta uwzględnia nie tylko pojedyncze transakcje, ale także potencjał powtarzalnych zakupów, lojalność, rekomendacje oraz wpływ na reputację marki. Przejdźmy jednak do tego, jakie aspekty składają się na postrzeganie marketingu i elementy, które dotyczą roli tegoż marketingu. Zaliczyć można do tego:

- **Dystrybucja** – zapewnia efektywnie dostarczanie produktów lub usług do klientów poprzez strategie logistyczne
- **Finansowanie** – obejmuje ustalenie budżetów na działania marketingowe oraz alokację zasobów finansowych w sposób optymalny
- **Badanie rynku** – polega na analizie trendów, preferencji i zachowań klientów, umożliwiając marketerom zrozumienie potrzeb rynku
- **Ustalenie cen** – opiera się na analizie kosztów, konkurencji i wartości dla klienta, pozwalając na właściwe ustalanie cen produktów lub usług
- **Zarządzanie produktami i usługami** – obejmuje planowanie, rozwój i zarządzanie ofertą, włączając w to chociażby innowacje
- **Promocja i sprzedaż** – dotyczy tworzenia strategii promocyjnych, kampanii reklamowych i działań sprzedażowych

Te elementy stanowią fundamenty skutecznej strategii marketingowej. Dystrybucja jest kluczowa dla zapewnienia, by produkt czy usługa dotarły do klienta w odpowiednim czasie i miejscu. Efektywne planowanie logistyczne ma ogromne znaczenie dla zadowolenia klienta i budowania lojalności. Finansowanie umożliwia realizację działań marketingowych poprzez odpowiednie alokowanie zasobów finansowych. Badanie rynku pozwala zrozumieć oczekiwania i potrzeby klientów, co stanowi fundament podejmowania trafnych decyzji marketingowych. Ustalanie cen opiera się nie tylko na analizie kosztów, lecz również na wartości, jaką produkt czy usługa niosą dla klienta. Zarządzanie produktami i usługami wymaga ciągłego rozwoju oferty, innowacji i dostosowania do zmieniających się potrzeb klientów. Promocja i sprzedaż to obszar, w którym kreowane są strategie reklamowe i sprzedażowe, mające na celu skuteczne dotarcie do klienta i zwiększenie świadomości marki. Te elementy nie tylko działają w izolacji, ale wzajemnie się przenikają, tworząc spójną strategię marketingową, która nie tylko dotrze do klienta, ale także zbuduje lojalność i zaangażowanie wobec marki. Ich skuteczne połączenie to klucz do osiągnięcia sukcesu na współczesnym rynku.

Problemy marketingu w nowoczesnym zarządzaniu przedsiębiorstwem

Współczesne zarządzanie przedsiębiorstwem napotyka na coraz większe wyzwania związane z dynamicznym otoczeniem rynkowym, gdzie konkurencja jest intensywna, a oczekiwania klientów

ewoluują wraz z postępem technologicznym. Ponadto, zależność od danych i ich odpowiednie wykorzystanie stawiają przed marketerami nowe wyzwania związane z prywatnością, etyką i regulacjami. „Marketing to wyjątkowa dziedzina. Zmienia się nieustannie, w dodatku bardzo dynamicznie. Z jednej strony ma decydujące znaczenie w rozwoju biznesowym, stwarza nowe szanse, pozwala lepiej zrozumieć klientów, dostarcza skuteczniejsze narzędzia. Z drugiej strony, przedsiębiorcom ciężko jest czasem nadążać za tymi zmianami. Łatwo też o błędy, które niestety bywają bardzo bolesne. Pod kątem finansowym i wizerunkowym" [9]. Kluczem do sukcesu jest nie tylko dynamiczne dostosowywanie się do zmian w obszarze marketingu, ale także świadomość ryzyk oraz systematyczna analiza działań, aby unikać bolesnych błędów finansowych i wizerunkowych. "Skoro warunki otoczenia marketingowego zawsze wywierają wpływ na działalność przedsiębiorstwa, muszą one podlegać stałej i systematycz_nej analizie i badaniu oraz prognozowaniu zmian, które mogą w nim zachodzić." [6, s. 10]. Warto też pamiętać, że otwarcie na innowacje, ciągłe doskonalenie strategii i elastyczność w adaptacji do zmieniających się trendów mogą stanowić kluczową przewagę konkurencyjną. Do najczęściej spotykanych problemów, z jakimi przedsiębiorstwa musza radzić sobie we współczesnym funkcjonowaniu gospodarki, polityk zarządzania są:

- **Konkurencja i przesyt rynkowy** – wzrost konkurencji sprawia, że przedsiębiorstwa muszą walczyć o uwagę klienta w coraz bardziej zatłoczonym rynku. To prowadzi do wyzwań związanych z wyróżnieniem się i utrzymaniem lojalności klientów
- **Gromadzenie i wykorzystanie danych** – z dużą ilością dostępnych danych, wyzwanie polega na skutecznym gromadzeniu, analizie i wykorzystaniu informacji do celów marketingowych bez naruszania prywatności klientów
- **Zgodność z przepisami dotyczącymi prywatności i etyki** – rosnące restrykcje i przepisy dotyczące ochrony danych osobowych oraz etyki reklamy stawiają przed marketerami konieczność zgodności z prawem i przestrzeganiem wytycznych, co może stanowić wyzwanie w planowaniu strategii marketingowych
- **Dynamiczne zmiany technologiczne** – szybki rozwój technologii wymaga ciągłego dostosowywania się do nowych narzędzi i platform, co może stanowić wyzwanie dla marketerów w utrzymaniu się na bieżąco i wykorzystaniu tych narzędzi efektywnie w strategii marketingowej

Współczesne wyzwania w marketingu obejmują rosnącą konkurencję, co wymaga od firm starań o wyróżnienie się i utrzymanie lojalności klientów w zatłoczonym rynku. Dodatkowo, gromadzenie i wykorzystanie danych staje się kluczowe, ale wymaga uwzględnienia aspektów prywatności i

zgodności z przepisami. Marketerzy muszą także stale adaptować się do dynamicznych zmian technologicznych, aby skutecznie wykorzystać nowe narzędzia w strategii marketingowej, co stanowi istotne wyzwanie w utrzymaniu konkurencyjności na rynku. W nowoczesnym zarządzaniu przedsiębiorstwem marketing stoi przed kilkoma istotnymi problemami. Wśród nich znajdują się wyzwania związane z rosnącą konkurencją na zatłoczonym rynku, koniecznością skutecznego gromadzenia i wykorzystania danych przy jednoczesnym przestrzeganiu przepisów dotyczących prywatności oraz potrzebą ciągłego dostosowywania się do dynamicznie zmieniających się technologii. Rozwiązanie tych problemów wymaga elastyczności, innowacyjności oraz skupienia na budowaniu wartościowych relacji z klientami przy jednoczesnym uwzględnieniu nowych trendów i oczekiwań rynkowych.

Summary

Contemporary management relies heavily on the pivotal role that marketing plays in understanding and responding to market needs, although it faces challenges related to competition, data, and compliance with regulations. Despite these issues, effective marketing management remains a crucial element of business strategy, determining success in today's market. Marketing plays a fundamental role in modern business management, showcasing its evolution from a product-focused concept to a comprehensive approach that emphasizes building customer relationships and adapting to changing environments. Contemporary enterprises must confront challenges such as intensifying competition, effective data utilization, and dynamic technological shifts, requiring flexibility, innovation, and a focus on fostering valuable customer relationships.

BIBLIOGRAFIA

1. Baran Grzegorz, Marketing współtworzenia wartości z klientem - Społecznotwórcza rola marketingu w procesie strukturacji interakcyjnego środowiska doświadczeń, Kraków 2013, Instytut Spraw Publicznych Uniwersytety Jagiellońskiego
2. Dobiegała-Korona Barbara, Nowa rola marketingu w budowie wartości przedsiębiorstwa, Kwartalnik nauk o przedsiębiorstwie, 2012/2
3. Mantura Władysław, Rozważania o współczesnych problemach marketingu, Politechnika Poznańska, Studia i prace Wydziału Nauk Ekonomicznych i o Zarządzaniu nr 39, t. 2
4. Nogalski Bogdan, Czapiewski Roman, Wykorzystanie działań marketingowych w kształtowaniu modelu biznesu w przedsiębiorstwie, Szkoła Główna Handlowa w Warszawie Oficyna Wydawnicza SGH, Kolegium Zarządzania i Finansów, Studia i Prace Zeszyt Naukowy 173, 2019

5. Ostrowska Izabela, Model kształtowania lojalności konsumentów w stosunku do marki - na podstawie wybranych produktów konumpcyjnych, Szczecin 2010, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytety Szczecińskiego
6. Pyka Jacek, Zarządzanie i marketing na globalnym rynku. Wybrane zagadnienia, Górnośląska Wyższa Szkoła Handlowa im. Wojciecha Korfantego, Katowice 2021, Wydawnictwo Arterior
7. https://punktkrytyczny.pl/czym-jest-marketing-3-0 (dostęp: 29.11.2023r.)
8. https://verseo.pl/marketing-5-0-co-to-jest/ (dostęp: 29.11.2023r.)
9. https://droga-do.pl/10-najczesciej-popelnianych-bledow-w-marketingu/, dostęp: 03.12.2023r.).

Students:
Erika Kiltinavičiūtė, Konradas Girdenis, Kornelija Kauliūtė
Name and surname
Speciality: Logistics Management
Supervisor:
Vida Žvinienė
Surname, academic title, University name
v.zviniene@kvk.lt

INNOVATION IN THE PRACTICE ENTERPRISE

Key words: Innovations, Cooperation, Entrepreneurship, Simulation, Company

Abstract: This article not only explores the concept of practice enterprise within corporate settings but also delves deeply into the multifaceted realm of innovation methodologies. It goes beyond a surface-level analysis, meticulously scrutinizing the advantages and disadvantages inherent in adopting innovative practices within a company.

The comparative assessment undertaken in the article aims to distill insights into which innovation approach might prove superior. By dissecting the intricacies of each method, the narrative aims to paint a nuanced picture, asserting that the optimal path forward lies in a tailored integration of diverse innovation strategies.

The overarching argument posits that a thriving practice enterprise demands a departure from a one-size-fits-all mentality. Instead, the article contends that a synergistic amalgamation of varied innovation approaches is the key to constructing a resilient and flourishing corporate model. It encourages readers to embrace a holistic perspective, acknowledging that a fully functional practice enterprise can emerge from the strategic fusion of different innovation methods.

Introduction

Relevance of topic: In an era where efficiency and sustainability are paramount, the logistics industry stands at the forefront of technological innovation. “Sometimes an innovative system can be created using combination of statistical tools that can add significant value to a business on an ongoing basis. These systems may involve combining several sources of data and extensive use of information technology, as in some of the “statistical engineering” applications discussed by Snee and Hoerl (2011). Companies like Future Logix are leading the charge, integrating cutting-edge technologies such as autonomous vehicles and drones, electric and hydrogen-fueled vehicles, and the Internet of Things (IoT). These advancements are not mere enhancements; they are revolutionizing the way logistics companies operate, offering unprecedented efficiency, cost savings, and crucially, a pathway to a more sustainable future.

Purpose: Analyze innovations in simulated companies.

Tasks:

1. To analyze the main innovations in the practice enterprise.
2. To examine the benefits of innovations practice enterprise.

1. TO ANALYZE THE MAIN INNOVATIONS IN THE PRACTISE ENTERPRISE

1.1.Autonomous Vehicles and Drones: Pioneering a New Era in Logistics

The integration of autonomous vehicles (AVs) in logistics is a leap into the future. These vehicles, encompassing self-driving trucks and drones, are redefining traditional logistics models. For a company like FutureLogix, AVs offer a two-fold advantage: increased operational efficiency and reduced human error. McKinsey reports a potential decline in operating costs by about 45% with full autonomy, translating to substantial savings in the for-hire trucking industry. This cost efficiency is not just a boon for the logistics companies but also has the potential to reduce the overall cost of goods, benefiting the economy at large. The use of drones, particularly in last-mile deliveries, is another area where autonomous technology shines. Drones can navigate challenging terrains and congested urban areas, offering faster delivery times and reducing the carbon footprint associated with traditional vehicle deliveries. The potential of drones extends beyond just delivery; they can be used for surveillance, inventory management, and even in disaster response scenarios, showcasing the versatile nature of this technology in logistics.

In summary, technological Integration is Key to Future Success: FutureLogix's adoption of autonomous vehicles, electric and hydrogen-fueled vehicles, and IoT technologies demonstrates that the future of logistics lies in the seamless integration of advanced technologies. This approach not only enhances operational efficiency but also positions companies to be more adaptive and resilient in a rapidly evolving market.

1.2.The Transition to Electric and Hydrogen-Fueled Vehicles: A Sustainable Shift

FutureLogix's commitment to sustainability is further exemplified by its adoption of electric and hydrogen-fueled vehicles. The shift from diesel-powered trucks to electric vehicles (EVs) is not only an environmental imperative but also a strategic business decision. Electric lorries, like the Mercedes Benz Trucks' eActros 600, demonstrate the feasibility of long-distance electric logistics, challenging the notion that EVs are only suitable for short-range operations. Hydrogen fuel cell technology is another area where logistics companies are making significant strides. Companies like DHL, in partnership with Apple, are piloting hydrogen trucks in the Benelux region, showcasing the practical application of this technology in real-world logistics scenarios. Hydrogen trucks offer the dual benefits of long-range capabilities and quick refueling times, making them an attractive alternative to traditional diesel trucks, especially for long-haul routes.

In summary, Sustainability is Both an Environmental Necessity and a Business Imperative: The initiatives undertaken by FutureLogix underline the fact that sustainability is not just an environmental concern, but a critical business strategy. By implementing sustainable practices, logistics companies can reduce their carbon footprint, improve their public image, and realize long-term cost savings.

1.3.Embracing IoT: The Backbone of Intelligent Logistics

The Internet of Things (IoT) is transforming logistics into a data-driven industry. For FutureLogix, IoT represents an opportunity to optimize every aspect of its operations. From real-time tracking of goods to predictive maintenance of vehicles, IoT devices provide a wealth of data that can be leveraged to enhance efficiency and reduce costs. The global IoT in logistics market, valued at $34 billion in 2019, is a testament to the growing significance of this technology. The proliferation of IoT devices, expected to reach 14.4 billion by 2023, is largely facilitated by advancements in wireless networks, such as the transition to 4G/5G networks. This increased connectivity enables logistics companies to monitor their operations more closely, make data-driven decisions, and respond to changes in real-time. IoT also plays a crucial role in enhancing the safety and security of logistics operations, from tracking the conditions of perishable goods to ensuring the integrity of pharmaceutical shipments.

Summarization, e-logistics is Revolutionizing Customer Experience: The move towards e-logistics, with its focus on efficient warehousing, smart inventory management, and innovative last-mile delivery solutions, is fundamentally transforming the e-commerce landscape. This revolution enhances customer satisfaction through faster, more reliable, and eco-friendly delivery services.

1.4.The Synergy of Sustainability Initiatives and Technological Innovations

Sustainability is not just a buzzword in the logistics industry; it is a fundamental aspect of modern business practices. Companies like FutureLogix are at the vanguard of this shift, recognizing that sustainable practices are not only good for the planet but also make good business sense. The adoption of green initiatives, including electric and hybrid vehicles, is a key part of this strategy. These efforts not only reduce the environmental impact of logistics operations but also lead to cost savings in the long run, as green technologies often come with lower operating and maintenance costs . The role of sustainability in logistics goes beyond just the adoption of green technologies. It encompasses a holistic approach that includes optimizing supply chain operations, reducing waste, and collaborating with partners who share a commitment to sustainability. This approach not only enhances the environmental credentials of logistics companies but also builds a more resilient and adaptable supply chain, capable of withstanding the challenges of a rapidly changing global marketplace.

To abstract, the Ripple Effect on Society and Economy: The advancements in logistics technology and sustainability initiatives have broader implications for society. They lead to more environmentally responsible communities, contribute to economic growth by creating more efficient supply chains, and elevate the overall quality of life by making goods and services more accessible and affordable.

1.5.Economic and Environmental Benefits: A Comprehensive Approach

The economic benefits of embracing these innovations are clear. Reduced operating costs from autonomous vehicles, combined with the lower maintenance and fuel costs of electric and hydrogen-fueled vehicles, have significantly improved FutureLogix's bottom line. However, the impact of these innovations extends far beyond financial metrics.

To abstract, a Blueprint for Future Logistics Operations: FutureLogix's journey serves as a blueprint for other logistics companies. It demonstrates that investing in cutting-edge technology and sustainability is not just beneficial but essential for future growth. This model can inspire other players in the industry to embark on similar paths, leading to a more sustainable and efficient global logistics sector.

1.6.FutureLogix: A Case Study in Innovative Logistics

FutureLogix, a fictitious but representative logistics company, has not only embraced these technologies but has also integrated them into a comprehensive strategy that aligns with modern e-commerce demands. Their approach to e-logistics is a prime example of how technology can revolutionize traditional logistics models. With the boom in online shopping, FutureLogix has developed tailored logistics solutions that emphasize efficient warehousing, smart inventory management, and streamlined last-mile delivery services. Utilizing IoT, they have automated their warehousing operations, employing smart shelves and robots for inventory management. This automation not only reduces the likelihood of errors but also speeds up the process, ensuring that products are always ready for dispatch. Their last-mile delivery services, supported by a fleet of electric and autonomous vehicles, offer a glimpse into the future of e-commerce logistics. These vehicles, capable of navigating urban landscapes autonomously, ensure timely and eco-friendly deliveries. Drones, an integral part of their delivery fleet, provide an efficient solution for delivering goods to remote or hard-to-reach areas, enhancing customer satisfaction.

Summing-up, in conclusion, the story of FutureLogix provides valuable insights into how logistics companies can successfully navigate the challenges and opportunities of the 21st century. By embracing innovation, focusing on sustainability, and adapting to the evolving demands of e-commerce, logistics companies can achieve economic success, environmental responsibility, and a lasting positive impact on society.

1.7.The Impact on Everyday Lives

The innovations implemented by FutureLogix have far-reaching implications for everyday people. The efficiency gains in logistics translate to faster delivery times, reduced costs, and enhanced service quality for consumers. The environmental benefits, such as reduced emissions and less traffic congestion, contribute to cleaner, healthier communities.

Moreover, the shift towards sustainable logistics practices has broader societal implications. As companies like FutureLogix reduce their carbon footprint, they set a precedent for other industries to follow, driving a collective movement towards a more sustainable future.

1.8.Conclusion: A Model for the Future

FutureLogix serves as a model for how logistics companies can successfully navigate the challenges of the 21st century. By integrating autonomous vehicles and drones, electric and hydrogen-fueled vehicles, IoT, and sustainability initiatives, they have not only enhanced their operational efficiency but also positioned themselves as leaders in environmental stewardship. Their story is a testament to the transformative power of technology and innovation in logistics. It shows how adopting forward-thinking strategies can lead to economic success while making a positive impact on the planet and improving the quality of life for people around the world.

In summary, the journey of FutureLogix underscores the importance of embracing innovation and sustainability in logistics. Their success story highlights how technological advancements can lead to more efficient, cost-effective, and environmentally friendly logistics operations, ultimately benefiting businesses, consumers, and the wider society.

2. TO EXAMINE THE BENEFITS OF INNOVATIONS IN PRACTISE ENTERPRISE

Simulated companies offer a safe and controlled environment for businesses to test out new ideas, strategies, and products without the risks and costs of real – world implementation. This helps companies make informed decisions, avoid costly mistakes, and optimize their operations, Simulations are also a cost-effective way to train employees, foster collaboration, and teamwork, and enhance learning and development. They encourage innovation, and allow for experimentation, and help companies adapt quickly to changing market conditions. Through simulations companies can evaluate performance, receive real-time feedback, and make data-driven decisions. So, all in all, innovations in simulated companies provide a lot of advantages for business. Simulated companies serve as secure environments that offer businesses the opportunity to experiment with new concepts, strategies, and products without the inherent risks and costs associated with real-world implementation. This controlled setting facilitates informed decision-making, enabling companies to avoid expensive mistakes while streamlining their operations for optimal efficiency. Additionally, these simulations prove to be a cost-effective means of training employees. They not only encourage collaboration and teamwork but also

significantly enhance the learning and developmental process. By immersing employees in practical, simulated scenarios, these environments facilitate a more engaging and impactful learning experience. Moreover, simulated companies foster a culture of innovation by providing a platform for experimentation. This aspect is pivotal in helping companies adapt swiftly to the ever-changing dynamics of the market. This adaptability is crucial for staying competitive in a constantly evolving business landscape. One of the pivotal advantages lies in the ability of simulated companies to evaluate performance metrics in real-time. This instantaneous feedback mechanism allows companies to make well-informed, data-driven decisions, thereby optimizing their strategies and operations. In essence, the innovations within simulated companies offer a multitude of advantages for businesses, ranging from risk mitigation and cost-effectiveness to fostering innovation, adaptability, and informed decision-making. These advantages collectively contribute to the growth and success of businesses operating within simulated environments.

2.1. Advantages:

Safe Enviro Advantages: simulated companies provide a safe space for businesses to test ideas and strategies without risking real-world consequences. Cost-Effective: simulations offer a cost-effective way to train employees, as they eliminate the need for expensive resources or real-world implementation. Learning and Development: simulations foster collaboration, teamwork, and enhance learning and development by providing hands-on experiences. Innovation and Adaptability: simulated companies encourage innovation, allow for experimentation, and help businesses adapt quickly to changing market conditions. Data-Driven Decisions: through simulations, companies can evaluate performance, receive real-time feedback, and make informed, data-driven decisions. Simulated companies serve as a safe environment for businesses to experiment with ideas and strategies, devoid of real-world risks. This controlled space allows for testing without the fear of actual consequences. One significant advantage is their cost-effectiveness. Simulations eliminate the need for expensive resources or the implementation of strategies in the real world, thereby reducing financial risks associated with experimentation. In terms of learning and development, simulations offer hands-on experiences that foster collaboration and teamwork. They provide a platform for employees to actively engage, enhancing their learning process. Moreover, simulated companies promote innovation and adaptability within businesses. They encourage experimentation and innovation while enabling companies to swiftly adapt to evolving market conditions. Another key benefit lies in the data-driven decision-making facilitated by simulations. Companies can assess performance in real-time, receive immediate feedback, and consequently make well-informed decisions based on the data acquired during these simulated scenarios.

2.2.Disadvantages

Limitations: Simulated environments may not fully capture the complexities and nuances of the real world, potentially leading to limitations in decision-making and problem-solving. Lack of Real-World

Experience: simulations cannot replicate the real-world experience, which may impact the ability to fully understand and address real-world challenges. Overreliance on Simulations: there is a risk of overreliance on simulations, leading to a gap between simulated results and actual outcomes. Initial Investment: implementing simulation technologies and infrastructure may require an initial investment in terms of time, resources, and training. Incomplete Representation of Real-World Complexities: simulated environments often fall short in replicating the intricate complexities of the real world. The simplified models may not encompass all the variables and intricacies present in reality. This limitation might hinder the accuracy of decision-making processes and problem-solving within these simulated settings. Lack of Real-World Experience: while simulations offer a controlled setting for learning and experimentation, they inherently lack the authenticity of real-world experiences. This absence can affect the depth of understanding and the ability to address challenges that might be specific to real-world scenarios. Employees might not be fully prepared to handle unexpected or nuanced situations they'd face outside the simulated environment. Risk of Overreliance: overreliance on simulations poses a substantial risk. Depending too heavily on simulated results might create a disparity between anticipated outcomes within simulations and actual real-world results. Relying solely on these models without considering the dynamic nature of reality could lead to misguided decisions and strategies. Initial Investment: implementing simulation technologies and establishing the necessary infrastructure demand an initial investment of time, resources, and training. This investment might pose a barrier for some businesses, especially smaller ones, limiting their accessibility to these simulation tools.

Overall, while innovations in simulated companies offer many advantages such as a safe environment for testing and cost-effective training, it's important to consider their limitations and potential pitfalls. While simulated environments offer numerous advantages, acknowledging their limitations is crucial. These limitations include the inability to fully replicate real-world complexities, the lack of authentic experiences, the potential for overreliance leading to a disconnect from actual outcomes, and the initial investment required for setting up simulation infrastructure. Recognizing these limitations allows businesses to leverage simulated environments effectively while also considering real-world experiences and factors in decision-making and problem-solving processes.

3. CONCLUSIONS

1. The essence of this text lies in emphasizing that the integration of technology and sustainability within the logistics sector is pivotal for future success. It discusses autonomous vehicles, including drones, as well as electric and hydrogen-powered transport, signifying a shift towards sustainable logistics. "FutureLogix" implements autonomous transport, sustainable transportation solutions, and IoT technologies to showcase how these initiatives enhance their efficiency, contribute to savings, and respond to a rapidly changing market. Furthermore, it highlights the significant societal impact of these innovations by reducing emissions,

enhancing service quality for consumers, and promoting community sustainability. It serves as an exemplary case of how investing in cutting-edge technology and sustainability initiatives can lead to both economic success and environmental stewardship.

2. While simulated environments bring forth substantial benefits, providing a secure space for experimentation and cost-efficient training, it's imperative to delve into their constraints and potential drawbacks. Despite their numerous advantages, it's pivotal to acknowledge their inherent limitations. These limitations encompass the inability to accurately mirror the intricacies of real-world scenarios, the absence of genuine experiential learning, the risk of excessive reliance leading to a detachment from actual outcomes, and the considerable upfront investment required for establishing simulation infrastructures. Being mindful of these limitations empowers businesses to effectively utilize simulated settings while integrating real-world experiences and variables into their decision-making and problem-solving strategies, ensuring a more comprehensive and balanced approach.

BIBLIOGRAPHY

1. Pierre-Henry, (2023). *Electric heavy lorries poised to overtake hydrogen trucks*. Internet access: https://techxplore.com/news/2023-11-electric-heavy-lorries-poised-hydrogen.html?fbclid=IwAR0CrnyqYciVkeSv8VrA3i_rkE9d2THPCPi2BGzAgXpR8cB5Ym5i8YDLliQ#google_vignette
2. A. B. Badiru, (2021). *Innovation.*
3. R. Amit and C. Zott (2021) *Business Model innovation strategy.*
4. L. Kankevičienė (2019). *Aukštųjų mokyklų vaidmuo visuomenėje: iššūkiai, tendencijos ir perspektyvos.* Internet access: file:///C:/Users/Erika/Downloads/40430326.pdf
5. A. Garmutė (2017). *Atvirųjų inovacijų brandumo lygių charakterizavimas verslo organizacijose.* Internet access: file:///C:/Users/Erika/Downloads/22392830.pdf

Student:
Петренко Вікторія
спеціальність: маркетинг
науковий керівник Вікарчук Ольга
Державний університет «Житомирська політехніка»
м.Житомир, Україна

ВИКОРИСТАННЯ СУЧАСНИХ КОНЦЕПЦІЙ ТА СИСТЕМ МАРКЕТИНГУ В ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Ключові слова: маркетинг, аналітика, персоналізації, комунікація, концепція, маркетингова товарна політика

Анотація: У статті досліджується важливість сучасних стратегій та підходів до маркетингу у контексті сучасного бізнес середовища. Маркетинг є ключовим елементом успіху будь-якого підприємства, і його засоби і методи постійно змінюються під впливом сучасних технологій і підходів. З метою обґрунтування сучасної концепції маркетингу проаналізовано комплекс маркетингу сучасного підприємства. Виокремлено товарну, цінову, збутову та комунікаційну політики. Суттєвими причинами змін у ціновій політиці підприємств є поява інтернет-торгівлі, яка потребує розробки і впровадження інших підходів до ціноутворення для кінцевого споживача. Поява інтернет-торгівлі для продуктів харчування та зміщення акцентів із традиційної роздрібної торгівлі через магазини на інтернет-торгівлю для товарів тривалого споживання – це ніщо інше, як суттєва трансформація. У XXI столітті змінилися пріоритети щодо маркетингових комунікацій у зв'язку із падінням ефективності реклами, з'явилися комунікації у соціальних мережах, які мають високу ефективність та низьку контрольованість характеру інформації, яка розповсюджується. На основі проведеного аналізу запропоновано основні характеристики сучасної концепції маркетингу для підприємств, яка включає поточні особливості усіх елементів комплексу маркетингу. Розглянемо, як сучасні концепції та системи маркетингу впливають на діяльність підприємств та допомагають їм досягати більшого успіху.

Keywords: marketing, analytics, personalization, communication, concept, marketing product policy

Abstract: The article examines the importance of modern strategies and approaches to marketing in the context of the modern business environment. Marketing is a key element of the success of any enterprise, and its means and methods are constantly changing under the influence of modern technologies and approaches. In order to substantiate the modern concept of marketing, the marketing complex of a modern enterprise is analyzed. Commodity, price, sales and communication policies are singled out. The essential reasons for changes in the price policy of enterprises are the emergence of Internet trade, which requires the development and implementation of other approaches to pricing for the end consumer. The emergence of e-commerce for food and the shift in emphasis from traditional store-based retail to e-commerce for consumer durables is nothing short of a major transformation.

In the 21st century, priorities regarding marketing communications have changed due to the decline in the effectiveness of advertising, communications in social networks have appeared, which have high efficiency and low controllability of the nature of the information that is distributed. Based on the analysis, the main characteristics of the modern concept of marketing for enterprises are proposed, which includes the current features of all elements of the marketing complex. Let's consider how modern marketing concepts and systems affect the activities of enterprises and help them achieve greater success.

Чи мало різних спеціалістів та науковців намагаються визначити та вивчати особливості та суть маркетингу вже понад століття. Проте саме батьком сучасного маркетингу слід вважати відомого у світі американця Філіпа Котлера, саме він дав нам визначення та поняття сучасного маркетингу. Філіп Котлер на початку 20 століття виділив 5 основних концепцій маркетингу: концепція удосконалення товару, концепція удосконалення виробництва, концепція інтенсифікації комерційних зусиль, концепція власне маркетингу, концепція соціально-етичного маркетингу. Саме через те, що середовище бізнесу постійно змінюється, і з'являються нові підходи впливу на ринок, які описує Філіп Котлер. Хоч маркетинг має давню історію виникнення та використання, в Україні інтенсивне використання маркетингу на підприємствах почалося з 90-х років 20 століття. [1]

Починаючи з кінця 90-х років на початку 2000-х були нові спроби виділити ще декілька концепцій, проте всі вони є модифікацією вище описаних концепцій. Починаючи з 21 століття маркетинг зазнав ще одних змін, які відбулися не тільки на закордонних, але і на вітчизняних ринках. Можна виділити низку причин та факторів які призвели до таких змін. По-перше це доступність інтернету, поява мобільного телефону та швидкісного мобільного інтернету і т.д.

По-друге, світова економічна криза 2007-2008 рр, яка змусила навіть успішні транснаціональні компанії переглянути та мінімізувати маркетингові бюджети;

По-третє, впровадження принципів корпоративної соціальної відповідальності корпорацій (у першу чергу транснаціональних компаній) і трансформації соціально-етичного маркетингу в обов’язкову норму ведення бізнесу.

Та по-четверте, пандемія COVID-19, внаслідок якої остаточно змінилась роздрібна торгівля та збутова політика підприємств.

Щоб продемонструвати характеристику новітніх маркетингових концепцій вітчизняних підприємств, проаналізуємо принципові зміни, що відбулися в маркетинговій політиці України. Перш за все, необхідно підкреслити, що вітчизняний маркетинг ще відносно молодий. У світі ця наука зародилася на початку XX століття, а в Україні маркетинг зародився у 1980-х роках із появою кооперації та радянської імпортної торгівлі. Класичний інструмент маркетингу використовується на підприємствах з початку 1990-х років, коли економіка

переходила від командно-адміністративної до ринкової. Законодавцями принципів маркетингу стали міжнародні компанії, які вийшли на український ринок. Висока інфляція, низька купівельна спроможність, відсутність фахівців у сфері маркетингу та нездатність вітчизняних підприємств адаптуватися до ринкових умов сповільнили розвиток українських концепцій управління маркетингом. У момент, коли в Західній Європі уже панувала система соціально-етичного маркетингу, в Україні формувалися маркетингові підходи відповідно до концепцій інтенсифікації комерційних зусиль та власне маркетингу. Як наслідок, ті підсистеми західного маркетингу, які залишилися відносно стабільними протягом останніх 20 років, суттєво еволюціонували в Україні. Визначаючи особливості сучасного маркетингу, проаналізуємо новітні характеристики класичного комплексу маркетингу (4Р) та маркетингової інформаційної системи та зміни, які відбулися протягом останнього часу як в Україні, так і на Заходів. Як відомо, класичний комплекс маркетингу складається із чотирьох маркетингових політик (підсистем):

- товарної (товар);
- цінової (ціна);
- збутової (місце);
- комунікаційної (просування).[2]

Із зазначених підсистем найменше змін у світі протягом останнього періоду зазнала товарна політика. Як стверджує О.В. Пащенко, «товарна політика (товарна інноваційна політика) – це комплекс заходів, за допомогою яких один або декілька товарів використовуються як основні інструменти виробничо-збутової діяльності підприємства».У загальному розумінні, це - комплекс заходів, пов’язаних із формуванням конкурентних переваг і створенням товарів, що задовольняють потреби покупців і забезпечують отримання необхідного прибутку підприємством. [1]

Підприємства у товарній політиці зміщують акцент на концепцію «унікальної товарної пропозиції», запропонованої ще в середині XX століття Россетером Рівером, яка у сучасному вигляді стверджує, що продукт матиме попит у тому випадку, якщо буде мати унікальні характеристики, які будуть робити його відмінним від конкурентів. Тому за останні два десятиліття було проведено багато досліджень з питань управління конкурентоспроможністю продукції та формування значних конкурентних переваг. Такий підхід інтегрує не тільки продукт, але й інші складові маркетингового комплексу, оскільки передбачає ціну, комунікацію та формування конкурентної переваги в збуті, але основою стійкої конкурентоспроможності залишається товар і його диференціація. Продуктова політика змінюється для окремих галузей. Таким чином, у другій половині 20 століття в Європі та Північній Америці домінувала споживча економіка. У результаті споживачі швидко оновлюють навіть товари тривалого

користування, такі як автомобілі чи побутова техніка. Отже, на початку 2000-х світова автомобільна промисловість змінила спосіб виробництва автомобілів, знизивши витрати на транспортні засоби, замінивши частини їх металевих конструкцій на пластикові та композитні конструкції, розраховуючи на те, що споживачі ще деякий час не потребуватимуть використання продукту. багато часу. Наступні зміни відбулися в товарній політиці з 2007 по 2009 роки, коли через економічну кризу купівельна спроможність більшості споживачів знизилася і вони змінили свою споживчу поведінку в бік продовження терміну служби промислових виробів та одягу. Ці проблеми змусили виробників внести корективи в процеси розробки та модифікації своїх продуктів. Якщо вимоги безпеки продукції в Європі та США сформувалися ще в минулому столітті, то законодавство та нагляд за якістю в Україні почалися з 2000-х років. [2]

По-перше, ми говоримо про етикетки продуктів, які інформують споживачів про фактичні інгредієнти продукту та попереджають про небезпеку або небезпеку окремих інгредієнтів. Якщо в Європі такі законодавчі положення були запроваджені наприкінці минулого століття, то в Україні у першому десятилітті XXI століття ця складова товарної політики була візитною карткою соціально-етичного маркетингу та корпоративної соціальної відповідальності.

Лише в грудні 2018 року було прийнято Закон України «Про інформацію для споживачів щодо харчових продуктів», який зобов'язав виробників не лише повідомляти покупців про повний склад харчових продуктів, але й заборонив вводити споживачів в оману назвами окремих продуктів. [3]

Зокрема, відповідно до ст. 28 зазначеного закону, було заборонено називати натуральними молочні продукти, у яких використовуються замінники молока, а перелік інгредієнтів необхідно зазначати повністю, за зменшенням їх маси станом на момент їх використання у процесі виробництва харчового продукту із зазначенням речовин або продуктів, що спричиняють алергічні реакції або непереносність. Тому, починаючи з 2019 року, при формуванні товарної політики виробники харчових продуктів повинні враховувати не тільки їх смакові характеристики та зовнішній вигляд, а й інформувати споживачів про інгредієнти продукту та їх небезпеку. [3]

Цінова політика – це мистецтво управління цінами та ціноутворення, мистецтво встановлення цін на товари (послуги) та їх зміни, виходячи з товару та позиції компанії на ринку, для досягнення встановлених цілей (стратегії, операцій). Цінова політика – це філософія поведінки або загальні принципи діяльності, яких компанія має намір дотримуватися, встановлюючи ціни на свої товари чи послуги. Я вважаю, що з розвитком інтернет-технологій і появою торгових онлайн-майданчиків для продажу споживчих товарів

відбулися серйозні зміни в ціновій політиці світових виробників. Цей момент тісно пов'язаний зі збутовою політикою. Продаж товарів через Інтернет означає зниження витрат на продаж, оскільки немає потреби підтримувати роздрібний магазин. У результаті споживачі мають можливість купувати дешевші товари через Інтернет, а виробники мають можливість вибирати, як їм продавати, пропонуючи один або обидва методи ціноутворення, з витратами на підтримку дистриб'юторської мережі або без них. [4]

Цінова політика передбачає не тільки встановлення принципів ціноутворення, а й формування системи стимулювання ціни — зниження цін, знижки, розпродажі. Хоча глобальні ринкові економіки вже давно використовують цей набір інструментів, він є досить новим для вітчизняного бізнесу, особливо для роздрібної торгівлі. Перші акційні цінові пропозиції для споживачів почали з'являтися приблизно на рубежі століть, з утворенням великих роздрібних мереж. Механізми стимулювання ціни вперше з'явилися в роздрібній торгівлі продуктами харчування. Наприклад, у Львові флагманами акційних пропозицій стали мережа напівдисконтних мінімаркетів «Барвінок» та супермаркети «Інтермаркет», які уже зникли з ринку. Їх цінова політика передбачала пропозицію 20 товарів за зниженими цінами, яка змінювалася раз у тиждень. [4]

Сьогодні таку цінову політику дотримуються практично всі великі мережеві ритейлери країни, і такі знижки часто можна зустріти в невеликих немережевих магазинах «ближче до дому». Крім того, з початку 2000-х років великі магазини взяли сторінку із західного досвіду ведення бізнесу і почали впроваджувати програми лояльності, щоб надавати постійним клієнтам додаткові знижки. Наразі такі програми лояльності в Україні масово впроваджують мережі ритейлерів, що спеціалізуються на продажу побутової техніки та електроніки, товарів повсякденного попиту, будівельних матеріалів та фармацевтики. Серед продавців одягу та взуття (представників громадського харчування) поширені програми лояльності. З появою смартфонів програми лояльності отримали значний розвиток і надають додаткові можливості продавцям і споживачам за допомогою спеціальних додатків.

Однак розробку таких програм і програмного забезпечення для них можуть дозволити собі лише великі компанії. Якщо в непродовольчому ритейлі на Заході ще минуле століття впроваджувалися системи сезонних і передсвяткових розпродажів, то в Україні поштовхом до запровадження великих знижок стала пандемія COVID-19 і закриття непродовольчих магазинів на карантин. Популярна преса вже два десятиліття активно обговорює «розпродажі» у вітчизняній роздрібній торгівлі, які передбачають маніпуляції завищеними звичайними цінами або безглузді знижки напередодні розпродажів, оскільки власники бізнесу прагнуть вивантажити непродані товари на наступний сезон. Падіння попиту на непродовольчі товари

та очікування чергового локдауну наприкінці 2020 – початку 2021 року запустили справжній механізм знижок та розпродажів. [5]

Збутова політика - це діяльність компанії, яка планує, реалізує та контролює потік товарів від виробника до кінцевого споживача з метою задоволення потреб споживачів і отримання прибутку для компанії. Розвиток і доступність інтернет-технологій змінили політику продажів багатьох бізнесів, а карантинні обмеження 2020-2021 років прискорили ці зміни та зробили їх незворотними в усьому світі та в Україні. Якщо наприкінці 20 століття роздрібні магазини були основним способом продажу товарів кінцевим споживачам з онлайн-маркетингом і прямими продажами певних видів продукції, то з кінця 2000-х років поява інтернет-магазинів споживчих товарів тривалого користування почався. [6]

Якщо перші інтернет-магазини передбачали інвестиції у розробку та підтримку сайтів, поява торговельних інтернет-майданчиків (на світовому рівні таких як Joom, Amazon, Ebay, Alibaba, AliExpress, в Україні - Rozetka, Prom, OLX тощо) протягом останнього десятиріччя дала можливість здешевити цей метод збуту та зробити його доступним для малого та мікробізнесу. [5]

Так, за даними Statista, у 2018 році на одному тільки Amazon налічувалося понад 200 тис. невеликих компаній, які продали товарів на 100 тис... дол. або більше. Ще 50 тис. таких користувачів мали оборот понад 500 тис. дол..

До того, розвиток соціальних мереж дав можливість мікробізнесу організовувати Інтернет-продажі у таких мережах без створення своїх сторінок і без додаткових затрат.

Основними категоріями товарів, які продавалися через Інтернет були товари тривалого споживання та тривалого терміну придатності. Такий вид продажу не поширений для продуктів харчування. Однак пандемія COVID-19 призвела до значних змін у системах дистрибуції для роздрібних торговців і виробників. Через жорсткі карантинні обмеження та повне закриття нетоварної торгівлі більшість виробників і торговців почали використовувати інтернет-ресурси паралельно або через магазини замість традиційної торгівлі. Обмеження вільного пересування людей під час спалаху вірусу призвели до необхідності купувати продукти онлайн і доставляти їх додому. У цьому випадку в системі збуту компанії з'являється інший тип учасника (агентство-посередник) - служби доставки. [7]

Остатнім видом маркетингової політики, який, разом з тим, зазнав найбільших змін, є комунікаційна. Добре відомо, що маркетингова комунікаційна політика – це перспективний курс дій фірми, спрямований на забезпечення взаємодії з усіма суб’єктами маркетингової системи з метою задоволення потреб споживачів і отримання прибутку, а самі маркетингові комунікації є процесом обміну інформацією між підприємством та споживачем. У XX столітті основною комунікацією вважали рекламу, яку в народі називали «двигуном прогресу», поряд

із якою поступово виникали й інші – зв’язки з громадськістю (ПР), мерчандайзинг, виставки, стимулювання збуту, спонсорство, упаковування, фірмовий стиль.

Протягом тривалого часу для більшості підприємств реклама була основою комунікаційної політики, а всі інші комунікації були допоміжними. В кінці XX століття – на початку 2000-х років найбільш ефективним її видом вважалась телевізійна реклама Якщо світова рекламна індустрія процвітала десятиліттями, то вітчизняний ринок реклами почав формуватися лише в 1990-х роках. Почали створюватися рекламні студії та агентства, з'являлися фахівці з рекламного креативу. У той час міжнародні продюсери активно рекламувалися на національному телебаченні та почали використовувати вітчизняне телебачення.[5]

У результаті в Україні на законодавчому рівні почали обмежувати рекламні трансляції. У 1996 році прийнято Закон України «Про рекламу», який розпочинає регулювати рекламний ефір. Стаття 13 цього закону стверджує, що реклама не може займати більш як 15 відсотків фактичного обсягу мовлення протягом астрономічної доби, окрім того, визначається кількість допустимих перерв на рекламу для фільмів і передач різної тривалості. Намагаючись отримати максимальну ефективність від реклами, як у світі загалом, так і в Україні, великі підприємства максимізували рекламні бюджети, постійно оновлювали рекламні повідомлення, намагалися досягти максимальної креативності реклами. Доволі часто рекламні ролики оновлювалися протягом 2-х тижнів чи місяця. Перші зміни у маркетинговій комунікаційній політиці підприємств відбулися під час світової економічної кризи 2006-2009 рр. Через різке падіння продажів виробники почали переглядати свої витрати та дійшли висновку про необхідність зменшення затрат на рекламу у бік більш ефективних і дешевших комунікацій. З іншої сторони, здешевлення доступу до Інтернету провокує появу різних видів інтернет-реклами та її активне використання. [8]

Наступним і найсуттєвішим поштовхом до змін у комунікаційній політиці є розвиток інтернет-технологій, поява сайтів із медіабібліотеками. У результаті більш прогресивні споживачі почали схилятися до перегляду медіаконтенту в Інтернеті із меншою кількістю рекламних повідомлень або ж із їх повною відсутністю. На сучасному етапі є передплачувані ресурси та послуги, які дають можливість повного уникнення перегляду реклами. Наприклад – Youtube Premium, Netflix, оплачуваний перегляд контенту медіа бібліотек. Опитування нами студентських аудиторій (молоді віком 19-21 рік) засвідчило, що лише 10% із них дивляться телебачення у класичному його вигляді. Більшість із них переглядає передачі, новини, телевізійні фільми та серіали на різних сайтах, відмінних від сайтів телевізійних каналів. У результаті вони не споживають рекламу, розміщену на таких каналах. Протягом наступних 10 років така молодь стане законодавцями перегляду ефіру у своїх сім’ях і кількість тих, хто

споживає телевізійну рекламу зменшиться. Що стосується продуктових магазинів вони розробляють навіть власні правила викладки товарів, які не враховують побажання виробників та дистриб'юторів. Це можна спостерігати у таких мережевих гравців як «Ашан», «Сільпо», «Арсен», «Рукавичка», «АТБ», «Близенько», «Наш край». Винятком щодо фірмових матеріалів є холодильне обладнання. У мережах магазинів побутової хімії (Prostor, Watson, Eva) можна зустріти фірмові стелажі виробників декоративної косметики. З іншої сторони, за останнє десятиріччя почали активно використовуватися новітні форми інтернет комунікацій: блоги, обговорення продукції та підприємств у соціальних мережах. Основним викликом для підприємств стала не контрольованість таких комунікацій, оскільки їх можуть генерувати споживачів, особи, які не знайомі із продукцією підприємства та конкуренти. [5]

Таким чином, внаслідок віртуалізації проведення дозвілля, зміни способів споживання інформації для підприємств стають все важче доступними контактні аудиторії. На нашу думку, найближчим часом повинні відбутися зміни у маркетинговій комунікаційній політиці підприємств у бік персональних комунікацій, комунікацій у місцях продажу тощо. Виходячи із вищезазначеного, ми можемо визначити основні характеристики сучасної концепції маркетингу для вітчизняних підприємств, які слід відобразити за допомогою табл. 1.

Таблиця 1.

Основні характеристики сучасної концепції маркетингу українських підприємств.

№ з/п	Тип маркетингової політики	Основні характеристики
1.	Товарна політика	Контроль якості, державний контроль складу
2.	Цінова політика	Розробка двох напрямків цінової політики – для роздрібного продажу продукції через магазини та для Інтернет-торгівлі
3.	Збутова політика	Активне використання інтернет-магазинів та інтернет майданчиків для продажу товарів.
4.	Комунікаційна політика	Проблеми із доступом до контактних аудиторій, переміщення акценту із реклами до персональних та усних маркетингових комунікацій. Поява неконтрольованих відносно об'єктивних комунікацій у соцмережах

Джерело: розробка автора.

Окрім того, слід зазначити, що стрімко зазнає змін маркетингова інформаційна система підприємств. Протягом останніх десятиріч завдяки інтернет-технологіям підприємства отримали доступ до великих масивів інформації, знизилась вартість отримання такої інформації. Змінився інструментарій проведення маркетингових досліджень із використанням

сучасної техніки. Однак такі масиви даних потребують розробки нових методів аналізу та узагальнення інформації.

Отже, проведений аналіз дає можливість стверджувати про кардинальні зміну у маркетингу як вітчизняних підприємств, так і у світі з початку цього столітті. Розвиток інформаційних технологій спричинив революцію у маркетинговому інструментарії, яка продовжується. Як наслідок, у подальшому необхідно здійснити пошук заходів управління таким інструментарієм та розробити нові методи.

BIBLIOGRFIA

1. Kotler, F. (1999), Marketynh menedzhment [Marketing Managemant]

2. Harkavenko, S.S. (2006), Marketynh [Marketing], 4th ed, Libra, Kyiv, Ukraine.

3. Pashchenko, O.V. (2012), "Formation of marketing support for product innovation policy", Business-inform, vol. 7, pp. 160-162.

4. Senyshyn, O.S. and Kryveshko, O.V. (2020), Marketynh [Marketing], Lvivskyi natsionalnyi universytet imeni Ivana-Franka, Prostir – M, Lviv, Ukraine.

5. Kudrenko, N. V. Redzyuk, T. Yu. and Muravskaya, T. M. (2017), Justification of the pricing policy of thr enterprise. Economy and Society [Online], vol. 17, pp. 210-214. available at: https://economyandsociety.in.ua/journals/13_ukr/35.pdf (Accessed 09 June 2021).

6. The Verkhovna Rada of Ukraine (2018), The Law of Ukraine "About food information for consumers", available at: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2639-19#Text (Accessed 11 June 2021).

7. Hohilashvili, Ye. (2019), "Amazon, Ebay, Alibaba, OLX, Rozetka and others: how to choose perfect marketplace for selling", The official site Ekonomichna Pravda, available at: https://www.epravda.com.ua/publications/2019/10/28/653012/ (Accessed 12 June 2021).

8. The Verkhovna Rada of Ukraine (1996), The Law of Ukraine "About advertising", available at: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80

Student:
Поливяна Віта
спеціальність: маркетинг
науковий керівник
Вікарчук Ольга
Державний університет «Житомирська політехніка»
м.Житомир, Україна

МАРКЕТИНГ В РОЗДРІБНІЙ ТОРГІВЛІ

Ключові слова: маркетинг роздрібної торгівлі, підприємство, маркетинг, бізнес, стратегії, торгівля, комплекс маркетингу.

Аннотація: У статті розглянено особливості розвитку та заснування маркетингу роздрібної торгівлі в Україні та закордоном. Визначено основні засади, а також плюси та мінуси самої роздрібної торгівлі. Висвітлення особливостей теоретичних засад, формування і розвитку маркетингу підприємств роздрібної торгівлі. Посилення категорійного апарату та удосконалення ознак класифікації підприємств роздрібної торгівлі. Висвітлено та проговорено головні завдання та можливості маркетингу роздрібної торгівлі. Визначено які маркетингові рішення щодо роботи роздрібної торгівлі допоможуть досягти успіху серед великої кількості конкуренції на такому виду (типу) ринку.

Key words: retail marketing, enterprise, marketing, business, strategies, trade.

Abstract: The article examines the peculiarities of the development and establishment of retail marketing in Ukraine and abroad. The main principles, as well as the pros and cons of the retail trade itself, are defined. Highlighting the features of the theoretical foundations, formation and development of marketing of retail trade enterprises. Strengthening of the category apparatus and improvement of classification features of retail trade enterprises. The main tasks and opportunities of retail marketing are highlighted and discussed. It is determined which marketing solutions for the operation of retail trade will help to achieve success among a large amount of competition in this kind (type) of the market.

За останні роки в Україні дуже змінилася роздрібна торгівля та й сам бізнес в цілому. Насамперед розширився асортимент, збільшився розмір підприємства, а найголовніше збільшилися розміри торгових площ. З’явилися дуже багато форм та розгалужень роздрібної торгівлі. На світ з’явилися торговельно-розважальні центри (ТРЦ), дискаунт–центри, універмаги, ЦУМи тощо. Саме зростання попиту з боку все більш вимогливих та досвідчених споживачів, і привезло до появи нових форм роздрібної торгівлі. Все це призвело до зростання сигментації ринку, кожна окрема група (вид) роздрібної торгівлі фокусується на потребах та нуждах конкретних груп споживачів. [2,3]

Відповідно до національного стандарту України ДСТУ 4303- 2004 «Роздрібна та оптова торгівля», роздрібна торгівля є видом економічної діяльності в сфері товарообігу, що охоплює купівлю-продаж товарів кінцевому споживачеві та надання йому торгівельних послуг. Роздрібна торгівля фактично замикає ланцюг господарський зв'язків у процесі товарообміну від продавців або виробників до споживачів(покупців). [1,2]

Якщо спиратися та розглядати думки та праці вчених в цій діяльності, можна зробити висновок, що маркетинг підприємств роздрібної торгівлі можна розглядати як самостійну сферу підприємницької діяльності. Але є дуже багато питань які вимагають дискусійного вторгнення, зокрема, щодо видів та класифікації підприємницької діяльності.

Роздрібна торгівля включає в себе різні види діяльності, такі як особиста покупка, покупка через мережу Інтернет чи користування іншими фінансовими послугами. Більш успішних людей називає роздрібну торгівлю колишньою «Попелюшкою бізнесу», яка з часом та зусиллями перетворися на лідера в управлінні складними процесами та інноваціями в сфері бізнесу. Роздрібна торгівля дуже багатогранна і включає в себе всі види економічної діяльності які пов'язанні з маркетингом чи розподілом тих чи інших товарів та послуг. Таким чином маркетинг являє собою важливу частину будь-якого бізнесу, адже успіх чи провал того чи іншого підприємства, в нашому випадку виду роздрібної торгівлі, визначається тим на скільки доцільно та детально роздрібний торгівець зумів зрозуміти та задовольнити потреби клієнтів.[3]

Успіх будь-якого бізнесу підкріплений вибором та застосуванням правильної маркетингової стратегії. В розробці такої стратегії потрібно домогтися, щоб позиціювання товару чи послуги, а також імідж були ретельно продумані та взаємопов’язані. Досягнення роздрібним бізнесом нової сходинку в розробці та застосуванні маркетингових схем дало змогу будувати кращі взаємозв'язки з клієнтами. Саме розвиток маркетингу в роздрібній торгівлі пов'язанно з лояльностями клієнтів.

Комплекс маркетингу або як ще його називаються маркетинг-мікс являє собою певний комплекс заходів впливу на споживача та позиціювання товару чи послуги на ринку. Хоча батьком сучасного маркетингу вважають відомого на весь світ Філіпа Котлера. Проте саме Дж. Мккарті запропонував дати назву або визначення даній концепції тому, у 1965 році, надихнувшись думками та роботами Дж. Каллітона (James Culliton) та Н. Бордена (Neil Borden), які порівняли сучаснго маркетолога з “міксером всіх необхідних інгредієнтів” та узагальнили всі дії в комплексі маркетингу. Тоді Дж. Мккарті запропонував сучасну назву комплексу 4P, до якого входили 4 компоненти, а саме:

- **Product** (продукт): являє собою певний вид товарів та послуг, що пропонує компанія на ринку.

- **Price** (ціна): елемент комплексу який дозволяє, через аналіз, сформувати остаточну ціну для кінцевого споживача.
- **Place** (місце): місце продажу забезпечує доступність товару чи послуги на ринку для цільової аудиторії.
- **Promotion** (просування): різні рекламні майданчики

З часом цей комплекс розширювався в до 4 основних елементів додали ще: People (Люди), Physical evidences (Фізичні свідоцтва), Process (Процес), цим самим створивши концепції 5P,6P,7P і.д.

За допомогою такого комплексу виконується основна мета продажу – забезпечення потреб і запитів споживачів на належному рівні. Орієнтація на принципи концепції маркетингу взаємовідносин визначає, що результат діяльності підприємства із задоволення споживача трансформувався у забезпечення лояльності до підприємства.[1,4]

Яким же чином роздрібна торгівля отримує прибутки ? Все просто, роздрібна торгівля отримує прибутки за рахунок задоволення потреб та бажань покупця та споживача. Тепер постає питання про залучення й утримання покупців, збільшити обсяги продаж та зменшити (за можливості) експлуаційні витрати. Для цього необхідно шукати нові маркетингові стратегії та способи їх здійснення. Коли на загальному ринку подолано дефіцит тих чи інших товарів, постає проблема, що всі торгові точки пропонують схожий товар чи послугу, за рахунок цього стає складно розширити коло споживачів. У теорії маркетингу розрізняють декілька головних типів маркетингових рішень роздрібних торговців. [3]. Детальніше на рис.1

Рис.1.
Маркетингові рішення роздрібної торгівлі

Джерело: розробка автора.

Характер таких маркетингових рішень більшою частиною залежить від обраного напряму досягнення мети підприємства роздрібної торгівлі. Одна із головних цілей маркетингу роздрібної торгівлі є те, що необхідно визначити та обрати свій цільовий ринок, прислухатися до думок та бажань своєї цільової аудиторії. Ще одним із завданням маркетингу в роздрібній торгівлі є позиціювання товару чи послуги, що надається тим чи іншим бізнесом.

Діяльність з позиціювання передбачає собою збирання даних про всіх наявних та потенційних клієнтів, формування асортименту на підставі зібраної інформації для основної групи покупців. Використанням різних засобів масової інформації для охоплення основного сегмента.[2]

Також не останнє місце займає модель управління ресурсами підприємства роздрібної торгівлі.

Рис.2.
Стратегічна модель управління ресурсами підприємства роздрібної торгівлі

Джерело: розробка автора.

Інструмент комплексу маркетингу «ціна», включає не тільки витрати споживача на товар та його ціноутворення, але й інші витрати такі як наприклад дорога, час та емоції. Зі сторони маркетингу ціноутворення це складний процес ціноутворення в роздрібній торгівлі, адже магазин не просто продає товар чи послугу, а реалізовує як власний продукт. Виходячи з цього відділу маркетингу підприємства роздрібної торгівлі виникає питання або завдання про встановлення ціни, яка є по суті торговою націнкою, з врахуванням кінцевої ціни того чи

іншого товару. Будь-які рішення які прив'язанні з ціновою стратегією дуже важливі, адже ціна – один з ключових чинників в позиціюванні.[3]

Найбільш актуальним способом просування є – реклама. В роздрібному бізнесі вона дуже багатогранна. Максимальну розкрутку та пізнаваність товару можливе тільки в комплексному застосуванні. Найчастіше саме реклама допомагає вишити в середовищі де є дуже багато конкурентів. Існує декілька етапів успішної розробки рекламної кампанії, в саме:

1.Визначення цілей реклами (включає в себе економічні та комунікативні цілі)

2.Вибір цільової аудиторії.

3.Розробка стратегії запровадження реклами (що включає визначення рекламного бюджету та оцінку можливості отримання синергічного ефекту від використання рекламних коштів)

4.Відбір коштів реклами (реклама в ЗМІ, інтернеті, зовнішня та внутрішня)

5.Оцінка ефективності рекламної кампанії.[3]

В результаті проведеного дослідження було розглянуто роль та місце маркетингу в роздрібній торгівлі та розвиток самої роздрібної торгівлі як певного виду бізнес-структури. Підсумувавши все, можна сказати, що роздрібна торгівля розвилася дуже швидко. Це дало змогу відкривати нові види бізнесу та отримувати прибутки. За допомогою такого бізнесу, все більше людей втілили свої думку щодо відкриття своєї справи, але така торгівля має свої плюси та мінуси, тому дійти вершини змогли одиниці. Слід зазначити, що маркетинг відіграє дуже велику роль в усіх аспектах просування та продажу. За допомогою саме маркетингу та його систем можна визначити мету того чи іншого бізнесу. Дослідити та проаналізувати своїх майбутніх клієнтів, та зробити так щоб бізнес-ідея не зазнала падіння.

BIBLIOGRAPHY

1. Nikishkin V. V. (2003). Marketing of retail trade. Theory and methodology. CJSC "Economy Publishing House". [1]
2. B2B (2004) - marketing: Different approaches to different types of customers. Full guide: Trans. from English .[2]
3. Zaruba V.Ya. Parfentenko I.A. Retail marketing.(2019).Educational and methodological manual for students of economic specialties - Kharkiv: NTU "KhPI", - 106 p. - In Ukrainian speech [3]
4. Philip Kotler(2016),Marketing 4.0 : Moving from Traditional to Digital[4]

Studenci:
Ewa Wilk, Anna Morawska, Piotr Pokora
Akademia Nauk Stosowanych Stefana Batorego, Skierniewice, Polska
Menedżerskie Studia Ekonomiczno - Prawne I rok,
Opiekun naukowy:
dr Konrad Rokoszewski
Akademia Nauk Stosowanych Stefana Batorego, Skierniewice, Polska
krokoszewski@ansb.pl

INNOWACJE SPOŁECZNE W BIZNESIE

Słowa kluczowe: innowacje społeczne, inicjatywy, inspiracja, społeczeństwo, potrzeba, biznes, współpraca.

Streszczenie: Innowacje społeczne w biznesie to działania i rozwiązania, które mają na celu wprowadzenie zmian społecznych, środowiskowych lub etycznych poprzez ryzyko stosowania do prowadzenia działalności gospodarczej. Mogą obejmować korzyści pojedyncze dla przedsiębiorstw, jak i dla społeczeństwa jako całości, tworząc model biznesowy, który jest stosowany w celach ekonomicznych, społecznych i wykonawczych. Współczesny świat biznesu stanowi dynamiczną i nieustannie ewoluującą arenę, gdzie konkurencja, zmiany społeczno-gospodarcze oraz rozwój technologiczny stanowią wyzwania, ale także niosą ze sobą nieograniczone możliwości. W tym kontekście, coraz większą wagę przywiązuje się do innowacji społecznych jako kluczowego elementu transformacji biznesowej. Innowacje społeczne w biznesie to nie tylko narzędzia skierowane na poprawę efektywności operacyjnej, lecz przede wszystkim podejście, które integruje zasady zrównoważonego rozwoju, etycznego zarządzania i społecznej odpowiedzialności. Innowacje społeczne w biznesie mają na celu nie tylko generowanie, ale także skupienie się na trwałym, wpływie na środowisko. Firmy angażujące się w tego rodzaju innowacje często zdobywają zaufanie klientów, budują wizerunek marki i przyczyniają się do rozwoju społecznego.

Abstract: Social innovations in business are activities and solutions that aim to bring about social, environmental or ethical change through the risk of application to business. They can include individual benefits for businesses as well as for society as a whole, creating a business model that is applied for economic, social and performance purposes. Today's business world is a dynamic and constantly evolving arena where competition, socio-economic change and technological developments present challenges but also unlimited opportunities. In this context, increasing attention is being paid to social innovation as a key element of business transformation. Social innovation in business is not only a tool aimed at improving operational efficiency, but above all an approach that integrates the principles of sustainability, ethical management and social responsibility. Social innovation in business aims not only to generate, but also to focus on sustainable, environmental

impact. Companies that engage in this type of innovation often win customer trust, build brand image and contribute to social development.

1. Istota innowacji społecznych

W aktualnym świecie biznesu, innowacje społeczne stają się kluczowym elementem transformacji przedsiębiorstw, kształtując zarówno ich strukturę, jak i relacje z otoczeniem społeczno-gospodarczym. Analiza różnorodnych aspektów innowacji społecznych ukazuje ich złożoność i wielowymiarowy wpływ na biznes, społeczeństwo i środowisko.

Kładąc nacisk na aspekt zrównoważonego rozwoju, możliwe jest dążenie do tworzenia pozytywnych zmian społecznych. Podczas gdy tradycyjne innowacje biznesowe skupiają się głównie na tworzeniu nowych produktów, usług czy procesów w celu zwiększenia zysków i efektywności, innowacje społeczne mają na celu poprawę jakości życia społeczeństwa oraz rozwiązanie problemów społecznych. Wymagają one często szerszego spojrzenia, zaangażowania społeczności i partnerstw, a ich sukces mierzy się wpływem na społeczeństwo, a nie tylko zyskiem finansowym.

W niniejszym artykule skupiono się na krótkim przeglądzie istoty innowacji społecznych oraz zbadano, dlaczego stają się one kluczowym elementem strategii wielu przedsiębiorstw. Artykuł ma również pokazać korzyści płynące z wdrażania innowacji społecznych, a także odpowiedzieć na główne pytanie: Jak przedsiębiorstwa mogą skutecznie wdrażać innowacje społeczne i co mogą dzięki temu zyskać?[1]

2. Źródła innowacji społecznych

Innowacje społeczne odnoszą się do nowatorskich działań, pomysłów, produktów lub procesów, których celem jest rozwiązanie konkretnych problemów społecznych, poprawa warunków życia lub zwiększenie efektywności działania społeczeństwa. To świadome poszukiwanie rozwiązań na rzecz dobra wspólnego, które angażuje różnorodne grupy społeczne i może obejmować zarówno sfery ekonomiczne, jak i kulturowe. Można zadać pytania: Kto to wymyśla? Jak ktoś na to wpadł? Skąd mu to przyszło do głowy?. Innowator to osoba, która kwestionuje obecne trendy i widzi coś więcej niż inni.

Cechy, które charakteryzują innowatorów to kreatywność, otwartość na nowe pomysły, nieustraszoność, odporność na porażki, nieposkromiona ciekawość, wytrwałość i nowatorstwo. Celem innowatorów jest znalezienie unikalnych rozwiązań dla istniejących problemów. Odporność na porażki pozwala im wstać po nieudanych próbach i kontynuować dążenie do sukcesu. Innowatorzy muszą zmagać się z wieloma wyzwaniami, takimi jak brak wsparcia ze strony inwestorów, trudny dostęp do kapitału oraz ryzykowne inwestycje. Wymagany jest także czas oraz zasoby, aby wprowadzić innowacyjne rozwiązania na rynek.

Innowatorzy mają unikalne cechy i umiejętności, które pozwalają im na bezpośrednie przyczynianie się do rozwoju społeczeństwa. Jednak, aby móc skutecznie wprowadzać innowacje, potrzebują oni wsparcia i inwestycji ze strony społeczeństwa oraz państwa. Ponadto, innowator potrafi znaleźć źródło inspiracji w najmniej spodziewanych miejscach. [2]

3. Jak firmy mogą zacząć wdrażać innowacje społeczne

Wprowadzanie innowacji społecznych wbrew pozorom to nie lada wyzwanie dla przedsiębiorstw. Osoby zajmujące się zarządzaniem w różnego rodzaju organizacjach nastawionych na zysk, często nie widzą zasadności angażowania się w działania na rzecz społeczeństwa. Jest to krótkowzroczne podejście, ponieważ dzięki innowacjom społecznym firma może budować własny wizerunek, a co za tym idzie zwiększać swoją rangę i prestiż.

W celu implementacji innowacji społecznych należy podjąć kroki w odpowiedniej kolejności:

Krok 1: rozpoznanie problemów społecznych: Identyfikacja konkretnych problemów społecznych, które są związane z branżą lub obszarem działalności firmy. Przeprowadzenie badań i konsultacji, w celu zrozumienia, które kwestie są najbardziej istotne dla społeczności lokalnej lub globalnej.

Krok 2: włączenie społeczności: Włączenie społeczności do procesu decyzyjnego. Prowadzenie konsultacji z lokalnymi grupami interesariuszy, co pozwoli zrozumieć ich potrzeby i oczekiwania. Współpraca ze społecznością od samego początku projektu zwiększa jego skuteczność i akceptację.

Krok 3: tworzenie partnerstw międzysektorowych: Nawiązywanie partnerstw międzysektorowych z innymi firmami, organizacjami może dostarczyć różnorodnych perspektyw, zasobów i umiejętności. Współpraca międzysektorowa umożliwia lepsze zrozumienie problemów społecznych i skuteczniejsze opracowywanie rozwiązań.

Krok 4: przyjęcie długofalowego podejścia: Innowacje społeczne często wymagają długofalowego zaangażowania. Zalecane jest przyjęcie perspektywy długoterminowej i gotowości na inwestowanie czasu i zasobów w projekty o długofalowym wpływie społecznym.

Krok 5: inwestowanie w technologie społeczne: Wykorzystanie nowoczesnych technologii do wsparcia projektów społecznych, takie jak platformy internetowe czy narzędzia analityczne.

Krok 6: znalezienie zrównoważonych modeli biznesowych: Wdrożenie innowacji społecznych nie musi być sprzeczne z zyskownością biznesu. Firmy mogą szukać modeli biznesowych, które łączą zyski z pozytywnym wpływem społecznym. Takie podejście pomaga stworzyć zrównoważony model, który przynosi korzyści zarówno firmie, jak i społeczności. [3]

Zastosowanie powyższych kroków jest niezbędne przy tworzeniu kamieni milowych w projektowaniu planu implementacji innowacji społecznych. Pominięcie chociaż jednego etapu wiąże się ze zwiększeniem ryzyka niepowodzenia projektu. Przykładowo, firma wprowadza innowację społeczną bez konsultacji ze społecznością lokalną, co w efekcie spotyka się z dezaprobatą, powodującą wzrost niezadowolenia – zupełnie odwrotny efekt do zamierzonego.

4. Przykłady inspirujących innowacji społecznych w biznesie

Codziennie na całym świecie pojawiają się różnego rodzaju projekty wdrażające różnego rodzaju innowacje społeczne z mniejszym bądź większym skutkiem. Do najbardziej znanych przykładów zaliczają się inicjatywy takie jak:

- Grameen Bank (Bangladesz)[4]: Bank mikrokredytowy, który udzielał małych pożyczek przedsiębiorcom z biednych społeczności. Jego model stał się inspiracją dla wielu innych programów mikrofinansowania na całym świecie.
- M-Pesa (Kenia) [5]: System płatności mobilnych, który umożliwił milionom Kenijczyków bez dostępu do tradycyjnych usług bankowych przesyłanie pieniędzy i dokonywanie płatności za pomocą telefonów komórkowych.
- Solar Sister (Afryka) [6]: Inicjatywa wspierająca kobiety w Afryce w zakładaniu własnych przedsiębiorstw zajmujących się sprzedażą i dystrybucją energii słonecznej, umożliwiającej dostęp do elektryczności w obszarach wiejskich.
- BioLite (Globalny) [7]: Firma oferująca nowatorskie technologie energetyczne, w tym kuchenki opalane biomasa, które pomagają ludziom w obszarach bez dostępu do elektryczności w gotowaniu bezpiecznym i zrównoważonym sposobem.
- Khan Academy [8](Globalny): Platforma edukacyjna dostępna za darmo, oferująca wysokiej jakości materiały edukacyjne online dla uczniów na całym świecie, z naciskiem na równość dostępu do edukacji.
- Water.org [9](Globalny): Organizacja, która wprowadziła innowacyjne modele finansowania, umożliwiające biednym ludziom na całym świecie uzyskanie dostępu do bezpiecznej wody pitnej i sanitariów.
- Tesla Powerwall[10] (Globalny): System magazynowania energii, który umożliwia gromadzenie energii ze źródeł odnawialnych i używanie jej w domach, przyczyniając się do zrównoważonego korzystania z energii.
- Airbnb's Open Homes [11](Globalny): Program społeczny, który umożliwia gospodarzom Airbnb oferowanie darmowego zakwaterowania osobom w potrzebie, takim jak uchodźcy czy osoby ewakuowane z powodu klęsk żywiołowych.
- Ecofiltro (Gwatemala [12]): Firma oferująca innowacyjne filtry do wody, które pomagają w dostarczaniu bezpiecznej wody pitnej w obszarach o niskim dostępie do czystej wody.
- Trashpresso (Globalny)[13]: Mobilna jednostka recyklingu, która przekształca odpady plastikowe w płyty budowlane, wspierając walkę ze zanieczyszczeniem środowiska.

Powyższe przykłady ilustrują, jak innowacje społeczne mogą mieć pozytywny wpływ na różne obszary życia i globalne wyzwania.

5. Korzyści dla przedsiębiorstw wynikające z wdrożenia innowacji społecznych

Oczywistym jest nie od dzisiaj, że innowacyjność przedsiębiorstw buduje innowacyjność całej gospodarki, przyczyniając się do jej konkurencyjności, a w efekcie do wzrostu Produktu Krajowego Brutto (PKB),[14] jednak jak zostało wspomniane wcześniej wprowadzanie innowacji społecznych nie jest już takie oczywiste przy odnoszeniu korzyści dla przedsiębiorstw.

Innowacje społeczne mogą istotnie poprawić wizerunek firmy, zwłaszcza jeśli te innowacje skupiają się na rozwiązaniu konkretnych problemów społecznych. Klienci coraz bardziej zwracają uwagę na społeczną odpowiedzialność firm, a udział w innowacyjnych projektach społecznych może zbudować pozytywny obraz marki. Firmy, które angażują się w innowacje społeczne, pokazują, że są gotowe przejąć rolę lidera w kreowaniu pozytywnych zmian społecznych. Innowacje społeczne to nie tylko budowanie wizerunku, jest to również silne narzędzie do zwiększania zaangażowania pracowników. Osoby pracujące w organizacji, widząc, że ich firma działa na rzecz społeczności i angażuje się w projekty społeczne, często czują większą lojalność wobec pracodawcy. Ponadto, uczestnictwo w projektach społecznych może przyczynić się do budowania wspólnoty w miejscu pracy, co ma pozytywny wpływ na atmosferę i relacje między zespołem. Dzięki budowaniu takich relacji młodzi ludzie szukający pracy wybierają firmy, które nie tylko oferują atrakcyjne warunki finansowe, ale również są zaangażowane w działania społeczne. Przedsiębiorstwa, które wdrażają innowacje społeczne, mogą przyciągać utalentowanych pracowników, którzy chcą być częścią firmy z pozytywnym wpływem na społeczeństwo. Kolejnym pozytywnym aspektem wdrażania pomysłów społecznych jest zwiększenie zrównoważonego rozwoju. Przedsiębiorstwa, które wdrażają innowacje społeczne, są bardziej skłonne do podejmowania zrównoważonych praktyk biznesowych, co przyczynia się do długoterminowej stabilności i trwałego sukcesu. Odpowiedzialność społeczna biznesu jest równie ważna. Innowacje społeczne są kluczowym elementem podejścia CSR (Corporate Social Responsibility) [15]w biznesie. Działania społeczne firmy, takie jak programy charytatywne, projekty edukacyjne czy inwestycje w społeczności lokalne, pomagają przedsiębiorstwu spełniać swoje zobowiązania społeczne. Firmy zaangażowane w innowacje społeczne są postrzegane jako bardziej odpowiedzialne społecznie, co może przyciągnąć klientów i inwestorów, podkreślając długofalowy cel firmy w kreowaniu pozytywnych zmian.

Korzyści wynikające z wprowadzania innowacyjności społecznej w biznesie są warte wzięcia pod uwagę przy budowaniu strategii biznesowych. Trzeba jednak pamiętać, że wdrożenie innowacji społecznych wiąże się również z wyzwaniami, z którymi należy się mierzyć

6. Zagrożenia i wyzwania związane z implementacją projektów społecznych w biznesie

Jednym z głównych wyzwań jest brak jednolitych standardów pomiaru wpływu społecznego innowacji. Ocenianie skuteczności działań społecznych i ich wpływu na społeczeństwo jest często niełatwe do zmierzenia, co utrudnia porównywanie różnych projektów i osiąganie konsensusu w tej kwestii. Dodatkowo wdrożenie innowacji społecznych może wiązać się z kosztami, a niektóre

przedsiębiorstwa mogą napotykać trudności w znalezieniu środków na finansowanie projektów społecznych. Konieczność inwestycji przedsiębiorstw może stanowić barierę, szczególnie dla firm działających na konkurencyjnych rynkach. Wewnętrzna opozycja w organizacji, brak zrozumienia przez kadry zarządzającej czy pracowników, co do wartości innowacji społecznych, może stanowić poważne przeszkody. Edukacja w zakresie korzyści płynących z zaangażowania w projekty społeczne może być kluczowa. W przypadku innowacji społecznych, oczekiwane efekty mogą być widoczne dopiero po długim czasie. Współczesna rzeczywistość biznesowa często stawia na natychmiastowe rezultaty, co może stanowić wyzwanie dla przedsiębiorstw zaangażowanych w długoterminowe projekty społeczne. Inicjatywy społeczne często muszą uwzględniać różnice kulturowe i społeczne w danym regionie. To wymaga staranności i elastyczności w dostosowywaniu projektów do specyfiki lokalnych społeczności.

7. Możliwości dla biznesu przy implementacji inicjatyw społecznych

Zmieniające się oczekiwania klientów, pracowników i inwestorów podkreślają rosnące znaczenie odpowiedzialności społecznej. Firmy, które skutecznie wdrażają innowacje społeczne, mogą zyskiwać przewagę konkurencyjną i budować trwałe relacje z interesariuszami.

Wykorzystanie nowoczesnych technologii, takich jak sztuczna inteligencja czy blockchain, może tworzyć nowe możliwości w zakresie innowacji społecznych. Rozwój technologii przyczynia się do bardziej efektywnego rozwiązywania problemów społecznych. Współpraca międzysektorowa pomiędzy firmami, organizacjami może być kluczowym elementem rozwoju innowacji społecznych.[16] Partnerstwa te mogą przyczynić się do wymiany wiedzy, zasobów i doświadczeń. Ważnym aspektem jest stworzenie jednolitych standardów pomiaru wpływu społecznego co może ułatwić ocenę skuteczności innowacji społecznych. Rozwój wskaźników, które umożliwiają dokładne monitorowanie i ocenę efektów społecznych, może pomóc w zwiększeniu transparentności i wiarygodności działań społecznych. Wymaga to wsparcia ze strony instytucji finansowych.

Powyższe możliwości to tylko przykłady. W zależności od charakteru organizacji tych możliwości może być znacznie więcej. Wszystko zależy od punktu widzenia przedsiębiorcy, bowiem wszelakie innowacje wymagają kreatywności przy ich projektowaniu i wprowadzaniu.

8. Podsumowanie

Istotność innowacji społecznych dla biznesu jest niepodważalna. To nie tylko kwestia przewagi konkurencyjnej, ale również odpowiedzi na rosnące oczekiwania klientów, pracowników i innych interesariuszy.

Innowacje społeczne stanowią katalizator budowy trwałego zaufania i reputacji przedsiębiorstwa, co jest kluczowe w erze społecznej transparentności. Wpływ społeczny innowacji w biznesie jest nie tylko efektem, ale i motorem napędowym. Przedsiębiorstwa, które skutecznie wdrażają innowacje

społeczne, nie tylko generują korzyści ekonomiczne, ale także przyczyniają się do rozwiązywania problemów społecznych, odnosząc sukcesy na wielu płaszczyznach równocześnie.

Podsumowując, mimo wyzwań związanych z wdrażaniem innowacji społecznych, przyszłość tych działań w biznesie wydaje się obiecująca. Rosnące zrozumienie społecznych korzyści oraz rozwój współpracy międzysektorowej i nowoczesnych technologii mogą stworzyć dogodne warunki do dalszego rozwoju innowacji społecznych.

BIBLIOGRAFIA

1. http://www.sbc.org.pl/Content/168003/10_10.pdf - stan na 03.12.2023 r.
2. https://www.wit.edu.pl/dokumenty/wydawnictwa_naukowe/zeszyty-naukowe-WPZ/2018-2/0021_K-Rokoszewski.pdf - stan na 03.12.2023 r.
3. http://www.ekonomiaspoleczna.msap.pl/doki/polrocznik/ES022019/ES022019-01.pdf - stan na 03.12.2023 r.
4. https://grameenbank.org.bd/ - stan na 03.12.2023 r.
5. https://www.investopedia.com/terms/m/mpesa.asp - stan na 03.12.2023 r.
6. https://solarsister.org/ - stan na 03.12.2023 r.
7. https://www.bioliteenergy.com/ - stan na 03.12.2023 r.
8. https://pl.khanacademy.org/ - stan na 03.12.2023 r.
9. https://water.org/ - stan na 03.12.2023 r.
10. https://www.tesla.com/pl_pl/powerwall - stan na 03.12.2023 r.
11. https://www.airbnb.pl/for-airbnb-org/how-to-host?_set_bev_on_new_domain=1701616829_YWIxNTA1NWFhNWEx – stan na 03.12.2023 r.
12. https://ecofiltro.com.gt/en– stan na 03.12.2023 r.
13. https://trashpresso.com/– stan na 03.12.2023 r.
14. https://depot.ceon.pl/bitstream/handle/123456789/2154/Rola%20innowacji%20w%20zarz%20dzaniu%20organizacjami%20-%20studium%20przypadku.pdf?sequence=1 - stan na 03.12.2023
15. http://wydawnictwo.wsb.pl/sites/wydawnictwo.wsb.pl/files/czasopisma-tresc/zn_wz_chorzow_16_druk.pdf#page=15 – stan na 03.12.2023 r.
16. https://odpowiedzialnybiznes.pl/aktualno%C5%9Bci/innowacje-spoleczne-i-nowe-technologie-w-ekonomii-spolecznej/ stan na 03.12.2023 r.

Maksym Shall, student of speciality
241 “Hotel and restaurant business”
II year 22 Bd-Hotsp group
Supervisor:
Svitlana Pavlova,
associate professor of the department of economics, management, marketing and hotel and restaurant business Zhytomyr State University named after Ivan Franko,
PhD in Economics
Zhytomyr, Ukraine
e-mail: montix48@gmail.com
Максим Шалль, студент спеціальності
241 «Готельно-ресторанна справа»
II курсу 22 Бд-Готсп групи
Науковий керівник:
Світлана Павлова
доцент кафедри економіки, менеджменту, маркетингу та готельно-ресторанної справи
Житомирський державний університет ім. Івана Франка, кандидат економічних наук
м. Житомир, Україна
montix48@gmail.com

MANAGERIAL SKILLS OF A HOSPITALITY SPECIALIST: APPROACHES TO THE FORMATION OF HARD SKILLS AND SOFT SKILLS

Abstract: The most important managerial skills of hospitality workers, which ensure their competitiveness in the labor market, are considered. Their skills influence on the adaptation of a specialist at the workplace is analyzed. The essential importance of the development of knowledge and skills - both "hard skills" and "soft skills" - for successful employment has been determined. Certain "soft skills" are outlined that will significantly contribute to further advancement on the career ladder. The possibility of an education seeker or a job seeker to independently and purposefully increase professional competence, build a career and embody the concept of professional success has been studied.

Key words: the field of hospitality, "hard skills", "soft skills", competitiveness, complex skills, future competencies.

УПРАВЛІНСЬКІ НАВИЧКИ ФАХІВЦЯ СФЕРИ ГОСТИННОСТІ: ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ HARD SKILLS ТА SOFT SKILLS

Анотація: Розглянуто найбільш важливі управлінські навички працівників сфери гостинності, що забезпечують їхню конкурентоспроможність на ринку праці. Проаналізовано вплив таких навичок на адаптацію фахівця на робочому місці. Визначено суттєве значення розвитку знань та навичок, – як «hard skills», так і «soft skills», – для успішного працевлаштування. Окреслено певні «soft skills», що суттєво сприятимуть подальшому просуванню по кар'єрних сходах.

Досліджено можливість здобувача освіти або пошукача роботи самостійно й цілеспрямовано підвищувати фахову компетентність, розбудовувати кар'єру та втілювати концепцію професійного успіху.
Ключові слова: сфера гостинності, «hard skills», «soft skills», конкурентоспроможність, комплексні навички, компетенції майбутнього.

Topicality. Today, Ukraine is suffering from Russian terrorist aggression. The war caused painful challenges, particularly for the hospitality industry. Accordingly, there was a need to change the focus of strategic goals and reconstruct the tasks of sustainable development of this industry.

Therefore, specialized state institutions, representatives of the hospitality business and educational institutions are puzzled by the preparation of the tourism market and specialists for the new needs of Ukrainian society in the post-war years. Work is underway to create an effective tool that will give impetus to the development of the Ukrainian hospitality sector, ensure cooperation with foreign experts in the field of tourism management and education. And human resources play an important role in recovery. After all, the higher the competitiveness of specialists, the higher the competitiveness of the country.

Formulation of the problem. The development of the hotel and restaurant business is an essential component of filling the state budget. In modern conditions, it is possible to increase the profitability of the hospitality sector through effective management of the quality of services, the introduction of innovative products and services. Currently, there is a significant rethinking of traditional methods of economic activity, as well as - to its immediate executors - specialists in the field of hotel and restaurant business.

And here the understanding is reached that the staff, in order to be competitive in the modern market of hospitality services, must possess a number of knowledge and skills: which can be generally characterized as "hard skills" and "soft skills". At the same time, it is believed that the recognition and development of "soft skills" is a defining element of success in any field.

Analysis of recent research and publications. Currently, there is a limited number of scientific works on the formation and development of "skills" in various fields of activity. The analysis of scientific research in this field allows us to state that significant developments in the study of the development of "soft skills" in the training of hospitality specialists are A. Slatvinska, Yu. Davletshina, N. Shtova, who present the role of "soft skills" and "hard skills" in professional growth and in ensuring quality indicators of the provision of hospitality services. Individual conclusions of O. Bondarenko, V. Davydova, N. Zhadko, Yu. Portland, and I. Zaitseva can also be found in Internet resources.

Therefore, the literature on the formation of these skills is limited, so it will be interesting to review the available information and draw conclusions about which ones are needed by a hospitality professional.

Presenting main material. The hotel and restaurant business is one of the oldest industries, which year after year is in demand when choosing a future profession. Hospitality professionals, like no other, understand the importance of a high level of comfort, meeting the needs of consumers and their cultural and recreational guests. They also feel their defining role in ensuring the proper level of service. That is why, in the field of hospitality, considerable attention is paid to the professional skills, abilities and competencies of specialists.

It should be noted that a modern specialist in this field is a professional who possesses a range of knowledge and skills, is a highly educated and comprehensively developed individual [1]. Therefore, in order to be competitive in the modern market of tourist services, it is necessary to possess not only professional knowledge in this field, which can be called "hard skills", but also a number of personal qualities of a specialist, which are no less important - namely, "soft skills".

So, hard skills are professional, technical knowledge and skills that can be learned and measured. They show the skill of a specialist in a specific field [4].

They can be learned and tested. Examples are the ability to type quickly, knowledge of foreign languages, knowledge of guest service technology, knowledge of planning methods or analysis of certain business processes. That is, the possession of such skills can be assessed. This is the skill and knowledge required for a specific position and specific work; these are professional skills that define a profession. To obtain them, you need to study, and confirmation of their mastery is a diploma or certificate.

As for soft skills, they are universal human competencies, which are often called personal qualities, they depend on character, are acquired with experience, and are very difficult to measure [4]. Their degree of manifestation most often depends on the psychotype of the individual, character traits, and temperament. They usually include sociability, the ability to work under conditions of force majeure, and a tendency to work in a team. It is extremely difficult to evaluate them in concrete terms, but it is possible to develop them.

This terminology is not new. It was first used in the army of the United States of America in the mid-60s of the 20th century. Thanks to this differentiation of skills and knowledge, commanders tried to raise the level of training of military personnel. The experience turned out to be noteworthy, and gradually the practice of evaluating "skills" spread to other fields. The practice of assessing professional skills in the modern sense came to us in Ukraine not so long ago. However, it was she who became a reliable assistant for recruiters in assessing the potential of candidates [4].

Returning to the field of hospitality, which works according to the "People-to-People" model, we understand that both professional knowledge and skills, as well as personal qualities of a specialist, are very important here. At the same time, it should be noted that the demand for soft skills has been growing recently. And, although soft skills and emotional intelligence may seem like personal traits and not business traits, in the field of hospitality they can act as precise skills that determine the level of hospitality and are necessary to form a positive impression of the guest in a multicultural environment [2].

In fig. 1, we summarized soft skills by main groups.

Fig 1.

The main groups of soft skills of a hospitality specialist

Groups of soft skills of a hospitality specialist:

- communication skills

  the ability to negotiate with other people, work in a team, argue one's position, as well as leadership qualitiesn and emotional intelligence- the ability to understand other people's feelingx and control one's emotions

- self-organization skills

  the ability to effectively prganize one's work and manage time competently

- creative skills

  we are increasingly faced with non-standard tasks that require a non-standard, innovative approach to solving

- ability to work with information

  serch for it, analyze, draw conclusions. Computer literacy is also taken into account in this block.

- stress resistance

  the ability to cope with them and maintain work capacity, the ability to switch to positive moments. Without it, there is a risk of emotional exhaustion.

Separately, it is worth highlighting the importance of critical thinking in the soft skills competencies, the principle of which is the postulate of OCCAM's RAZOR - "cut off everything unnecessary", be able to recognize the throwing of false or harmful information, find the correct interpretation of the situation and ways to solve it among the informational garbage.

Especially since in hotels and restaurants today, the need for the best experience that exceeds expectations is not only desirable, but almost mandatory. To achieve this level of experience, hospitality establishments will need to use innovative new applications and technologies to create more memorable experiences for guests. And yet, the general opinion prevails that soft skills are personal characteristics that allow a person to successfully interact in a team when solving any work problem.

HR specialists also agree: social or soft skills are the advantages of the future. Over time, even in theoretical disciplines, the one who knows how to communicate and understands teamwork will be more successful. And he, most likely, will make more progress in career advancement.

Employers feel a gap between the knowledge and skills of graduates and the real needs of the market. This is explained by the dominance of the development of hard skill competencies in educational programs. Instead, modern business needs dictate the presence of well-developed soft skills. Specialists are in high demand not only with the necessary theoretical knowledge and technical skills, but also with the ability to adapt, culture and growth potential, emphasizing talent management and giving experience a key role [3]. Fig. 2 presents the main ways of acquiring soft skills.

Fig. 2.
Ways of developing soft skills

In general, during the development of almost all spheres of human activity, such educational programs acquire special value, after completing which the graduate needs a minimum time for adaptation at the workplace. In the process of evaluation by stakeholders of program results of educational programs, the critical need for graduates to acquire soft skills was revealed, the most important of which are: leadership, the ability to quickly solve problems, flexibility, sociability, and interpersonal communication skills.

Conclusions. Hence, the hospitality industry is one of the largest industries in the world that is closely related to human resources and thus requires professionals who have the right set of managerial and interpersonal skills to offer excellent guest service. The most common and in-demand flexible competencies are teamwork, critical thinking, leadership, creativity, ability to meet deadlines, responsibility and discipline. However, their development requires more time, patience and self-improvement.

And in order to meet the modern requirements of employers, it is necessary to develop hard and soft skills in a complex, complementing each other. To move forward, you should "pump up" your hard skills by attending training programs, courses, seminars. And it wouldn't hurt to take care of universal competences at trainings, personal growth groups, and of course, strive for self-education

and development. And then the chances of success in the hospitality industry will become much closer.

Список використаних джерел:

1. Зайцева В. М. Індустрія гостинності в Україні: стан і тенденції розвитку : монографія / колектив авторів; за заг. ред. проф. В. М. Зайцевої; Запорізький національний технічний університет. – Запоріжжя : Просвіта, 2017. – 240 с. URL: http://eir.zntu.edu.ua/bitstream/123456789/1913/1/Zaytseva_Hospitality_industry.pdf

2. Кравець О. М. Організація анімаційних послуг в туризмі : навч. посібник / О. М. Кравець, С. І. Байлик ; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. – 2-ге вид., перероб. і доп. – Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2017. – 335 с. URL: https://core.ac.uk/download/pdf/141489395.pdf

3. Коваль К. О. Розвиток "soft skills" у студентів – один із важливих чинників працевлаштування. Вісник Вінницького політехнічного інституту. 2015. № 2. С. 162–167. URL: https://visnyk.vntu.edu.ua/index.php/visnyk/article/view/827

4. Бондаренко О.М. Що таке hard та soft skills? У чому різниця та що важливіше. Freelancehunt. 2020. №9. С. 2-3. URL: https://freelancehunt.com/blog/shcho-takie-hard-ta-soft-skills/

1. Zaitseva V. M. & (2017). Industriia hostynnosti v Ukraini: stan i tendentsii rozvytku: monohrafiia [Hospitality industry in Ukraine: state and development trends: monograph] Zaporizkyi natsionalnyi tekhnichnyi universytet [Zaporizhzhia National Technical University]. Prosvita – Education, 240. [in Ukrainian].
2. Kravets O. M. & Bailyk S. I. (2017) Orhanizatsiia animatsiinykh posluh v turyzmi [Organization of animation services in tourism] navch. Posibnyk - training. Manual. Kharkiv. nats. un-t misk. hosp-va im. O. M. Beketova [Kharkiv. national city university farm named after O. M. Beketova]. 335 p. Retrieved from https://core.ac.uk/download/pdf/141489395.pdf [in Ukrainian].
3. Koval K. O. (2015). Rozvytok "soft skills" u studentiv – odyn iz vazhlyvykh chynnykiv pratsevlashtuvannia [The development of "soft skills" among students is one of the important factors of employment]. *Visnyk Vinnytskoho politekhnichnoho instytutu. - Bulletin of the Vinnytsia Polytechnic Institute*. № 2. P. 162–167. https://visnyk.vntu.edu.ua/index.php/visnyk/article/view/827 [in Ukrainian].
4. Bondarenko O.M. (2020). Shcho take hard ta soft skills? U chomu riznytsia ta shcho vazhlyvishe [What are hard and soft skills? What is the difference and what is more important]. Freelancehunt. №9. P. 2-3. Retrieved from https://freelancehunt.com/blog/shcho-takie-hard-ta-soft-skills/ [in Ukrainian]

Student:
Чернецька Анна
спеціальність: маркетинг
науковий керівник
Вікарчук Ольга
Державний університет «Житомирська політехніка»
м.Житомир, Україна

БІЗНЕС ПЛАНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВА

Ключові слова: маркетинг, бізнес-план, стратегія, планування,бізнес

Аннотація: У даній статті детально розглядаються особливості створення та розвитку бізнес-плану для підприємства в сфері роздрібної торгівлі як на території України, так і за кордоном. Визначено ключові принципи формування та розвитку маркетингової стратегії підприємств роздрібної торгівлі, а також обговорює переваги та недоліки цього сектору. Стаття фокусується на теоретичних засадах, які лежать в основі успішного впровадження маркетингу в роздрібну торгівлю, а також розглядає важливі завдання та можливості, що виникають у цьому сегменті бізнесу. Також пропонується покращення категорійного апарату та класифікації підприємств роздрібної торгівлі. Зокрема, стаття аналізує, які маркетингові стратегії можуть сприяти успіху в умовах високого рівня конкуренції на ринку даного типу.

Keywords: marketing, business plan, strategy, planning, business

Abstract: This article examines in detail the peculiarities of creating and developing a business plan for a retail enterprise both in Ukraine and abroad. The author identifies the key principles of formation and development of the marketing strategy of retail trade enterprises and discusses the advantages and disadvantages of this sector. The article focuses on the theoretical foundations that underlie the successful implementation of marketing in retail and considers important challenges and opportunities that arise in this business segment. It also proposes to improve the categorical apparatus and classification of retailers. In particular, the article analyses which marketing strategies can contribute to success in a highly competitive market of this type.

Бізнес-план - це короткий, точний, доступний і зрозумілий опис передбачуваного бізнесу, найважливіший інструмент при дослідженні різних ситуацій, що дає змогу обрати найбільш перспективний бажаний результат і визначити засоби його досягнення. Бізнес-план є документом, що дає можливість управляти бізнесом, тому його можна вважати невід'ємним елементом стратегічного планування і оперативного управління бізнесом.

Бізнес-планування є сучасним і останнім часом досить популярним терміном у бізнес-середовищі. Але розробка бізнес-планів і ведення діяльності в руслі постійного бізнес-планування з урахуванням усіх нюансів даного поняття (постійний моніторинг ринку, стану

конкурентного середовища, складання планів для впровадження будь-яких змін тощо) на вітчизняних теренах знаходяться на відчутній відстані від європейських практик розвинених країн [1].

Бізнес-план охоплює як зовнішні, так і внутрішні цілі. Основна зовнішня ціль полягає в тому, щоб запевнити майбутніх партнерів і кредиторів успіху справи. Головна внутрішня ціль бізнес-плану - бути основою управління підприємницькою діяльністю. Конкретні цілі розкривають зміст і особливості планових заходів, особливості самого підприємства, специфіку його діяльності [3].

Сам процес визначення мети бізнес-плану розглядається як творчий процес, який можна поділити на такі послідовні групи:

- Визначення показників мети;
- Визначення можливої мети проекту;
- Описання мети.

Завдання бізнес-плану:

- Визначення сфери діяльності підприємства.
- Оцінка ринкових можливостей та визначення їхніх особливостей.
- Формулювання короткострокових та довгострокових цілей.
- Розробка стратегії маркетингового просування.
- Визначення необхідних спеціалістів для успішної реалізації проєкту.
- Встановлення стандартів якості продукції та оцінка масштабів виробництва.
- Аналіз ризиків та оцінка фінансових витрат.
- Розробка бюджетів для всіх етапів реалізації проєкту.
- Розгляд варіантів маркетингових заходів для привертання уваги клієнтів.
- Визначення економічних показників та параметрів

В умовах ринкової економіки бізнес-план є робочим інструментом, який використовується у всіх галузях підприємництва. Бізнес-план описує процес функціонування фірми, показує, яким чином її керівники мають намір досягти своєї мети, насамперед підвищення прибутковості роботи. Бізнес-план не є сталим документом: він систематично поновлюється, до нього вносяться зміни, обумовлені змінами, що відбуваються всередині фірми, змінами на ринку, в економіці в цілому [3].

Мета розробки бізнес-плану полягає у формуванні концепції розвитку суб’єкта підприємницької діяльності (чи реалізації ним підприємницького проекту), яка забезпечує аналіз, оцінювання, позиціонування, контроль та регулювання діяльності в умовах невизначеності й динамічності зовнішнього та внутрішнього середовища [2].

Ретельний аналіз теоретичних аспектів, пов'язаних із впровадженням маркетингу в роздрібну торгівлю, є одним з фундаментальних елементів бізнес-плану. Цей аналіз включає в себе розуміння психології споживача, виявлення його потреб і розробку стратегій, спрямованих на задоволення цих потреб.

Важливо не лише розуміти аспекти споживацької психології, але й адаптувати маркетингові підходи до конкретного ринку та аудиторії. Дослідження поведінки та вподобань цільової аудиторії дає підприємству можливість адаптувати свої продукти та послуги до реальних потреб клієнтів.

Незабаром, аналіз ринкових сегментів та визначення психографічних особливостей споживачів стають необхідними етапами в побудові маркетингової стратегії. Врахування ринкових тенденцій та кон'юнктури є ключовим для успішного впровадження маркетингових підходів, оскільки підприємство повинно реагувати на зміни попиту, пропозиції, технологічні інновації та зміни цінностей споживачів.

Ефективне визначення цільових сегментів ринку та позиціонування підприємства у відношенні до конкурентів є стратегічно важливими елементами. Роздрібна торгівля, яка орієнтована на конкретний сегмент ринку, може здобути конкурентну перевагу, пристосовуючи свою пропозицію до унікальних потреб клієнтів [1].

Побудова успішної маркетингової стратегії включає розробку комплексу маркетингових міксів - продукту, ціни, місця та промоції. Грамотне поєднання цих елементів дозволяє створити привабливу пропозицію для споживачів та ефективно конкурувати на ринку роздрібної торгівлі.

У сучасному бізнес-середовищі використання технологій та аналітики в маркетингу є критичним. Впровадження CRM-систем, аналіз великих даних та використання інших інструментів дозволяє підприємствам не лише відслідковувати поведінку клієнтів, але й ефективно адаптувати свої стратегії відповідно до змін у ринкових умовах.

Невід'ємною частиною роздрібної торгівлі є ефективна логістика. Забезпечення швидкої поставки товарів, оптимальне розташування складів та точне управління запасами дозволяють підприємствам мінімізувати витрати та оптимізувати процеси постачання.

Якісне обслуговування клієнтів вимагає високого стандарту обслуговування та індивідуального підходу. Дружелюбний персонал, оперативне вирішення проблем і створення позитивного враження є ключовими факторами для забезпечення лояльності клієнтів.

Використання сучасних технологій може значно полегшити бізнес-процеси в роздрібній торгівлі. Впровадження POS-систем, мобільних додатків та онлайн-платформ дозволяє оптимізувати інвентаризацію, поліпшувати обслуговування клієнтів та забезпечувати персонал інструментами для ефективної роботи.

Успішні маркетингові кампанії та промоції дозволяють привертати нових клієнтів, стимулювати продажі та утримувати існуючу клієнтську базу. Важливо адаптувати стратегії промоцій до сезонних змін та специфіки попиту [2].

В умовах сучасного ринку роздрібної торгівлі важливо враховувати потреби як онлайн, так і офлайн клієнтів. Розробка інтегрованих стратегій, які об'єднують фізичні та віртуальні точки продажу, дозволяє створити більш широкий охоплення та зручність для клієнтів.

Докладний аналіз асортименту продукції є важливим етапом розробки бізнес-плану для роздрібної торгівлі. Визначення ключових товарних категорій, їхнього розподілу та дослідження попиту на ринку дозволяє ефективно спрямовувати ресурси та стратегії маркетингу.

Успіх роздрібного підприємства значно залежить від правильної локації. Аналіз регіональних особливостей та сегментація ринку допомагають підприємству визначити оптимальні місця для відкриття нових магазинів або підвищення ефективності існуючих.

Створення чіткого портрету цільової групи споживачів і розуміння їхніх потреб є ключовим. Аналіз демографічних, психографічних та поведінкових факторів допомагає підприємствам пристосовувати свій асортимент та маркетингові стратегії.

Оцінка вартості та маржі продукції дозволяє оптимізувати цінову стратегію та забезпечити конкурентоспроможність. Розуміння економіки виробництва та ціноутворення є важливим для визначення оптимальних цін та управління прибутковістю.

Роздрібна торгівля динамічно змінюється під впливом нових технологій та трендів. Здатність адаптуватися до інновацій та швидко реагувати на зміни в споживчому попиті є ключовою для успіху. Впровадження новаторських підходів у магазинах та маркетингових стратегіях може відкривати нові можливості для розвитку [3].

Ці аспекти підсилюють стратегічний підхід до формування асортименту та розробки маркетингових стратегій в роздрібній торгівлі. Аналіз та адаптація до ринкових умов допомагають підприємствам ефективно конкурувати та пристосовуватися до змін у споживчому попиті.

В умовах висококонкурентного середовища роздрібної торгівлі, диференціація продукції та створення унікального бренду стає стратегічно важливою. Підприємства активно працюють над наданням своїм продуктам особливих характеристик та створенням унікальності, яка привертає увагу клієнтів.

Високий рівень конкуренції вимагає постійного вдосконалення та впровадження інновацій в маркетингові стратегії. Використання новітніх технологій, інтерактивних рішень, а також активна участь у цифровому маркетингу та соціальних мережах можуть позитивно вплинути на взаємодію з клієнтами.

Систематичний аналіз конкурентів дозволяє підприємству розуміти їх стратегії та визначити ніші, де можна визначитися. Створення унікальних пропозицій (USP) дозволяє виділятися серед конкурентів та привертати увагу споживачів.

Маркетингові кампанії та акції є важливим інструментом в умовах високої конкуренції. Спрямовані на залучення нових та утримання існуючих клієнтів, вони можуть включати програми лояльності, знижки, подарунки, а також події та спеціальні заходи.

Умови конкуренції можуть впливати на витрати та ціни. Підприємства повинні бути готові адаптувати свою стратегію витрат та цінову політику відповідно до змін у бізнес-середовищі, щоб забезпечити свою прибутковість.

Високий рівень конкуренції вимагає великої уваги до взаємодії з клієнтами. Створення сприятливого середовища для спілкування з клієнтами, отримання їхнього відгуку та побудова відносин сприяє збільшенню відданості та покращенню репутації.

Умови високого рівня конкуренції вимагають від роздрібних торговців активно впроваджувати маркетингові стратегії, що дозволяють виділятися, привертати увагу споживачів та забезпечувати стійкий розвиток [2].

Незважаючи на відсутність законодавчих актів, які зобов'язували б підприємства мати бізнес-плани, сьогодні в Україні тим не менше діє значна кількість указів, які формують ділове середовище підприємства. Функціонування в ньому передбачає необхідність розробки бізнес-плану для фінансування проекту.

В сучасних умовах високої конкуренції в роздрібній торгівлі, розробка та реалізація ефективного бізнес-плану є критичним етапом для успіху підприємства. З урахуванням висвітлених у статті аспектів створення та розвитку бізнес-плану, можна здійснити системний підхід до управління роздрібним торговельним підприємством.

Теоретичні засади, визначення цільової групи та потреб клієнтів, аналіз асортименту та стратегії розвитку, всі ці елементи викладені в статті, сприяють створенню підґрунтя для розробки маркетингових стратегій, що дозволяють підприємству ефективно взаємодіяти з конкурентами та задовольняти потреби споживачів.

Високий рівень конкуренції вимагає від підприємств роздрібної торгівлі не лише впровадження інновацій та стратегій диференціації, але і постійного вивчення ринкових тенденцій та адаптації до змін. Активна участь у цифровому маркетингу, використання технологій та постійна взаємодія з клієнтами стають ключовими факторами успіху [1].

Таким чином, бізнес-планування – це досить потужний інструмент ведення підприємницької діяльності, який передбачає проведення комплексного аналізу ситуації, постановку цілей, вироблення стратегій і узгоджених програм дій, розподіл ресурсів відповідно до виявлених пріоритетів розвитку.

BIBLIOGRAPHY

1. Academic Notes of the University "KROK" – (2018.) - Issue 49 "Business planning and its role in the current conditions of development of Ukraine".
2. Study guide (2019) «BUSINESS PLANNING OF ENTREPRENEURIAL ACTIVITY» Varnalii Z. S., Vasyltsiv T. H., Lupak R. L., Bilyk R. R.
3. Economics of the enterprise (2000): Study guide for independent study of disciplines / O. Shvydanenko and others - K.: KNEU.

Student:
Тетяна Рибачук
спеціальність: маркетинг
науковий керівник: Ольга Вікарчук
Державний університет
«Житомирська політехніка»
м. Житомир, Україна

МАРКЕТИНГ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ, ЯК ІДЕЯ ДЛЯ БІЗНЕСУ

Ключові слові: маркетинг, соцмережі, аудиторія, коментарі, бізнес.

Key words: marketing, social networks, audience, comments, business.

Анотація: Стаття наголошує, що компанії, співпрацюючи з соцмережами, можуть отримати інформацію про свою аудиторію, взаємодіяти з нею та підвищити довіру до бренду. Відзначається, що використання соцмереж для досягнення короткострокової та довготривалої цілей може включати не лише рекламу, але й взаємодію та спілкування з клієнтами. Маркетинг у соціальних мережах (SMM) - це ключовий інструмент для взаємодії з аудиторією та розвитку бренду. Ця стратегія включає в себе публікацію різноманітного контенту, взаємодію з аудиторією та аналіз через інструменти ринку аналітики. Використання соцмереж спрямоване на підвищення відвідуваності сайту та підвищення продажів, але його основна мета – формування клієнтської бази та підвищення довіри до бренду.

Abstract: The article emphasizes that companies, cooperating with social networks, can get information about their audience, interact with them and increase trust in the brand. It is noted that the use of social networks to achieve short-term and long-term goals can include not only advertising, but also interaction and communication with customers. Social media marketing (SMM) is a key tool for audience engagement and brand development. This strategy includes publishing a variety of content, interacting with the audience and analyzing through market analytics tools. The use of social networks is aimed at increasing website traffic and sales, but its main purpose is to build a client base and increase trust in the brand.

СММ – це те, про що ми часто чуємо, і ще частіше взаємодіємо в повсякденному житті, позаяк всі ми користуємося соціальними мережами щодня. Маркетинг у соціальних мережах – це використання платформ соціальних мереж для зв’язку з вашою аудиторією задля створення та розвитку вашого бренду, збільшення відвідуваності сайту, а отже, і продажів. Це поняття включає публікацію різного контенту у ваших профілях у соцмережах, комунікацію зі старими підписниками та залучення нових [2].

Маркетинг у соцмережах розпочався з простих публікацій постів: компанії ділилися власним контентом у соціальних мережах для збільшення відвідуваності своїх сайтів і, в перспективі, продажів. Але соціальні мережі перестали бути просто місцем розміщення контенту нині підприємства використовують соціальні мережі у дуже багато способів.

Наприклад, компанія, що стурбована меседжами, які люди розповсюджують щодо її бренду (або, що ще гірше, не розповсюджують взагалі), відстежуватиме розмови у соціальних мережах та реагуватиме на відповідні згадки. Це називається «прослуховуванням» соцмереж. Компанії, що бажають зрозуміти положення справ на ринку, працюють із соціальними мережами, аналізуючи своє охоплення, залучення аудиторії та продажі через соціальні мережі за допомогою інструментів аналітики. Бізнес, який хоче охопити певну аудиторію у великих масштабах, також може вдаватися до платного просування постів [1].

Одразу варто зазначити, що соцмережі можна використовувати як для досягнення короткострокових, так і довгострокових цілей. Так, присутність в соцмережах і взаємодія з користувачами в коментарях не принесуть вам негайного збільшення продажів. Ці способи роботи з соцмережами спрямовані, швидше, на формування клієнтської бази та підвищення її довіри до бренду, яке, своєю чергою, впливатиме на продажі.

При активній взаємодії з аудиторією на різних платформах ви легко можете оцінити сегмент, який цікавиться вашим продуктом або послугами. Хто і як реагує на ваш контент і чи сильно це позначається на їхній зацікавленості у вашому продукті? Для яких завдань клієнти використовують ваш продукт і як вони порівнюють його з тим, що пропонують конкуренти?

Така робота з клієнтською базою дає вам можливість передбачити запити та очікування вашої аудиторії. Ви зможете підвищити продаж вашого продукту за рахунок публікацій, що стануть вірусними. У той же час, слід продовжувати працювати з позиціонуванням своєї компанії з урахуванням інформації, одержаної від вашої аудиторії.

Всі користувачі соцмереж, тою чи іншою мірою, залучені до діалогу за допомогою коментарів, лайків та репостів, що в свою чергу може мотивувати потенційного клієнта перейти на ваш сайт. Навіть якщо це не призведе до миттєвої покупки вашого продукту – це підвищить шанси того, що клієнт згадає про вас, коли у нього виникне якась проблема. Також, всі коментарі, репости та лайки дають вам інформацію про те, як покупці бачать та оцінюють ваш продукт, який контент їм подобається найбільше і з якою інформацією вони взаємодіють найактивніше [1].

Крім того, зворотний зв’язок є надзвичайно важливим для вибудовування позитивного іміджу бренду. Вчасно реагуючи на запитання та побажання клієнтів, ви показуєте, що вам не байдужі їхні інтереси та бажання. На додаток до всього, ця інформація є неоціненним

джерелом даних для аналітики, що допоможе оцінити ефективність вашої комунікаційної стратегії з цільовою аудиторією.

Соцмережі дають можливість направити клієнтів на основний сайт компанії або інші сайти, що містять рекламні матеріали. Зазначимо, що деякі бренди взагалі не потребують сайтів, оскільки можуть продавати свої товари прямо у вбудованих у соцмережі магазинах. Такі бренди повністю покладаються на СММ та рекламу.

Найбільші компанії часто не хочуть обмежувати себе бідним функціоналом вбудованих в соцмережі магазинів. Також вони прагнуть використовувати максимальну кількість каналів просування, а значить, перехід на сайт є вкрай важливим для них. Останнім часом такі компанії почали розуміти, що користувачі вважають соцмережі чимось особистим, негативно реагують на вторгнення реклами в їхнє життя, а іноді розвивають рекламну сліпоту.

Саме тому перехід на сайт для покупки не просувається агресивно, а, скоріше, є ненав'язливим натяком. Ось наш новий товар, ось його характеристики та короткий огляд, дай відповідь у коментарях, що ти про нього думаєш. Все подається так, ніби мета посту –лайки та коментарі, а не перехід за посиланням. Практика показує, що наразі такий підхід працює найкраще, особливо для розкручених брендів [2].

Не варто намагатися відразу завоювати всі соцмережі. Розумніше буде обрати кілька платформ, на яких, на вашу думку, знаходиться більша частина вашої цільової аудиторії. Хороша ідея – спочатку створити маркетинговий образ, який допоможе вам відповісти на ці питання. Це рішення не обов'язково має стати статичним, тож ви завжди можете змінити свою стратегію відповідно до того, який результат ви отримаєте під час роботи в соціальних мережах.

Маркетинг у соціальних мережах зазвичай починається з постійної присутності. На сьогодні близько трьох мільярдів людей користуються соціальними мережами на постійній основі. Перебуваючи у інфополі соціальних платформ, ви даєте своєму бренду можливість бути знайденим вашими майбутніми покупцями. Крім того, опублікувати щось у соціальних мережах так само просто, як поділитися записом, зображенням чи відео у блозі. Але, незважаючи на цю простоту, вкрай бажано спланувати свій контент заздалегідь замість того, аби створювати та публікувати його спонтанно.

Крім того, задля забезпечення максимального охоплення у соцмережах, вам необхідно публікувати якісний контент, який подобається вашій аудиторії, у потрібний час та з правильною періодичністю. Наразі існує безліч інструментів планування у соціальних мережах, що можуть допомогти вам автоматично публікувати контент у зручний для вас час. Це дозволить показати контент вашої аудиторії саме тоді, коли вона з найбільшою ймовірністю буде готова з ним взаємодіяти [2].

Зі зростанням вашого бізнесу та збільшення присутності в соціальних мережах, частота згадок вашого бренду також зростатиме. Люди будуть коментувати ваші пости в соціальних мережах, відзначати вас у своїх постах або писати вам безпосередньо. Люди можуть говорити про ваш бренд, не повідомляючи вам про це. З огляду на це, для отримання найбільш вичерпної інформації, ви захочете відстежувати розмови про ваш бренд у соціальних мережах.

Якщо це, наприклад, позитивний коментар, то ви матимете можливість здивувати і порадувати свого клієнта, чим отримаєте майже безкоштовну рекламу. В іншому випадку ви можете запропонувати підтримку та виправити ситуацію, якщо коментар не зовсім втішний.

Ви можете вручну перевіряти всі повідомлення на всіх платформах соціальних мереж, але це неефективно, й ви не побачите повідомлень, в яких не позначений профіль вашої компанії.

SMM-просування – це окремий напрямок маркетингу, не менш серйозний та ефективний за всі інші. Розкрутка в соцмережах вимагає часу, бюджетів та висококваліфікованої праці. Багато хто вважає, що агентства SMM просто садять випадкових людей за ноутбук, і дають їм писати якісь пости, але це, звісно, неправда. Якщо ви хоч раз пробували вести бізнес-аккаунт у соцмережах, і бачили результати, що приносить «простий постінг», – ви знаєте, що для таких цілей потрібен окремий фахівець на повну ставку або досвідчений підрядник [2].

Є декілька правил роботи SMM-спеціаліста. Правило перше це – вивчайте все, що пишуть потенційні та реальні клієнти. Їхні думки дозволяють зрозуміти болі та потреби, які ви можете закрити за допомогою продукту або послуги. Беріть участь у дискусіях та намагайтеся дізнатися, що важливо передплатникам. Самі ставте запитання, запускайте опитування та вдайтеся до інших способів взаємодії з людьми. Не бійтеся негативу. Негативні відгуки повинні не засмучувати, а мотивувати до змін.

Друге правило. Копірайтер навряд чи правильно розповість про ремонт двигуна, а моторист – дохідливо донесе це до аудиторії. Працюючи зі складним контентом, залучайте до створення вузьких фахівців. Можна продемонструвати процес та результат роботи у форматі відео, зробити ролик з інструкцією щодо використання вашого товару, написати чек-лист тощо [1].

Правило №3 – контакт у соціальних мережах не дуже відрізняється від реального світу. Відносини із передплатниками чимось нагадують спілкування з людьми на вулиці. Щоб привернути їх до себе, потрібно діяти послідовно: познайомитися, дізнатися про потреби та заперечення, опрацювати їх, запропонувати рішення, протестувати різні підходи до рекламних кампаній. Не поспішайте отримати одразу 10 000 передплатників. Потрібно ставити собі

реальні терміни розвитку сторінки, стежте за ефективністю зростання облікового запису та залученням.

Правило №4 – користуйтеся допомогою лідерів думок. Чи пам'ятаєте недавню ситуацію з Кріштіану Роналду на прес-конференції? Він просто відсунув від себе дві пляшки Coca-Cola та залишив на столі воду зі словами: «Пийте воду». Результат – збитки компанії у розмірі 4 млрд доларів. Отак просто лідер думок може вплинути на продаж товару. Намагайтеся задіяти трендсеттерів на свою користь. Складіть перелік лідерів думок у вашій ніші, вивчіть їх, запропонуйте одному чи декільком зробити рекламу. Це може збільшити продаж. Але не забувайте, що звертатися до лідерів думок потрібно лише з якісним та доопрацьованим продуктом. Багато хто дорожить своєю репутацією, тому не зв'язуватиметься із сумнівним товаром [1].

Правило №5 – показуйте людям цінність. Діліться цінними відомостями зі власною аудиторією. Спочатку дізнайтеся, що саме її цікавить. Для цього оцініть залучення передплатників до тих чи інших публікацій. Потім складіть список тем і на основі отриманих відомостей розробляйте корисні матеріали.

Правило №6 – підтримуйте зворотний зв'язок. Якщо ваш клієнт або передплатник ставить запитання, намагайтеся відповісти якнайшвидше. Люди не чекатимуть по кілька годин, вони просто підуть до конкурентів. По можливості оперативно відповідайте навіть на відпочинку та у перервах між роботою. Якщо складно, найміть помічників спілкування з клієнтами. І не забувайте давати свідомі відповіді. Краще трохи затягнути та порадитися з експертами, ніж на питання про високу ціну сказати: «Ми використовуємо імпортні ексклюзивні матеріали».

Маркетинг у соціальних мережах – це насправді дієвий інструмент просування бренду, товарів та послуг. Він підходить практично для будь-яких ніш, які не суперечать політиці конкретного майданчика. Головне – серйозно підійти до побудови стратегії, розробки власного облікового запису або паблік та інших завдань, передбачених у рамках просування.

BIBLIOGRAPHY

1. Myrna Y. (2022). Marketing v socmerezhax. SMM agenstvo [Marketing in social networks. SMM agency] https://aweb.ua/blog/uk/marketing-v-socmerezhax-smm-agenstvo/ [in Ukrainian].
2. Bokhonok H., Papenchak T. (2021). SMM-marketing: povnyi haid z instrumentiv ta platform [SMM Marketing: The Complete Guide to Tools and Platforms] https://elit-web.ua/ua/blog/smm-marketing [in Ukrainian].

Student:
Anastasiia Antonevska
Specialty: Marketing
Supervisor:
Tetiana Zavalii, PhD, Senior Lecturer of the Department of Management, Business and Marketing Technologies,
Zhytomyr Polytechnic State University, Zhytomyr, Ukraine
zavaliitatyana@gmail.com

ТЕРМІНОЛОГІЧНИЙ АПАРАТ ПОШУКОВОЇ ОПТИМІЗАЦІЇ САЙТУ (SEO) ЯК ІНСТРУМЕНТ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ

Ключові слова: пошукова оптимізація сайту (SEO), вебсайт, трафік, пошукова система, цифровий маркетинг, Google

Анотація: Дослідження присвячено узагальненню та систематизації термінологічного апарату пошукової оптимізації вебсайту (SEO) як одного з ключових інструментів цифрового маркетингу. Базиси SEO передбачають доречне використання ключових слів, оптимізацію заголовків та врахування інших факторів, що впливають на ранжування вебсайтів в пошукових системах. Ефективне налагодження роботи у сфері SEO сприяє зростанню такого показника як трафік вебсайту, що є одним з основним показників ефективності функціонування подібного цифрового майданчика. У роботі систематизовано бачення до основного термінологічного апарату SEO, допоміжного чи специфічного термінологічного апарату SEO, спеціалізацій фахівців, які працюють у сфері SEO, та розглянуті деякі з алгоритмів пошукової системи Google, які враховуються у процесі індексації вебсайтів та їхнього ранжування у пошукових видачах. Зокрема, розглянуті такі алгоритми як Google Панда, Google Пінгвін, Google Пірат, Google Колібрі та Google Голуб. Розуміння роботи таких алгоритмів є важливим для всіх видів роботи у сфері SEO.

Abstract: The issues of generalization and systematization of the terminological apparatus of search engine optimization (SEO), as one of the key digital marketing tools, have been researched. The SEO basics include the appropriate use of keywords, optimization of titles, and consideration of other factors that affect the ranking of websites in search engines. Effective implementation of work in SEO contributes to the growth of such an indicator as website traffic, which is one of the main indicators of website work. The vision of the main terminological apparatus of SEO, the auxiliary or specific terminological apparatus of SEO, and the specializations of specialists working in the field of SEO have been systematized. Some of the algorithms of the Google search system, which are taken into account in the process of indexing websites and their ranking in search results, have been considered. In particular, such algorithms as Google Panda, Google Penguin, Google Pirate, Google

Hummingbird, and Google Pigeon have been considered. Understanding how these algorithms work is important for all types of SEO work.

Вступ. Для розуміння базисів просування вебсайтів як маркетингових каналів комунікацій із клієнтами треба володіти спеціальним термінологічним словником сфери пошукової оптимізації вебсайтів. Під SEO (з англ. search engine optimization) або пошуковою оптимізацією вебсайту розуміється комплекс робіт, спрямованих на покращення вебсайту з точки зору різних чинників задля підвищення його видимості та покращення його позицій у видачах пошукових систем.

Розуміння алгоритмів пошукових систем і використання відповідних методів SEO дозволяє власникам вебсайтів залучати більше органічного трафіку, покращувати позиції вебсайту в пошукових результатах і, як наслідок, забезпечувати більше уваги цільової аудиторії. Під час організації маркетингу в цифровому просторі важливе місце відводиться налагодженню ефективної системи комунікацій, базою яких є чітке розуміння тих цифрових майданчиків, які відвідує цільова аудиторія, та способів пошуку, до яких вдаються користувачі під час задоволення потреби в певній інформації [8, с. 53].

Під час налагодженої системи пошукової оптимізації вебсайту необхідно розуміти, що цей цифровий майданчик створюється не лише під запити користувачів, відвідування яких забезпечує трафік, основний показник ефективності такого осередка присутності бізнесу в цифровому просторі, але і з врахуванням роботи алгоритмів пошукової системи, згідно з якими ранжуються відповіді пошукової системи.

Пошукові системи є одним з основних джерел залучення трафіку на вебсайти, відповідно через них, як один з основних маркетингових каналів просування бізнесу в цифровому просторі, досягаються такі цілі як забезпечення вичерпного інформування клієнтів і відповідних комунікацій із ними. За вибору траєкторії розвитку через створення вебсайту та забезпечення йому високого рівня видимості у фокусі пошукових систем бізнес має приділяти належну вагу та вкладати ресурси в розвиток цих осередків.

Для розуміння базисів SEO першочергово треба розуміти ринок пошукових систем, який, як і будь-який інший ринок цифрових сервісів, має певну структуру (рис. 1).

Рис. 1.
Порівняння структури ринку пошукових систем на світовому рівні та в Україні станом на жовтень 2023 року

Джерело: побудовано через Flourish на основі [6, 7].

Станом на жовтень 2023 року лідером на ринку пошукових систем у світі є пошукова система Google: із часткою у 91,55 % на світовому рівні та із часткою 86,4 % на рівні України. Заснована в 1998 року пошукова система Google є вільною в доступі та не передбачає обов'язкової реєстрації (авторизації) задля реалізації відповідних запитів користувачів. Відповідно, з огляду на беззаперечне лідерство цього пошукового сервісу орієнтуємося в подальшому виключно на особливості цього пошуковика.

Як інструмент цифрового маркетингу комплекс робіт із пошукової оптимізації вебсайту передбачає роботу як в межах цифрового майданчика, так і поза ним. Але іноді достатньо легко заплутатися у поняттях сфери SEO, задля чого нами запропоновано основний термінологічний апарат пошукової оптимізації сайту (табл. 1).

Таблиця 1

Основний термінологічний апарат пошукової оптимізації вебсайту (SEO)

№ з/п	Термін	Англійською	Визначення
1	*2*	*3*	*4*
1	Пошукова оптимізація вебсайту	search engine optimization, SEO	процес оптимізації вебсайту з метою покращення його видимості в пошукових системах

2	Пошукова система	search engine	програмне забезпечення, яке дозволяє користувачам знаходити та отримувати доступ до інформації у Всесвітній павутині через пошук вебресурсів за ключовими запитами
3	Пошуковий запит	search query	слово чи фраза чи набір символів, які користувач вводить у пошуковий рядок задля знаходження вебресурсів із релевантною інформацією у Всесвітньому павутинні через доступ до Інтернету
4	Вебсайт	website	набір вебресурсів, пов'язаних між собою під єдиним доменним ім'ям, призначених для перегляду у Всесвітньому павутинні
5	Трафік вебсайту	website traffic	кількість користувачів, які відвідують конкретний вебсайт протягом певного періоду
6	Сторінка результатів пошуку чи пошукова видача	search engine results page, SERP	сторінка, яка завантажується у відповідь на введення пошукового запиту, та, містить перелік відповідей, наведених за зменшенням рівня релевантності запиту
7	Позиція вебсайту в пошуковій видачі	website position in search results	місце, яке займає вебсайт у списку результатів пошукової системи за певними ключовими словами чи фразами
8	Ранжування вебсайтів	ranking of websites	процес визначення та відображення вебсайтів на сторінці результатів пошуку за зменшенням релевантності запиту, яка оцінюється за різними факторами ранжування
9	Ключові слова чи ключі	keywords	слова або фрази, які вважаються максимально релевантними для опису контенту певної вебсторінки/вебсайту
10	Органічний пошуковий трафік	organic search traffic	кількість користувачів, які відвідують конкретний вебсайт через переходи за результатами відповідей у пошуковій системі, не включаючи відповіді з написом «реклама»
11	Платний пошуковий трафік	paid search traffic	кількість користувачів, які відвідують конкретний вебсайт через переходи за результатами відповідей у пошуковій системі з написами «реклама», тобто через проплачені відповіді
12	Зовнішня посилальна маса вебсайту	external link mass	сукупність зовнішніх посилань (поза межами конкретного вебсайту), що спрямовують на конкретний вебсайт
13	Внутрішня посилальна маса вебсайту	internal link mass	сукупність внутрішніх посилань (в межах конкретного вебсайту), що спрямовують на різні сторінки одного вебсайту

Розуміння та доречне використання основних термінів сфери SEO (пошукова оптимізація вебсайту, пошукова система, пошуковий запит, вебсайт, трафік вебсайту, сторінка результатів пошуку чи пошукова видача, позиція вебсайту в пошуковій видачі, ранжування вебсайтів, ключові слова чи ключі, органічний і платний пошуковий трафік, зовнішня та внутрішня посилальна маса вебсайту) уможливить ефективну комунікацію у команді задля розробки стратегії залучення трафіку на вебсайт. Застосування цих концепцій допомагає підвищити ефективність вебсайту та досягти вищого рівня його видимості в цифровому просторі.

Але, окрім основних термінів сфера SEO насичена великою кількістю спеціальних термінів, які можна розглядати як більш вузько спеціалізовані або як додаткову, більш

поглиблену термінологію пошукової оптимізації вебсайту. Деякі з цих термінів наведені у табл. 2.

Таблиця 2

Специфічний термінологічний апарат пошукової оптимізації вебсайту (SEO)

№ з/п	Термін	Англійською	Визначення
1	*2*	*3*	*4*
1	Алгоритми пошукових систем	search engine algorithm	набір правил, які використовуються пошуковими системами для пошуку, індексації та ранжування вебсторінок у певні списки у відповідь на пошуковий запит користувача
2	Анкорні посилання чи анкори	anchor links	передбачають наявність текстового фрагменту (наприклад, ключове слово чи фраза), за яким приховується лінк на конкретну вебсторінку
3	Аутріч	outreach	вид лінкбілдінгу, який передбачає створення публікацій контенту на сторонніх вебресурсах з посиланнями на вебсайт клієнта з попереднім узгодженням умов публікації (наприклад, ціни за послугу)
4	Беклінки чи зворотні посилання	backlink	вхідні посилання на одну вебсторінку, надіслані з іншої
5	Етичне SEO чи білі методи SEO	ethical SEO, «white hat SEO»	практика оптимізації вебсайту для органічного трафіку пошукової системи відповідно до всіх інструкцій пошукової системи, без будь-яких маніпуляцій чи оманливих схем
6	Індексація вебсайту	website indexing	процес сканування та збереження інформації про вміст вебсторінок, який реалізовується роботами пошукових систем, для подальшого відображення їх (вебсайтів) у результатах пошукової видачі
7	Кроулінг	crawling	автоматичний процес, за допомогою якого пошукові системи сканують вебсторінки для оновлення інформації в своїх базах даних
8	Лінкбілдінг	link building	метод SEO-оптимізації, процес нарощування якісної зовнішньої посилальної маси з метою збільшення рейтингу окремої сторінки або сайту у видачі пошукових систем
9	Мета-теги	meta-tags	інформація у HTML-коді вебсторінки, що надає пошуковим системам додаткові дані про контент сторінки
10	Парсинг	parsing	процес аналізу даних, коли програма чи скрипт отримує, розбирає та обробляє інформацію з вебсторінок
11	Пошуковий робот чи краулер	web spider, web crawler	програма, що автоматично сканує вебресурси Всесвітнього павутиння для збору інформації для пошукової системи
12	Промт	prompt	запит, який використовується для отримання від ШІ необхідних відповідей (ChatGPT, Midjourney тощо)
13	Спам-посилання	spam backlinks	некоректні посилання, що можуть бути навмисно розміщені на вебсторінках для штучного підвищення рейтингу в пошукових системах
14	Семантичне ядро вебсайту	website semantic core	сукупність ключових слів, які найкраще характеризують контент вебсайту, допомагаючи в ранжуванні вебсайту у пошукових системах шляхом оптимізації для конкретних запитів користувачів

Термінологічний апарат пошукової оптимізації вебсайту (SEO) представляє собою ключові терміни, що визначають процес оптимізації для підвищення видимості сайту в пошукових системах. Ці терміни включають такі аспекти, як алгоритми пошукових систем, аутріч, лінкбілдінг, індексація вебсайту тощо. Застосування цього термінологічного апарату в сфері SEO є ключовим інструментом цифрового маркетингу, допомагаючи покращити рейтинг та видимість вебсайту в пошукових системах для забезпечення ефективного розвитку у цифровому просторі.

Вивчення різних видів спеціалістів із сфери SEO є важливим кроком до організації ефективної роботи з пошукової оптимізації вебсайту. Розуміння специфіки різних функцій, які треба виконувати в межах SEO, допоможе визначити потребу у тих чи інших фахівцях (табл. 3).

Таблиця 3

Назва фахівців, які працюють у сфері пошукової оптимізації вебсайту (SEO)

№ з/п	Назва	Англійською	Функції
1	*2*	*3*	*4*
1	SEO-спеціаліст	SEO specialist	Займається оптимізацією вебсайтів для покращення їхнього рейтингу в пошукових системах. Це містить вибір ефективних ключових слів, технічну оптимізацію, аналіз конкурентів та інші стратегії для поліпшення видимості сайту
2	Вебаналітик	Web analyst	Вивчає та аналізує дані вебсайту, використовуючи інструменти вебаналітики. Надає важливу інформацію щодо поведінки користувачів, метрик ефективності та рекомендацій для вдосконалення вебсайту
3	Маркетолог SEO	SEO marketer	Займається розробкою та впровадженням стратегій маркетингу з фокусом на пошукову оптимізацію. Спроектований для просування бренду або товарів у пошукових системах
4	Лінкбілдер	Link builder	Відповідає за збільшення кількості і якості вхідних посилань на вебсайт. Здійснює пошук та взаємодію з іншими вебсайтами для отримання зовнішніх посилань
5	SEO-оптимізатор	SEO optimizer	Відповідає за оптимізацію та поліпшення показників рейтингу вебсайту в пошукових системах
6	SEO-копірайтер	SEO copywriter	Пише контент, оптимізований для пошукових систем, з метою привертання трафіку та поліпшення позицій в результатах пошуку
7	Аутріч-спеціаліст	Outreach specialist	Відповідає за встановлення зв'язків та співпрацю з іншими вебсайтами для отримання вхідних посилань та підвищення авторитету в Інтернеті
8	SEO-рерайтер	SEO rewriter	Виконує переписування текстів з метою оптимізації їх під пошукові запити, щоб покращити SEO-показники вебсайту

З огляду на масштаби бізнесу у сфері просування вебсайту може працювати ціла команда фахівців, а може все виконувати один фахівець, виконуючи різні функції пошукової оптимізації вебсайту.

За оцінкою сервісу SimilarWeb трафік сайту пошукової системи Google сягає значення 87 млрд за жовтень 2023 року та очолює рейтинг найвідвідуваніших сайтів у світі [1]. Це зумовлює важливість забезпечення видимості сайту для цієї пошукової системи.

Оскільки більше 90 % від усіх запитів у світі (рис. 1) здійснюється через пошукову систему Google для забезпечення видимості вебсайту у пошукових видачах необхідним є розуміння у який спосіб відбувається підбір релевантних відповідей.

Такі системи складаються з низки алгоритмів, які аналізують пошуковий запит і результати пошуку. Оскільки Google прагне зробити пошук ще кориснішим, а відповіді ще більш релевантними, компанія вдосконалює власні алгоритми, щоб детальніше оцінювати пошуковий запит й результати. Деякі з них наведені у табл. 4.

Таблиця 4

Приклади поновлень алгоритмів пошукової системи Google

Рік створення	Назва алгоритму	Основний фокус	Пояснення назви алгоритму
1	*2*	*3*	*4*
2011	Google Панда (Panda)	Якість контенту	Вибір назви алгоритму завдячує імені інженера (Navneet Panda), дотичного до створення цього оновлення
2012	Google Пінгвін (Penguin)	Використання природніх посилань	Як зазначає З. Ешбрідж [1], це був другий великий новий алгоритм Google, названий на честь чорно-білої тварини, хоча немає офіційної історії про те, чому саме так
2012	Google Пірат (Pirate):	Дотримання авторських прав	Назва алгоритму завдячує проблематиці боротьби з «піратським» контентом, тобто з порушенням авторських прав
2013	Google Колібрі (Hummingbird):	Підвищення рівня релевантності пошукових відповідей	З огляду на відсутність офіційної інформації, яка б пояснювала вибір такої назви, припускаємо, що назва алгоритму завдячує можливостям цієї пташки рухатися у різних напрямах із неймовірною швидкістю, точністю та непомітністю
2014	Google Голуб (Pigeon)	Локальний пошук	З огляду на відсутність офіційної інформації, яка б пояснювала вибір такої назви, припускаємо, що назва алгоритму завдячує можливості одомашнених голубів знаходити дорогу додому на великих відстанях та історичній ролі цих птахів як поштових вісників. Як в деяких джерелах про Google Pigeon описано «голуби повертаються додому» [5]

Джерело: складено на основі [1, 2, 3, 5].

Оскільки пошукова оптимізація сайту передбачає різні специфікації робіт, то і алгоритми за рахунок яких вона реалізується відповідають за різні сектори.

Такий алгоритм як Google Панда оцінює якість контенту вебсайту. За умови наповнення вебсайту актуальним, якісним, унікальним контентом його позиції у пошуковій видачі будуть вищими за ті вебресурси, які наповнюються дубльованим, невідформатованим, створеним штучним інтелектом контентом.

Зі свого боку, алгоритм Google Пінгвін спрямований на аналіз практик створення посилальної маси для сайту, зокрема на характер їхньої природності. За неприродні посилання, тобто такі які штучно створюються, купуються у великих обсягах, мають низький рівень довіри, цей алгоритм буде знижувати позиції сайту у пошуковій видачі.

Алгоритм Google Колібрі зорієнтований на покращення релевантності пошукових відповідей, особливо для довгих запитів, враховує природню мову користувачів, тлумачить значення фрази загалом, а не окремих її слів. Наприклад, якщо ви запитуєте «де я можу поїсти» то цей алгоритм розпізнає ваше бажання знайти саме заклади харчування, кафе та ресторани.

Так, Google Пірат виявляє порушників авторських прав та інтелектуальної власності: якщо розміщувати на сайті авторський контент без санкціонованого дозволу, то ви відповідно порушуєте правила пошукової системи про дотримання таких прав.

Алгоритм Google Голуб спрямований на покращення результатів місцевого пошуку. Наприклад з тим же запитом «Де я можу поїсти?» релевантними відповідями будуть вважатися саме ті, що враховують місцезнаходження користувача. Наприклад, якщо запитувати із міста Житомира, то релевантними відповідями буде перелік закладів громадського харчування саме у Житомирі.

Для маркетологів та SEO-спеціалістів важливо розуміти роботу алгоритмів Google, оскільки вони визначають ранжування вебсайтів у пошуковій видачі. Доброякісні практики SEO сприяють покращенню видимості сайту та створюють базу для подальшого розвитку в такого маркетингового каналу як сайт для бізнесу. У зв'язку із різноманітністю завдань в сфері пошукової оптимізації, розгляд різних алгоритмів, таких як Google Панда, Пінгвін, Колібрі, Пірат і Голуб, стає ключовим для ефективного впровадження стратегій SEO. Кожен з цих алгоритмів спрямований на вирішення конкретних завдань. Розуміння їх роботи дозволяє маркетологам і SEO-спеціалістам ефективно оптимізувати вебсайти, забезпечуючи їхню високу видимість та релевантність в пошукових результатах.

Термінологічний апарат пошукової оптимізації сайту (SEO) визначає ключові поняття, необхідні для організації ефективного цифрового маркетингу саме у контексті просування бізнесу через власні вебсайти. Висвітлюючи терміни, такі як вебсайт, трафік, SEO стає важливим інструментом для покращення видимості та позиціонування вебресурсів. Вебсайт, як єдина платформа для відображення контенту, взаємодіє з пошуковими системами для залучення трафіку. Пошукові системи, зокрема Google, визначають ранжування вебсайтів,

враховуючи ключові слова та різні фактори SEO. Трафік вебсайту визначається кількістю відвідувачів, що може збільшуватися за допомогою правильної оптимізації. У контексті цифрового маркетингу SEO стає стратегічним інструментом для залучення уваги цільової аудиторії та підвищення конкурентоспроможності в онлайн-середовищі. Розуміння основного та специфічного термінологічного апарату SEO, різних функцій фахівців зі сфери SEO, особливостей роботи алгоритмів пошукових систем дозволяє створювати ефективні стратегії, спрямовані на підвищення результативності вебсайтів у цифровому просторі.

BIBLIOGRAPHY

1. Ashbridge, Z. (2023). Lookback: Google launched the Penguin algorithm update 11 years ago. Retrieved from: http://surl.li/ngtff [in English]

2. Google Hummingbird. Wikipedia – The Free Encyclopedia. Retrieved from: http://surl.li/ngtha [in English]

3. Google Panda. Wikipedia – The Free Encyclopedia. Retrieved from: http://surl.li/ngtfv [in English]

4. Google.com. SimilarWeb. Retrieved from: http://surl.li/ngrwj [in English]

5. Gould, E. (2014). Google Pigeon Algorithm is here, and it's changing the game. Retrieved from: http://surl.li/ngtke [in English]

6. Search Engine Market Share Ukraine. October 2022 – October 2023. Retrieved from: http://surl.li/ngrvu [in English]

7. Search Engine Market Share Worldwide. October 2022 – October 2023. Retrieved from: http://surl.li/mbjyq [in English]

8. Завалій, Т.О., Легенчук, С.Ф. (2023). Google Trends як інструмент діджитал-маркетингу: методичні аспекти. Маркетинг і цифрові технології. 2023. Т. 7. № 1. С. 52-68. Retrieved from: http://surl.li/ngrvi [in Ukrainian]

Student:
Anastasiia Stepanchuk
Specialty: Management
Supervisor:
Tetiana Zavalii, PhD, Senior Lecturer of the Department of Management, Business and Marketing Technologies,
Zhytomyr Polytechnic State University, Zhytomyr, Ukraine
zavaliitatyana@gmail.com

СТРАТЕГІЧНЕ ПОЗИЦІЮВАННЯ БІЗНЕСУ СФЕРИ ВІДНОВЛЮВАЛЬНИХ ДЖЕРЕЛ ЕНЕРГІЇ В ЦИФРОВОМУ ПРОСТОРІ

Ключові слова: Глобальний договір ООН в Україні, цілі сталого розвитку (ЦСР), трафік вебсайту, відновлювальні джерела енергії, позиціювання, присутність бізнесу в цифровому просторі.

Анотація Цілі сталого розвитку (ЦСР), які визначають пріоритети для розвитку членів-країн на 2015-2030 рр., містять і Ціль 7 «Доступна та чиста енергія», яка передбачає інвестиції в екологічно чисті джерела енергії. Відповідно в дослідженні проаналізовано діяльність українських компаній (Atmosfera», «ETG Group», «Tolk Energy Group»), які функціонують у галузі відновлювальних джерел енергії, та, які є членами Глобального договору Організації Об'єднаних Націй (ООН) в Україні, у контексті їхньої присутності в цифровому просторі. Проаналізовано трафік вебсайтів компаній, визначено ефективність використання цифрових каналів для залучення цільової аудиторії та інших груп заінтересованих осіб. У рамках дослідження виявлено стратегічні напрями розвитку, що містять впровадження новітніх технологій та підвищення інноваційності в цій сфері, зокрема в результаті аналізу діяльності українських компаній у сфері відновлювальних джерел енергії в цифровому просторі, виявлено, що їхні вебсайти ефективно використовуються для привертання уваги цільової аудиторії.

Abstract: The Sustainable Development Goals (SDGs), which define priorities for the development of member countries for 2015-2030, also include Goal 7 «Affordable and clean energy», which provides for investments in environmentally friendly energy sources. The activities of Ukrainian companies («Atmosfera», «ETG Group», «Tolk Energy Group») that operate in the field of renewable energy sources and that are members of the Global Compact of the United Nations (UN) in Ukraine, in the context of their presence in the digital space, have been analyzed. The traffic of company websites has been analyzed. The effectiveness of using digital channels to attract the target audience and other interested groups has been determined. The strategic directions of development containing the introduction of the latest technologies and increasing innovativeness in this area have

been identified. It was found that websites of Ukrainian companies in the field of renewable energy sources are effectively used to attract the attention of the target audience.

Вступ. У сучасному світі в умовах загострення проблеми дефіциту ресурсів питання розвитку відновлювальних джерел енергії стає все більш нагальною необхідністю завданням як для країни загалом, так і для комерційних інституцій зокрема. Така сфера спрямована на використання екологічно чистих та стало доступних ресурсів для виробництва електроенергії. Такі компанії займаються встановленням та експлуатацією сонячних панелей, вітрогенераторів або інших систем, які перетворюють природні ресурси в електроенергію. Використання альтернативних джерел енергії – це безумовна перевага в контексті позиціювання бізнесу як сталого.

Україна перебуває на етапі активного розвитку відновлюваних джерел енергії, виконуючи водночас стратегічні завдання, які визначені в рамках Цілей сталого розвитку ООН. Ключові учасники в цьому процесі – українські компанії у сфері відновлюваних джерел енергії – використовують інноваційні технології та стратегії для забезпечення сталого виробництва енергії. Долученням до ініціативи Глобального договору ООН підприємства визнають свою відповідальність перед глобальною спільнотою та приймають зобов'язання сприяти сталому розвитку у всіх аспектах своєї діяльності. Компанії зі сфери відновлювальних джерел енергії, приєднуючись до договору, приймають зобов'язання вести свою діяльність відповідно до цих принципів.

До ініціативи Глобального договору ООН долучилися й українські компанії, діяльність яких безпосередньо пов’язана зі сферою альтернативних джерел енергії. Зокрема, це такі компанії як:

• «Atmosfera» – провідна українська компанія, яка займається проєктуванням, встановленням та обслуговуванням сонячних електростанцій для домогосподарств і бізнесів [1];

• «ETG Group» – найбільший провайдер сервісних послуг на українському енергетичному ринку, що займається роздрібною торгівлею природним газом, електроенергією, розбудовує сонячну та вітрову генерацію для виробництва енергії з відновлюваних джерел. Компанія використовує цифрові та інноваційні технології для надання високоякісних послуг малому та середньому бізнесу, а також домогосподарствам [2];

• «Tolk Energy Group» – міжнародна група постачальників енергоресурсів, яка послідовно виступає за розвиток та розповсюдження екологічно безпечних технологій, підвищення відповідальності за стан довкілля та енергозбереження [3].

Отже, доцільно буде розглянути з якого числа вище перераховані українські компанії сфери відновлювальних джерел енергії *долучилися до найбільшої у світі спільноти*

відповідальних бізнесів, Глобального договору ООН, та які цілі сталого розвитку вони активно впроваджують на практиці (табл. 1).

Таблиця 1
Цілі сталого розвитку на прикладі провідних українських компаній сфери відновлювальних джерел енергії

Компанія	Дата приєднання	Цілі сталого розвитку
1	*2*	*3*
Atmosfera	27.04.2023 р.	Ціль № 4. Якісна освіта; Ціль № 7. Доступна та чиста енергія; Ціль № 8. Гідна праця та економічне зростання; Ціль № 17. Партнерство заради сталого розвитку
ETG Group	20.06.2023 р.	Ціль№ 7. Доступна та чиста енергія; Ціль № 8. Гідна праця та економічне зростання; Ціль № 9. Інновації та інфраструктура; Ціль № 11. Сталий розвиток міст і громад; Ціль № 13. Боротьба зі зміною клімату; Ціль № 15. Збереження екосистем суші; Ціль № 16. Мир та справедливість; Ціль № 17. Партнерство заради сталого розвитку
4. Tolk Energy Group	30.08.2022 р.	Ціль № 3. Міцне здоров'я; Ціль № 5. Ґендерна рівність; Ціль № 8. Гідна праця та економічне зростання; Ціль № 9. Інновації та інфраструктура; Ціль № 12. Відповідальне споживання; Ціль № 13. Боротьба зі зміною клімату; Ціль № 16. Мир та справедливість; Ціль № 17. Партнерство заради сталого розвитку

Джерело: складено на основі [4, 5, 6].

Узагальнюючи, основними напрямами сталого розвитку, якими опікується «Atmosfera», є розбудова сталої енергосистеми України за допомогою відновлюваної енергії, формування партнерств заради сталого розвитку, надання якісної професійної освіти, сприяння економічному зростанню та продуктивній зайнятості [4].

Основними цілями, на які орієнтується «ETG Group» у своїй стратегії є: цифрові рішення для бізнесу та домогосподарств, інновації та технології, сталий розвиток, адаптація до кліматичних змін та захист довкілля [5].

Зі свого боку, «Tolk Energy Group» долучається до ключових цілей сталого розвитку, спрямованих на створення сталої, доступної та екологічно чистої енергетичної системи, співпрацюючи з урядовими структурами, місцевими громадами та міжнародними партнерами [6]. Це сприяє обміну знаннями, ресурсами та підтримує глобальні ініціативи сталого розвитку.

Усі ці компанії взаємодіють, розвиваючи та впроваджуючи інноваційні рішення, тим самим, сприяючи досягненню загальних цілей сталого розвитку. Вони передбачають стратегічне планування для забезпечення довгострокової стійкості бізнесу. До того ж сюди можна віднести диверсифікацію джерел енергії, вдосконалення технологічних рішень та реакцію на зміни в нормативному середовищі.

Сучасний бізнес у сфері відновлюваних джерел енергії активно розвивається в умовах цифрової трансформації. Компанії стежать за стратегічним позиціюванням, орієнтованим на цифровий простір, щоб забезпечити стабільний ріст та конкурентоспроможність. Це передбачає впровадження інноваційних технологій для ефективного використання відновлюваних джерел енергії, автоматизацію виробничих процесів та збільшення рівня цифрової безпеки.

Однією з ключових стратегій є використання аналітики даних для оптимізації виробничих процесів та покращення якості виробленої енергії. Одночасно компанії активно сприяють впровадженню сучасних цифрових рішень для залучення клієнтів та створення нових ринків. Використання мобільних додатків, віртуальної реальності та інших інтерактивних технологій дозволяє покращити клієнтський досвід і підвищити рівень суспільної свідомості щодо необхідності використання відновлюваних джерел енергії.

Використання цифрового простору в бізнесі сфери відновлювальних джерел енергії може мати численні переваги, які сприяють ефективності, інноваціям та сталому розвитку. Найголовнішими з них треба визначати такі:

• Цифрові технології дозволяють здійснювати віддалений моніторинг та управління енергетичними системами. Це важливо для покращення виробництва та прогнозування попиту;

• Використання аналітичних інструментів у цифровому середовищі дозволяє збирати та обробляти величезний обсяг даних, що полегшує прийняття рішень. Оптимізація виробництва та планування на основі цифрових даних сприяє ефективному використанню ресурсів та зниженню витрат;

• Цифрові технології сприяють взаємодії з кінцевими користувачами енергії, дозволяючи їм відстежувати та контролювати своє енергоспоживання, а також отримувати інформацію про джерела та вплив енергії на навколишнє середовище;

• **Глобальна доступність і масштабування** дозволяють масштабувати енергетичні рішення в різних регіонах світу, що може створити глобальну мережу для обміну даними.

Відповідно цифровий простір відкриває нові можливості для оптимізації, інновацій та сталого розвитку у сфері відновлюваних джерел енергії, роблячи їхню інфраструктуру більш ефективною, надійною та екологічно чистою. Підсумовуючи ці переваги, розглянемо

присутність у цифровому просторі на прикладі українських компаній.

Присутність у цифровому просторі для компанії «Atmosfera» є стратегічно важливою складовою позиціювання для ефективного функціонування та взаємодії з різними зацікавленими сторонами. Компанія має власний вебсайт, де представлена детальна інформація про їхню діяльність, проекти у сфері відновлювальних джерел енергії, технології, які вони використовують, та інші ключові аспекти. Вебсайт також є каналом для комунікації з клієнтами, інвесторами та іншими зацікавленими сторонами. Наявність власних сторінок у соціальних мережах, таких як LinkedIn, Twitter, Instagram, YouTube та Facebook, допомагає підтримувати зв'язок із своєю аудиторією, спілкуватися зі споживачами, а також демонструвати свою екологічну відповідальність та інші ініціативи. Крім того, компанія розробила додаток під назвою «NRG.space». Це своєрідне місце, де об’єднуються зусилля, компетенції та ресурси всіх зацікавлених у розвитку сталої та розподіленої енергетики України.

«ETG Group» підтримує сучасний та інформативний вебсайт. Компанія зробили все, щоб купівля енергії була простою та комфортною. Через онлайн-кабінет можна дуже швидко купити енергію, спланувати її кількість та подивитись звіти. Офіційні сторінки компанії ETG Group в різних соціальних мережах, таких як Facebook, Instagram та YouTube, є цифровим інструментом, де бізнес-організації часто публікують новини, оновлення та іншу інформацію щодо своєї діяльності.

На вебсайті «Tolk Energy Group» розміщена інформація про їхні проекти, технології та стратегії в сфері відновлювальної енергетики. Компанія активно оновлює новини щодо їхньої сфери діяльності, розміщуючи різноманітні цікаві кейси пріоритетності переходу саме на обслуговування компанією Tolk, що є беззаперечною конкурентною перевагою. Крім того, присутність у соціальних мережах (Facebook, LinkedIn та Twitter) дозволяє компанії взаємодіяти з аудиторією, надаючи новини, актуалізації та взаємодію зі споживачами.

Використання аналітики та великих даних дозволяє компаніям здійснювати ефективний моніторинг своєї діяльності, вдосконалювати стратегії, а також швидко реагувати на зміни в галузі відновлювальних джерел енергії та ринкові тенденції.

Аналіз трафіку вебсайтів компаній у сфері відновлювальних джерел енергії відіграє ключову роль у вдосконаленні діяльності компаній та взаємодії зі споживачами. Перш за все, це дозволяє визначити ефективність рекламних кампаній та маркетингових заходів. Розуміння того, як користувачі потрапляють на вебсайт (через пошукові системи, рекламу, соціальні мережі), допомагає компанії оптимізувати свою стратегію просування та розподілити бюджет більш ефективно. Регулярний аналіз трафіку дозволяє виявляти тенденції та зміни в поведінці користувачів, що є важливим для оперативної адаптації відповідних стратегій.

Сервіс SimilarWeb – функціональний інструмент для комплексного аналізу сайтів, у т. ч.

і компаній-конкурентів. З його допомогою можна знайти лідерів в конкретній ніші і перевірити всі ключові пункти: канали просування, адаптивність сайту тощо. SimilarWeb дозволяє оцінити загальний обсяг трафіку, що переходить на вебсайт компанії. Це може служити ключовим показником популярності та впливу в Інтернеті. У табл. 2 наведений аналіз трафіку вебсайтів українських компаній відновлювальних джерел енергії за останні півроку.

Таблиця 2
Аналіз трафіку вебсайтів українських компаній зі сфери відновлювальних джерел енергії за оцінюванням сервісу SimilarWeb

Період	Кількість відвідувань вебсайту, тис. відвідувачів на місяць		
	Atmosfera	ETG Group	Tolk Energy Group
Травень 2023 р.	15	34,9	менше 5
Червень 2023 р.	24,5	менше 5	5,5
Липень 2023 р.	40	6,2	менше 5
Серпень 2023 р.	54	17,8	менше 5
Вересень 2023 р.	27,7	19,1	9,1
Жовтень 2023 р.	23,4	11,9	6,8
Разом	185,2	94,9	30,9

Джерело: складено на основі [7].

Ці дані слугують важливою інформацією для розуміння ефективності онлайн-присутності компаній та можуть служити основою для подальших стратегічних удосконалень. Українські компанії відновлювальних джерел енергії активно використовують онлайн-простір для залучення уваги та взаємодії з аудиторією. Періодичні сезонні та маркетингові фактори можуть впливати на трафік компаній, і стратегії повинні бути адаптовані під ці зміни. Збереження стабільної та ростучої онлайн-присутності важливе для зміцнення позицій в ринковому сегменті та взаємодії зі споживачами. Порівняння трафіку вебсайтів компаній з аналогічними показниками компаній-конкурентів допомагає визначити конкурентоспроможність компаній щодо присутності у цифровому просторі. Для більш детального аналізу трафіку вебсайтів розглянемо ці дані на графіку (рис. 1).

Рисунок 1
Аналіз трафіку вебсайтів українських компаній відновлювальних джерел енергії за даними сервісу SimilarWeb

Джерело: складено на основі [7].

Підсумовуючи, можна зробити висновок, що компанія «Atmosfera» демонструє стабільний ріст трафіку, що може бути пов'язано з успішними маркетинговими стратегіями та збільшенням інтересу громадськості. «ETG Group» має значний трафік у травні, проте спостерігається спад у червні 2023 р. Це може бути пов'язано з рекламними кампаніями або іншими факторами впливу. «Tolk Energy Group» показує стабільний, але менший трафік порівняно з іншими компаніями. Це може вказувати на потребу у покращенні маркетингових зусиль або розширенні аудиторії.

Отже, використання цифрових технологій компаніями сфери відновлювальних джерел енергії дозволяє ефективніше впроваджувати моніторинг та керування енергетичними системами. Аналіз даних допомагає вдосконалювати стратегії виробництва, враховуючи погодні умови та попит на електроенергію. Це сприяє збільшенню надійності постачання та зменшенню втрат енергії.

Присутність у цифровому просторі стає важливою стратегічною необхідністю в сучасних умовах. Це дозволяє підприємствам ефективно використовувати інноваційні технології для оптимізації виробництва та забезпечення сталого розвитку. Заходи у цифровому просторі сприяють підвищенню продуктивності, зменшенню витрат і спрощенню управління процесами.

Онлайн платформи і цифрові ринки дозволяють суб'єктам ринку відновлювальної енергії швидше реагувати на зміни у виробництві та попиті. Ефективна електронна комунікація сприяє збільшенню кола потенційних клієнтів та розширенню партнерських зв'язків.

Загалом, присутність у цифровому просторі для бізнесу сфери відновлювальних джерел

енергії стає ключовим фактором для досягнення ефективності, сталості та конкурентоспроможності в енергетичній індустрії. Це дозволяє підприємствам не лише пристосовуватися до сучасних викликів, а й активно формувати майбутнє енергетичного сектора, сприяючи сталому розвитку та зменшенню впливу на довкілля.

BIBLIOGRAPHY

1. Професійні енергетичні рішення для дому та бізнесу – Atmosfera. Retrieved from: https://www.atmosfera.ua/ [in Ukrainian]
2. ETG.UA – незалежний провайдер енергії. Retrieved from: https://etg.ua/ [in Ukrainian]
3. Tolk. Retrieved from: https://tolk.ua/ua/business/ [in Ukrainian]
4. Atmosfera. Global Compact. Retrieved from: https://globalcompact.org.ua/members/atmosfera/ [in Ukrainian]
5. ETG Group. Global Compact. Retrieved from: https://globalcompact.org.ua/members/etg-group/ [in Ukrainian]
6. Tolk Energy Group. Global Compact. Retrieved from: https://globalcompact.org.ua/members/tolk-energy-group/ [in Ukrainian]
7. SimilarWeb – трафік вебсайту. Retrieved from: https://pro.similarweb.com/ [in English]

Student:
Владислав Лавренчук
Спеціальність: Менеджмент
Ірина Мосійчук
к.е.н, доцент
Житомирський державний університет ім. Івана Франка,
м. Житомир, Україна
mosiychuk_i@ukr.net

РЕАЛІЗАЦІЯ ІННОВАЦІЙНОГО БІЗНЕС-ПРОЄКТУ ЗА ДОПОМОГОЮ СИСТЕМИ КРАУДФАНДИНГУ

Ключові слова: бізнес, краудфандинг, проєкт, реалізація проєкту, інновації, фінансування.

Key words: business, crowdfunding, project, project implementation, innovations, funding

Анотація: У роботі розглянуто можливості та переваги системи краудфандингу як ефективного інструменту збору фінансування для стартапів та новаторських ідей. Обговорено стратегічні аспекти, які стосуються використання краудфандингу для фінансування інноваційних проєктів, включаючи його вплив на розвиток та поширення інноваційних ідей у сучасному бізнес-середовищі. Також розглянуто бізнес-хаб «Інноваційний центр підтримки бізнесу», як інноваційний проєкт, сучасний простір для обміну ідеями та передовим досвідом між підприємцями, інноваторами, менеджерами та активною молоддю.

Abstract: The paper explores the opportunities and advantages of crowdfunding as an effective financing tool for startups and innovative ideas. It discusses strategic aspects related to the use of crowdfunding for financing innovative projects, including its impact on the development and dissemination of innovative ideas in the contemporary business environment. Additionally, it examines the business hub "Innovation Business Support Center" as an innovative project, a modern space for exchanging ideas and sharing cutting-edge experiences among entrepreneurs, innovators, managers, and active youth.

В часи глобальної конкуренції та стрімких технологічних змін, бізнес-хаби стають незамінними центрами інновацій та підтримки підприємництва. Вони не лише надають місця для зустрічей та співпраці між творчими індивідами, але й надають ресурси, необхідні для розвитку та реалізації інноваційних ідей.

В умовах глобальних викликів, таких як екологічні проблеми та соціальні виклики, бізнес-хаби допомагають знаходити сталі та ефективні рішення, сприяючи сталому розвитку. Вони є ідеальними платформами для обміну ідеями, спільної роботи та створення інноваційних проектів, що відповідають потребам сучасного світу та сприяють створенню

кращого майбутнього. Це також сприяє створенню робочих місць та підтримці малого та середнього бізнесу.

Краудфандинг, в свою чергу, може надати необхідне фінансування для цих ініціатив, допомагаючи розпочати та розвивати проекти, які сприятимуть відновленню та розвитку в регіоні. Така ініціатива може бути корисною як для бізнесу, так і для спільноти, а також сприяти загальному покращенню умов в умовах військового конфлікту. Крім того, краудфандинг може бути важливим інструментом для підтримки ветеранів збройних сил України. Це дозволяє їм залучити кошти на проекти, які сприяють їхньому соціальному та професійному відновленню після виходу зі служби в армії.

Метою дослідження є вивчення та аналіз можливостей та ефективності використання системи краудфандингу як інноваційно-інвестиційного інструменту для створення бізнес-хабу.

Основні завдання включають вивчення процесів, пов'язаних із залученням фінансування через краудфандинг, аналіз його впливу на інноваційні проєкти та підприємництво, а також оцінку перспектив і викликів, що виникають у контексті створення бізнес-хабу в умовах, наприклад, війни чи пандемій.

Об'єктом дослідження є процес створення бізнес-хабу на основі системи краудфандингу як інноваційно-інвестиційного інструменту.

Business Hub – це сучасний простір для обміну ідеями та передовим досвідом між підприємцями, інноваторами, менеджерами та активною молоддю. Підприємці тут зможуть скористатися різними інкубаційними та акселераційними програмами, коворкінгами. Ви також можете отримати консультації, наставницьку підтримку, щоб почати та вести власний бізнес. Даний простір буде давати можливість молодому поколінню креативних людей зі свіжим поглядом на життя представляти свої бізнес-ідеї, реалізовувати їх самостійно з підказками і редакцією вже досвідчених підприємців, або продати свою розробку зацікавленій особі.

Бізнес-хаб «Інноваційний центр підтримки бізнесу» – це інноваційний проєкт, сучасний простір для обміну ідеями та передовим досвідом між підприємцями, інноваторами, менеджерами та активною молоддю. Такий центр надає доступ до різноманітних ресурсів, включаючи експертну підтримку, навчання та менторинг, а також можливості для фінансування та співпраці з іншими бізнес-партнерами. Також можна отримати консультації, наставницьку підтримку, щоб почати та вести власний бізнес.

Практичне значення даного дослідження вкрай важливе для різних зацікавлених сторін:

- *для підприємців та інноваторів* в умовах війни, результати дослідження надають практичні рекомендації щодо того, як використовувати систему краудфандингу як ефективний інвестиційний інструмент для реалізації інноваційних проєктів;

- *для громадських організацій та владних структур*, які підтримують інновації та підприємництво, дослідження може служити основою для розвитку політики та програм, спрямованих на стимулювання інновацій в умовах пандемій та військових конфліктів;

- *для інвесторів та фінансових установ*, результати дослідження можуть вказувати на можливості та ризики вкладення коштів в інноваційні проєкти через краудфандинг.

Основними напрямами діяльності Житомирського Бізнес Хабу є:

- коворкінг – простір для спілкування та роботи представників бізнес-спільноти;
- освітні заходи для підприємців і молоді – тренінги, семінари, круглі столи;
- консультаційні послуги – правова допомога, бухгалтерія, оподаткування, цифровий маркетинг;
- бізнес-зустрічі у форматах B2B (Business-to-Business) та B2G (Business-to-Government);
- обмін актуальною бізнес-інформацією через фізичний (стенди, дошки оголошень) та віртуальний (соціальні мережі, сайт) простори;
- розвиток молоді в бізнес напрямі на зустрічах з підприємцями.

Перспективними напрямками діяльності Житомирського Бізнес Хабу є:

- підтримка кооперації у бізнесі та кластерних ініціатив;
- розвиток компетенцій щодо написання грантових заявок;
- розвиток бізнес-спільноти мейкерів;
- мотивація населення міста до розвитку, до дії, до реалізації своїх бізнес задумів, обмін досвідом;
- організація навчальних програм, семінарів та майстер-класів для підприємців та ветеранів, щоб розвивати їхні навички та знання;
- спеціальні програми підтримки для ветеранів збройних сил, щоб допомогти їм переходити до громадянського життя, розвивати або створювати свої бізнеси.

Для того, щоб реалізувати нашу ідею необхідно також розрахувати, яке обладнання, програми і інші ресурси нам потрібні для функціонування бізнес простору, а в результаті обрахувати, який має бути стартовий капітал.

Розрахунок ефективності створення он-лайн Бізнес Хабу

Ми маємо ідею створити саме он-лайн бізнес хаб, тому що в умовах війни не завжди можна фізично збирати людей в одному приміщенні для проведення різного роду заходів. Он-лайн захід не передбачає перебування осіб в одному місці. З цього випливає, що нам потрібно обрати он-лайн платформу для нашого бізнес хабу. Ми пропонуємо Zoom – це інструмент відеоконференцзв'язку, який розширився до пропозиції віртуальних заходів в реальному часі.

Необхідно запустити рекламу, щоб про нас дізналися. Ми пропонуємо рекламувати наш проект в соціальних мережах таких як Інстаграм та Фейсбук, тому що на даний момент це найбільш популярні соціальні мережі серед людей. Також великої популярності набуває ТікТок. Дану мережу також можна використовувати для збільшення популярності нашого проекту як в Житомирі, так і в Україні.

У Інстаграм-блогера реклама коштує близько 120 доларів (залежить від кількості підписників). Якщо просувати публікацію в Інстаграм з нашої сторінки – 1 день дорівнює 1 долар, прогнозоване охоплення – 450-1200 відвідувань нашого профілю. Реклама в Фейсбук має таку ж ціну за день, як і в Інстаграм – 1 долар. Проте обіцяють 13-38 людей в день. Тобто для того, щоб в нашому бізнес хабі приймали участь люди, які дійсно цікавляться бізнесом, потрібно правильно налаштувати таргетовану рекламу і чекати результати. Ми вважаємо, що на початкових етапах не можна економити кошти на рекламі, так як від неї залежить наш подальший успіх. Пропонуємо класти в рекламу в соціальних мережах 250-270 доларів (9150-9880 грн.).

В Інстаграм можна також створити «свою унікальну маску» як один із інструментів реклами (це можна зробити самостійно і безкоштовно). Якщо ми плануємо робити рекламу в соціальних мережах, відповідно нам необхідно створити сторінки у Фейсбук і Інстаграм, де будемо розміщувати інформацію про учасників, спікерів, про події, наші ініціативи тощо. Проте, так, як це закритий онлайн форум і люди мають відправляти заявки, в Інстаграмі буде не зовсім зручно обробляти інформацію про бажаючих учасників. Тому необхідно створити сайт. Ціна в 2023 році на сайт типу Лендинг пейдж – близько 10 тис. грн.

В цілях реклами і, щоб зробити приємно нашим першим учасникам, можна замовити еко сумки з нашою емблемою. В даній ситуації спрацює «Сарафанне радіо».

50 шт * 60 грн = 3000 грн – еко-сумка з хлопку, саржи, 240 г/м2, чорний колір.

50 шт * 27,30 грн = 1365 грн – друк на еко-сумці двома кольорами з однієї сторони.

В середньому 50 еко-сумок нам будуть коштувати близько 4365 грн. Проте частину ми можемо подарувати, а частину продати, якщо учасники хабу захочуть придбати.

Над даним проєктом будуть трудитися люди. Це досить великий об’єм роботи, який вимагає витрат не тільки коштів, але й багато часу. Тому їм необхідно буде виплачувати заробітну плату. На нашу думку, необхідно найняти на роботу людину, яка буде займатися документами і фінансами (бажано з досвідом роботи, яка може допомогти, по сумісництву), а також людину, яка буде спілкуватися з клієнтами, спікерами і активно вести соціальні мережі (це може бути активна молода людина, яка бажає розвиватися і допомагати це робити людям). Також потрібен фахівець, який буде займатися координацією зустрічі, записувати ідеї, розповідати, з якою метою проводиться зустріч тощо. На початковому етапі заробітна плата

7000 грн/людина. Витрати на реалізацію проекту «Он-лайн Бізнес Хаб в Житомирі» представлені в таблиці 1.

Таблиця 1
Витрати на реалізацію проекту «Онлайн Бізнес Хаб в Житомирі»

№п/п	Витрати	Сума, грн
1.	Zoom пакет «Професійний» на місяць	14,99$ = 550 грн
2.	Реклама в соціальних мережах (Інстаграм, Фейсбук)	7 200
3.	Створення сайту	10 000
4.	Рекламна продукція (еко сумки)	4365
5.	Заробітна плата (3 людини)	21000
	Разом:	43115

Джерело: розраховано авторами.

Ми організовуємо он-лайн Бізнес Хаб, тому не беремо до уваги вартість оренди приміщення, вартість закупівлі ноутбуків і іншого технічного обладнання, вартість послуг Інтернет і інших комунальних послуг. Розрахунок постійних витрат щомісяця проєкту «Онлайн Бізнес Хаб в Житомирі» представлено в таблиці 2.

Таблиця 2
Постійні витрати щомісяця проєкту «Он-лайн Бізнес Хаб»

№п/п	Витрати	Сума, грн
1.	Zoom пакет «Професійний»	14,99$ = 550 грн
2.	Заробітна плата (3 людини)	21000
	Разом:	21550

Джерело: розраховано авторами.

Мінімальний початковий внесок від однієї людини з метою участі буде дорівнювати 300 грн. Ціна тренінгів може відрізнятися від ціни зустрічей і буде проходити незалежно від бізнес зустрічей (залежить від спікера). На зустрічі буде від 15 до 20 осіб різного роду діяльності. Бізнес Хаб буде проводитися 2-3 рази на місяць, якщо буде бажання в людей – можливо і частіше. Тобто прибуток від Бізнес Хабу в місяць в найкращому випадку буде складати близько 18 000 грн (табл. 3).

Таблиця 3
Дохід від проведення бізнес-зустрічей

№п/п	Компоненти	Характеристики
1.	Ціна білета	300 грн
2.	Кількість учасників	20 осіб
3.	Частота проведення	3 рази/місяць
4.	Дохід від проведення бізнес-зустрічей	18 000 грн

Джерело: розраховано авторами.

В даному розрахунку не включені дохід від реалізації брендованої продукції та добровільні внески від наших клієнтів (учасників зустрічей, тренінгів тощо).

Використання краудфандингу – це важливий крок для реалізації проекту нашого

бізнес-хабу "Інноваційний центр підтримки". Цей метод дозволить нам залучити фінансування та підтримку від громадськості, підкреслити важливість нашої місії та створити залежність від спільноти. Ми оберемо платформу краудфандингу, яка найкраще підходить для наших потреб, і створимо привабливу сторінку проекту, де поділимося деталями нашого проекту та пропозиціями для тих, хто бажає підтримати нашу ініціативу.

Порівняно з іншими інструментами акумулювання фінансових ресурсів, процедура краудфандингу є простішою та легшою. Успіх проекту не залежить від думки декількох людей, як, наприклад, при розгляді бізнес-плану фінансовим-кредитними установами для одержання фінансування. Успішна краудфандингова кампанія залежить від продуманої та активної роботи авторів проекту з поширення інформації про нього та залучення зацікавлених осіб до проекту [5].

Зарубіжний досвід показує, що краудфандинг може використовуватися малим бізнесом як інструмент публічності, збільшуючи доступ громадськості. Крім того, він може легко комбінуватися із краудсорсингом, тобто використовувати нефінансові відгуки користувачів Інтернету для покращення продуктів і послуг, а також для перевірки ідей.

В Україні краудфандинг тільки набирає популярності, існує потреба в краудфандингу як альтернативному інструменті фінансування стартапів та малого бізнесу. Але законодавчої бази для цього наразі, на жаль, немає. Сьогодні діють такі краудфандингові платформи: «Big Idea» (заснована 2009 року), «Спільнокошт» (2012 рік), «На старте» (2014 рік)і «Куб» (2016 рік).

За період повномасштабної війни найбільшу популярність здобув благодійний краудфандинг. Українці навчилися спрямовувати гнів, стрес і хвилювання на матеріальну підтримку збройних сил і людей, що найбільше постраждали від агресії росії. Наприклад, Netpeak Group та «Моє Місто» створили проєкт «Доповідай» («Допомогу військовим дай»). Це — перша в Україні краудфандингова платформа для зборів коштів на волонтерські проєкти, спрямовані на допомогу ЗСУ та іншим оборонним структурам.

Отже, система краудфандингу, в нашому розумінні, – це поєднання діяльності суб’єктів краудфандингу, тобто авторів проекту, донорів (спонсорів) проекту та краудфандингових посередників, завдяки краудфандинговим платформам та іншим інтернет-ресурсам з метою акумулювання коштів для реалізації інноваційних, бізнес- та соціальних проектів.

Тому шукаємо інвесторів, які допомогли б нам реалізувати дану ініціативу і хочемо розмістити свій план на краудфандинговій платформі Велика Ідея (https://biggggidea.com/projects/). Ми вважаємо, що ця платформа найбільше підходить, її специфіка відповідає нашій національній спрямованості, тому що наша ідея на даному етапі стосується лише України і цей сайт має досить велику кількість уже реалізованих проєктів.

БІБЛІОГРАФІЯ

1. Верховна Рада України (2022). Тил працює – Україна воює: підтримка бізнесу в умовах воєнного стану. URL: https://www.rada.gov.ua/news/razom/221573.html (дата звернення: 28.10.2023)

2. Іващенко А.І., Поліщук Є.А., Диба О.М. (2016). Перспективи розвитку краудфандингу в Україні як інструменту залучення коштів для підприємств малого та середнього бізнесу. *Інвестиції: практика та досвід*. № 21. С. 34-39

3. Катерина Дорошевська (2022). Дослідження UA Business Global. Війна та бізнес: як український малий бізнес адаптується до війни. URL: https://business.diia.gov.ua/cases/iniciativi/ua-business-globalresearch (дата звернення: 01.11.2023)

4. Олесь Кульчицький (2020). Інноваційні хаби, як екосистема розвитку смарт компаній URL: https://aei.org.ua/innovacijni-habi-yak-ekosistema-rozvi/

5. Палійчук Є.С., Федоров Р.К. Основні перешкоди розвитку стартапів України. *Ефективна економіка.* 2021. № 11. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/11_2021/102.pdf

6. Теслюк С.А., Матвійчук Н.М., Демчук Н.В. Краудфандинг як сучасний спосіб фінансування: проблеми та перспективи його розвитку в Україні. *Економіка та суспільство*. 2022. №37. URL: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-37-16

7. Уголькова О.З. (2017). Ключові елементи системи краудфандингу URL: https://science.lpnu.ua/sites/default/files/journal-paper/2018/mar/9661/ilovepdfcom-105-110.pdf (дата звернення: 28.10.2023)

8. Schwienbacher A., Larralde B. Crowdfunding of small entrepreneurial ventures, Handbook of entrepreneurial finance forthcoming. URL: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1699183

BIBLIOGRAPHY

1. Verkhovna Rada Ukrainy (2022). Tyi pratsyuye – Ukrayina voyuye: pidtrymka biznesu v umovakh voyennogo stanu. Retrieved from: https://www.rada.gov.ua/news/razom/221573.html (Accessed: 28.10.2023) [in Ukrainian].

2. Ivashchenko, A.I., Polishchuk, Ye.A., Dyba, O.M. (2016). Perspektyvy rozvytku kraudfandingu v Ukrayini yak instrumentu zaluchennya koshtiv dlya pidpryyemstv malogo ta seredn'ogo biznesu. [Prospects for the development of crowdfunding in Ukraine as a tool for attracting funds for small and medium-sized enterprises]. Investytsii: praktyka ta dosvid, 21, 34-39. [in Ukrainian].

3. Kateryna Doroshevska (2022). Doslidzhennya UA Business Global. Viyna ta biznes: yak ukrayinsky maliy biznes adaptuyet'sya do viyny. Retrieved from: https://business.diia.gov.ua/cases/iniciativi/ua-business-globalresearch (Accessed: 01.11.2023) [in Ukrainian].

4. Oles Kulchytskyi (2020). Innovatsiyni haby, yak ekosystema rozvytku smart kompaniy [Innovation hubs as an ecosystem for the development of smart companies]. Retrieved from: https://aei.org.ua/innovacijni-habi-yak-ekosistema-rozvi/ (Accessed: 08.11.2023) [in Ukrainian].

5. Paliychuk, Ye.S., Fedorov, R.K. (2021). Osnovni pereshkody rozvytku startapiv Ukrayiny. [The main obstacles to the development of startups in Ukraine]. Efektyvna ekonomika, 11. Retrieved from: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/11_2021/102.pdf (Accessed: 15.11.2023) [in Ukrainian].

6. Teslyuk, S.A., Matviychuk, N.M., Demchuk, N.V. (2022). Kraudfanding yak suchasnyy sposib finansuvannya: problemy ta perspektyvy yoho rozvytku v Ukrayini. [Crowdfunding as a modern way of financing: problems and prospects of its development in Ukraine]. Ekonomika ta suspilstvo, 37. Retrieved from: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-37-16 (Accessed: 12.11.2023) [in Ukrainian].

7. Ugolkova O. (2017). Kliuchovi elementy systemy kraudfandynhu Retrieved from: https://science.lpnu.ua/sites/default/files/journal-paper/2018/mar/9661/ilovepdfcom-105-110.pdf (Accessed: 08.11.2023) [in Ukrainian].

8. Schwienbacher, A., Larralde, B. (2010). Crowdfunding of small entrepreneurial ventures, Handbook of entrepreneurial finance forthcoming. Retrieved from: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1699183 (Accessed: 12.11.2023) [in Ukrainian].

Student:
АЛІНА СВИСТАЄНКО
Спеціальність: Менеджмент
Магістр І року навчання
Науковий керівник: Інна Клімова
Житомирський державний
університет імені Івана Франка
м. Житомир, Україна
kaf.econom@gmail.com

МАРКЕТИНГОВА СТРАТЕГІЯ ПІДПРИЄМСТВА (НА ПРИКЛАДІ ПрАТ "CARLSBERG UKRAINE")

Анотація. В статті досліджуються застосування стратегії в умовах сучасного ринкового середовища з урахуванням впливу чинників зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства ПрАТ «CARLSBERG UKRANE». На основі цього аналізу будуються ключові елементи якісної стратегії розширення ринків збуту , а також пропозиції щодо реалізації стратегії експорту продукції підприємства ПрАТ «CARLSBERG UKRANE» до країн Африки з можливістю оцінити ефективність даної стратегії .

Також зазначені ключові елементи дослідження та пропозиції щодо реалізації завдань на підприємства ПрАТ «CARLSBERG UKRANE».

Ключові слова: маркетингова стратегія підприємства, SWOT-аналіз, розвиток підприємства, розвиток, маркетингове дослідження, ПрАТ «CARLSBERG UKRANE».

MARKETING STRATEGY OF THE ENTERPRISE (ON THE EXAMPLE OF PJSC "CARLSBERG UKRANE")

Abstract: The article investigates the application of the strategy in the modern market environment, taking into account the influence of factors of the external and internal environment of the enterprise PJSC "CARLSBERG UKRANE". On the basis of this analysis, the key elements of a qualitative strategy for expanding sales markets are built, as well as proposals for implementing the strategy of exporting products of PJSC "CARLSBERG UKRANE" to African countries with the ability to evaluate the effectiveness of this strategy.

The key elements of the study and proposals for the implementation of tasks for the enterprise of PJSC "CARLSBERG UKRANE" are also indicated.

Key words: marketing strategy of enterprise, SWOT-analysis, development of enterprise, development, marketing research, PJSC "CARLSBERG UKRANE".

В реаліях сьогодення дана тема є досить актуальною, а маркетинговий підхід до ведення бізнесу в умовах гострої конкуренції та економічної кризи набуває особливого поширення в торгово-посередницькій діяльності. Ведучи якісну маркетингову діяльність, компанії мають можливість вирішувати довгострокові стратегічні завдання, освоювати нові ринки та виводити на них нові продукти, адаптуючись до мінливих ринкових умов. Використання того чи іншого маркетингового підходу дозволяє оцінити інтереси та цілі бізнесу, а також окремої господарської структури, забезпечити єдність економічного середовища розвитку.

Метою нашого дослідження є розроблення якісної стратегії підприємства на прикладі ПрАТ «CARLSBERG UKRAINE» в умовах сучасного ринку на основі показників економічного стану підприємства, середовища перебування та основної діяльності конкурентів.

Для досягнення поставленої мети ми визначили наступні ***завдання:***

- розкрити сутність маркетингової стратегії на підприємстві та описати основні її види;
- охарактеризувати підходи до розроблення стратегій на підприємстві;
- здійснити аналіз стратегій за класифікаційними ознаками та етапами процесу формування ;
- здійснити оцінку поточної стратегії підприємства та її актуальність;
- провести SWOT-аналіз, PEST-аналіз та окреслити основних конкурентів ;
- розробити пропозиції альтернативної стратегії для росту підприємства на ринку .

Маркетингова стратегія – це узгодження можливостей компанії з ринковими умовами. Існує багато різних маркетингових стратегій, але ключовим моментом є вибір найбільш успішної стратегії для кожного ринку та продукту, тобто стратегії, яка відповідає умовам досягнення маркетингових цілей.

На сучасному ринку не всі підприємства мають маркетингові стратегії, або ж мають певний конкретний план дій на короткострокову перспективу. Більшість підприємств не враховують ситуацію зі сторони конкурентів на ринку та розвиток галузі певної продукції [2,с.21] .

Підвищення конкурентних переваг є невід’ємною частиною будь-якого підприємства і головною метою маркетингової стратегії підприємства. Для цього необхідно визначити всі конкурентні переваги на ринку. Маємо зрозуміти як саме і в який час доцільно впроваджувати нові технології, як розробити новий продукт аби він мав переваги, за потреби вчасно зробити ребрендинг.

Основними цілями маркетингової стратегії на підприємстві є:

- збільшення прибутку ;
- обрання певного сегменту ринку та розвиток на ньому ;
- розширення ринку збуту ;

- зробити товар незамінним на ринку [5,с.35].

Маркетингові стратегії мають досить велику класифікацію, що можна побачити на слайді.

Приватне акціонерне товариство Carlsberg Ukraine є частиною Carlsberg Group, однієї з провідних світових пивоварних груп з великим портфелем брендів пива та інших напоїв. Бренд Carlsberg є одним з найбільш впізнаваних пивних брендів у світі, а такі бренди, як Somersby та Tuborg входять до числа найпопулярніших пивних брендів у Європі. Сьогодні компанія «Carlsberg Ukraine» має офіс в м. Запоріжжя та філії в містах Львів та Київ [7].

Основними видами продукції ПрАТ «Carlsberg Ukraine» є пиво різної міцності та складу, безалкогольне пиво, сидр, квас. Тому основною ціллю компанії є те, що вони пропонують великий асортимент продукції як алкогольної так і безалкогольної, що зможе задовольнити потреби навіть найвибагливіших поціновувачів даної продукції.

Ефективна маркетингова стратегія ПрАТ «Carlsberg Ukraine» у ринковому середовищі дозволяє гнучко відреагувати на зміни в таких сферах, як продукція, ціни, політика збуту та комунікації, і своєчасно вжити заходи щодо коригування стратегії, а також розробити ефективні управлінські рішення щодо стратегічних маркетингових планів, що сприятиме зміцненню конкурентних позицій фірми та утриматися на плаву.

Щодо стратегій на конкурентному ринку, то підприємство ПрАТ «Carlsberg Ukraine» дуже багато зусиль віддає аби тримати лідируючі позиції, зокрема, залучає стратегію лідерства у витратах, впроваджує найновітніші технології та працює на найкращому обладнанні, використовує потужності усіх своїх підрозділів, постійно удосконалює кожен зі свої брендів та виходить на нові ринки збуту, сегменти, а також залучає всі інструменти просування (стимулювання збуту, реклама, акції, соціальні заходи, багатовікові історії брендів) [3,с.15].

Розробка стратегії розвитку для ПрАТ «Carlsberg Ukraine» повинна починатися зі SWOT-аналізу ринку пива, щоб встановити взаємозв'язок між факторами мікро- та макросередовища, а також проаналізувати та виявити позитивні та негативні впливи на маркетингову сферу.

Таблиця 1.
SWOT-аналіз ПрАТ «Carlsberg Ukraine»

Сильні сторони	Слабкі сторони
- Велика клієнтська база ; - Найякісніша продукція з багатовіковою популярністю на ринку ; - Новітні технології, патенти ; - Налагоджений бізнес-процес; - Логістика ; - Найсучасніше обладнання ; - Велика кількість продукції виробництва ; - Висококваліфіковані працівники ; - Найвища якість ; - Націленість на споживача ; - Високий рівень конкурентоздатності на ринку.	- Низький рівень проникнення підприємства на нові ринки та розширення нових галузей виробництва ; - Неякісно налагоджена система матеріально - технічного забезпечення ; - Низький рівень продажу товарів через сезонність.
Можливості	**Загрози**
- Виробництво нової продукції, розширення галузі ; - Покращення технології ; - Співпраця з іншими фірмами ; - Сегментація на нові ринки ; - Співпраця зі спонсорами, інвесторами ; - Розширення точок збуту продукції ; - Покращення якості реклами та залучення новітніх маркетингових інструментів.	- Можливість появи нових конкурентів з кращими товарами, рекламою,якістю і тд. ; - Зміни в попиті на дану продукцію підприємства ; - Законодавство.

Джерело: [розробка автора].

Основними завданнями SWOT-аналізу ПрАТ «Carlsberg Ukraine» є :

- аналіз існуючих маркетингових можливостей та ресурсів ;
- оцінка маркетингових загроз та заходи щодо їх усунення ;
- порівняння сильних сторін з ринковими можливостями ;
- подолання слабких сторін ;
- переваги над конкурентами ;
- формування пріоритетів .

Виходячи зі SWOT-аналізу, наведеного вище, основними вигодами для підприємства ПрАТ «Carlsberg Ukraine» є наступні :

- отримання прибутку за рахунок високої якості ;
- доступна ціна ;
- широкий асортимент продукції ;
- споживчі переваги ;

- отримання значної конкурентної переваги.

Виходячи зі SWOT-аналізу ПрАТ «Carlsberg Ukraine» можна сказати, що вихід на нові ринки збуту, пошук вітчизняних та іноземних інвесторів, розширення виробництва для підприємства призведе до збільшення прибутковості. Тому підприємству потрібно постійно моніторити діяльність країни та програми для мінімізації ризиків. На даний момент у ПрАТ «Carlsberg Ukraine» спостерігається скорочення виробництва та споживання на внутрішньому ринку через погіршення соціально-економічної ситуації, зниження купівельної спроможності громадян та нестабільна політична ситуація в країні.

Продукція компанії реалізується через дистриб'юторську мережу по всій території України, а також експортується в країни ближнього та дальнього зарубіжжя. Крім того, компанія також здійснює прямі продажі. Її торговими точками є переважно супермаркети та гіпермаркети.

Компанія експортує товари в близько 18 країн, зокрема велику частину у Китай та Німеччину, що складає більше ніж 125 загальних продажів. Зараз на меті компанії – експорт продукції в країни Азії та країни СНД, а також розширити обсяги експорту на вже існуючому ринку в Чехії [7].

Для подальшого розвитку підприємства та підтримки своїх лідируючих позицій, ми б порекомендували йому розвивати свої канали збуту та розширювати ринки для експорту продукції. Розширення зовнішніх ринків збуту підприємства призведе до максимізації прибутку, підвищення рівня рентабельності при мінімальних витратах, і зможе дати поштовх до оновлення портфеля брендів що будуть експортуватися до інших країн [2,с. 17].

Охарактеризувавши сучасний ринок, можна зробити висновки, що одним з найпривабливіших ринків для експорту є Африка, а саме такі країни як Туніс, Руанда, Алжир, Кенія, Марокко, Нігерія та Єгипет. Неосвоєний африканський ринок, який тільки розвивається, є дуже перспективним напрямком для українських виробників пива зі слабкою конкурентоспроможністю. Тому ми вважаємо, що потенціал африканського ринку почне розквітати в найближчі роки. На даний момент африканські країни зацікавлені у впровадженні технологій, які може запропонувати дана компанія, а потенційні споживачі вже готові масово купувати продукцію з більшою доданою вартістю. На слайді представлено прогнозований план для розширення ринку збуту ПрАТ «Carlsberg Ukraine» [3,с.20].

Таблиця 2.
Прогнозний план для розширення ринків збуту ПрАТ «Carlsberg Ukraine» на прикладі ринку Африки

1.	Основні завдання даного плану:
-	співпраця з іншими фірмами та розширення ринків збуту ;
-	максимізація прибутку.

2. Основна мета даного плану: Націлитися на найкращі напрямки для збуту пивної продукції зокрема такі країни: Туніс, Руанда, Алжир, Кенія, Марокко, Нігерія та Єгипет що мають попит на продукцію таких ТМ як: «Арсенал», «Роберт Домс» та «Львівське» Термін: 5 років Бюджет: 20 млн.грн
3. Результати даного плану: - розширення галузі ; - збільшення штату працівників ; - сегментація на нові ринки ; - розширення точок збуту продукції ; покращення якості реклами та підвищення впізнаваності брендів за рахунок задоволення потреб нових споживачів.
4. Можливі загрози даного плану: - можливість появи конкурентів з аналогічною продукцією але кращими товарами, рекламою, якістю і тд. ; - неякісно налагоджена логістика ; - довгі терміни виробництва продукції ; - нестабільність валюти та митних зборів ; законодавство.

Джерело: [розробка автора].

Основні завдання, які має вирішити компанія перед виходом на ринок Африки, подані на наступному слайді:

1. Вихід на ринок (збут товарів, які мають попит на обраному ринку, аналіз ринку) ;

2. Збільшити частку ринку за рахунок об’ємів (залучення маркетингових програм, продаж продукції за зниженими цінами, проведення акцій та знижок) ;

3.Збільшити частку ринку в грошовому вираженні (оцінка конкурентного середовища товарів, лояльна ціна, залучення рекламних заходів) ;

4. Створення відділу зі збуту на ринки Африки;

5.Створення більшої кількості виробничих потужностей на ринки Африки.

Після прогнозованого плану та визначення ринку для збуту потрібно продумати стратегію.

Після проведеного маркетингового дослідження, на нашу думку, найкращими країнами для експорту є Єгипет, Марокко та Нігерія за кількістю населення, обсягами ВВП та імпорту.

Унікальним є те, що саме в цих країнах розвивається крафтове пивоваріння, але найчастіше саме сировину імпортують з Європи для успішного ведення бізнесу.

Таблиця 3.
Маркетингове дослідження ринку Африки

Показник	Значення
Обсяги продажів	54 %
Вартість	1,50$
Цільова аудиторія	4-5$

Акцизний збір	10%
Обсяги продажів за рік	до 100л
Сезонність на ринку	На ринку Африки пиво не є сезонним товаром, оскільки в цьому регіоні постійно висока температура повітря
Поточна ситуація на ринку	На ринку Африки доволі низька конкуренція на товари даного підприємства через початок росту ринку саме пивної продукції
Релігія	Іслам
Можливості	За останні роки країни демонструють ріст ВВП. Вихід з даним продуктом на ринок в майбутньому можна вважати перспективним. Слід звернути увагу на населення, яке не вживає алкоголь або слабоалкогольні напої, основна ж частина віддають перевагу крафтовому. Також цікавим є факт, що саме на ринку Африки споживачі надають перевагу імпортованому пиву, а не тому що пропонують їх виробники .

Джерело: [розробка автора].

Можна зробити висновок, що загальна ситуація з пивоварінням на ринку Африки є дуже привабливою завдяки своїй середній ціні та унікальним характеристикам, постійному попиту на товар, поточній ситуації та перспектив на майбутнє.

Розширення ринків збуту до Африки дасть змогу покращити становище підприємства, а саме:

- збільшити обсяги збуту пива;
- залучити потужності всіх заводів підприємства;
- підвищити впізнаваність брендів;
- збільшити прибутки;
- задоволення потреб споживачів, як існуючих так і нових[6,с.65].

Що стосується самої стратегії та її реалізації, то підприємство самостійно зможе її фінансувати без залучення позикових коштів та гарантує повну відсутність фінансових ризиків. Стратегія є успішною для реалізації, має позитивну середньорічну прибутковість, чистий дисконтований дохід та чистий прибуток, а загальна прогнозована кількість часу для окупності складає 4 роки. Однак є й негативні моменти на які треба звернути увагу: це ризики на зовнішньому ринку, проблема перетину митних кордонів та зміни в курсі іноземної валюти [9,с.13].

Тому основні параметри, які найбільше впливають на впровадження та отримання результатів від стратегії це: сума початкових інвестицій, ставка дисконтування, обсяги фінансування та термін окупності стратегії [9,с.15].

У сучасних ринкових умовах, за складних умов виробництва та високої конкуренції, підприємству необхідно планувати свою поточну діяльність та стратегічні операції. І для того, аби воно надалі розвивалося та підтримувало свої лідируючі позиції, йому слід розвивати свої канали збуту та розширювати ринки для експорту, що в найближчі роки призведе до

максимізації прибутку, підвищення рівня рентабельності при мінімальних витратах, а підприємство зможе оновляти свій портфель брендів, для забезпечення ще більших конкурентних переваг як на внутрішньому так і зовнішньому ринках.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Білінчук В. *Сучасний стан та перспективи розвитку пивного ринку в Україні. Проблеми і перспективи економіки та управління. 2019. № 1 (17). С. 122–131.*
2. *Валявський С. Діагностика розвитку підприємств пивоварної галузі в умовах міжнародної інтеграції. Східна Європа: економіка, бізнес та управління. 2018. № 13. С. 15–25.*
3. *Гальцова О. Сучасний стан експортного потенціалу АПК України. Економіка та держава. 2019. № 3. С. 12–17.*
4. *Кузьо Н. Стратегії розвитку пивоварних компаній в Україні. Економіка та держава. 2020. № 2. С. 110–114.*
5. Мельник О. Діагностика факторів впливу на експортну діяльність підприємства. *Інноваційна економіка.* 2018. №5. С. 63–66.
6. *Офіційний сайт компанії «Карлсберг Україна».* URL: https://carlsbergukraine.com/ (дата звернення: 17.11.2023).
7. Дунда С. *Стратегічний аналіз в управлінні: метод. рекомен. до проведення практич. занять для здоб. освітн. ступ. «бакалавр» спец. 073 «Менеджмент» освітньо-проф. прогр. «Менеджмент» ден. та заочн. форм навч.* НУХТ. 2020. 98 с.
8. Харчук Т. Шляхи виходу підприємств на зовнішній ринок. *Актуальні проблеми економіки*. № 8(98). 2018. С. 12–16.
9. Чупріна М., Чупріна Б. Вдосконалення аналітичного складника системи управління стратегічним потенціалом підприємства в умовах нестабільності зовнішнього середовища. *Миколаївський національний університет імені В.О. Сухомлинського.* 2018. Вип. №22. С. 582-585.
10. Шульгіна Л., Юхименко В. Сучасні концепції стратегічного управління інноваційним розвитком підприємства. *Маркетинг і менеджмент інновацій.* 2017. № 3. Т. 2. С. 79-84.

BIBLIOGRAPHY

1. Bilinchuk V. (2019). Suchasnyi stan ta perspektyvy rozvytku pyvnoho rynku v Ukraini [The current state and prospects for the development of the beer market in Ukraine]. *Problems and prospects of economics and management,* vol. 1 (17), pp. 122–131. [in Ukrainian].
2. Valiavskyi S. (2018). Diahnostyka rozvytku pidpryiemstv pyvovarnoi haluzi v umovakh mizhnarodnoi intehratsii [Diagnostics of the development of enterprises of the brewing industry in the conditions of international integration]. *Eastern Europe: Economy, Business and Management*, vol. 13, pp. 15–25. [in Ukrainian].
3. Haltsova O. (2019). Suchasnyi stan eksportnoho potentsialu APK Ukrainy [The current state of the export potential of the agricultural industry of Ukraine]. *Economy and the state*, vol.3, pp. 12–17. [in Ukrainian].
4. Kuzo N. (2020). Stratehii rozvytku pyvovarnykh kompanii v Ukraini [Development strategies of brewing companies in Ukraine]. *Economy and the state*, vol. 2, pp. 110–114. [in Ukrainian].
5. Melnyk O. (2018). Diahnostyka faktoriv vplyvu na eksportnu diialnist pidpryiemstva. Innovatsiina ekonomika [Diagnosis of influencing factors on the enterprise's export activity]. *Innovative economy,* vol. 5, pp. 63-66. [in Ukrainian].
6. Sait kompanii «Karlsberh Ukraina» [Site of company «Carlsberg Ukraine»]. *www.carlsbergukraine.com/*. Retrieved from https://carlsbergukraine.com/ [in Ukrainian].
7. Dunda S. (2020). Stratehichnyi analiz v upravlinni: metod. rekomend. do provedennia praktych. zaniat [Strategic analysis in management: method. recommendation before practice. classes]. *NUFT.* [in Ukrainian].

8. Kharchuk T. (2018). Shliakhy vykhodu pidpryiemstv na zovnishnii rynok [Ways of entry of enterprises to the foreign market]. *Actual problems of the economy*, vol. 8(98), pp. 12–16. [in Ukrainian].
9. Chuprina M., Chuprina B. (2018). Vdoskonalennia analitychnoho skladnyka systemy upravlinnia stratehichnym potentsialom pidpryiemstva v umovakh nestabilnosti zovnishnoho seredovyshcha [Improvement of the analytical component of the strategic potential management system of the enterprise in conditions of instability of the external environment]. *Mykolaiv National University named after V.O. Sukhomlynskyi*, vol. 22, pp. 582-585. [in Ukrainian].
10. Shulhina L., Yukhymenko V. (2017). Suchasni kontseptsii stratehichnoho upravlinnia innovatsiinym rozvytkom pidpryiemstva [Modern concepts of strategic management of innovative development of the enterprise]. *Marketing and innovation management,* vol. 3, pp. 79-84. [in Ukrainian].

Student:
Мирончук Анна,
Спеціальність: Маркетинг
Науковий керівник:
Керівник: Ірина Пойта
.к.е.н., доцент
Житомирський державний університет ім. Івана Франка,
м. Житомир, Україна
irynapoyta@gmail.com

УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Ключові слова: маркетинг, маркетингова діяльність, управління маркетингом, концепції управління маркетингом, CRM-системи.

Key words: marketing, marketing activities, marketing management, concepts of marketing management, CRM systems.

Анотація: В роботі розглянуто теоретичні аспекти управління маркетинговою діяльністю на підприємстві в сучасних умовах господарювання. Доведено, що при формуванні ефективної системи управління маркетинговою діяльністю підприємства, маркетингова служба має відігравати провідну роль і посідати одне з основних місць в організаційній структурі. Виокремлені основні концепції розвитку управління маркетингом та принципів їх застосування. Визначено розуміння ролі маркетингового управління для розвитку підприємницької діяльності як передумови забезпечення конкурентоспроможності підприємства, його адаптації до постійних змін зовнішнього середовища та кон'юнктури ринку.

Abstract: The paper examines the theoretical aspects of managing marketing activities at the enterprise in modern business conditions. It has been proven that in the formation of an effective system of management of the marketing activities of the enterprise, the marketing department should play a leading role and occupy one of the main places in the organizational structure. The main concepts of the development of marketing management and the principles of their application are highlighted. The understanding of the role of marketing management for the development of entrepreneurial activity as a prerequisite for ensuring the competitiveness of the enterprise, its adaptation to constant changes in the external environment and market conditions is defined.

В сучасних умовах господарювання підприємства зіштовхуються з жорсткою конкуренцією з боку як вітчизняних, так і зарубіжних конкурентів. Для того, щоб вийти на ринок і закріпитися на ньому, підприємство має розробити ефективну маркетингову стратегію, яка

дозволить йому виділитися серед конкурентів і завоювати увагу споживачів [3, с. 14]. Потреби споживачів постійно змінюються, тому підприємство має постійно стежити за цими змінами і адаптувати свою маркетингову діяльність відповідно до них. Розвиток інформаційних технологій відкриває перед підприємствами нові можливості для маркетингової діяльності. Наприклад, підприємства можуть використовувати Інтернет для просування своєї продукції та послуг, а також для збору інформації про споживачів.

Вагоме значення, при вивченні даного питання, мали результати наукової діяльності таких вчених як Котляр А.І., Войнарська В.С., Савченко О.І., Мазур Л.О., Кірієв В.В., Бойко О.Ю., Абрамович І.А., Гузенко Г.М., Лазоренко Л.В., в працях яких досліджено поширені підходи до ефективності управління маркетинговою діяльністю на підприємстві.

Аналіз попередніх досліджень показав, що потребують подальшого розвитку концептуальні засади управління маркетинговою діяльністю на українських підприємствах та систематизація інструментів управління маркетингу з урахуванням новітніх технологій. Це й обумовило вибір теми, мети та завдання дослідження.

Мета дослідження полягає у вивченні та оцінці сучасних трендів управління маркетингом та дослідженні перспектив його розвитку в Україні.

Завдання для досягнення поставленої мети включають огляд літературних джерел, дослідження концепцій, функцій та особливостей управління маркетингом на зарубіжних та вітчизняних.

Маркетингова діяльність - це сукупність заходів, спрямованих на задоволення потреб споживачів та отримання прибутку [7, с. 179].Управління маркетинговою діяльністю - це діяльність, спрямована на створення, дослідження, розробку, просування та реалізацію товарів і послуг, що задовольняють потреби споживачів і приносять прибуток підприємству [2, с. 227].

Управління маркетингом означає контроль і управління різноманітною маркетинговою діяльністю та людьми, залученими до цієї діяльності, такими як менеджери, фахівці з маркетингового менеджменту, підрядники тощо.

Управління маркетингом - це складний процес, який допомагає компаніям ефективніше рекламувати продукти/послуги цільовій аудиторії чи ринку [6, с. 309].

За допомогою менеджера з маркетингу або команди маркетингу, компанії можуть визначати рекламні активи, створювати цілі компанії, залучати нових клієнтів, утримувати існуючих клієнтів і підвищувати прибутковість. узагальнивши, управління маркетингом допомагає компанії збільшити присутність на ринку, залишатися актуальною та актуальною та заробляти більше грошей.

Завдяки аналізу різних концепцій можна простежити, як змінювалися погляди на маркетинг протягом XX століття. Це дозволяє краще зрозуміти сучасні концепції маркетингу та їхні

передумови (табл. 1). Не існує єдиного підходу до управління маркетинговою діяльністю, який був би ефективним для всіх підприємств. Аналіз різних підходів дозволяє вибрати той, який найкраще відповідає конкретним умовам ринку та цілям підприємства.

Таблиця 1
Основні концепції управління маркетингом

Концепція	Опис	Автор
Концепція виробництва	Виробництво товарів у великих кількостях і їхня збуту на будь-який цінник, який споживачі готові заплатити.	Ф. Тейлор (1900-ті роки)
Концепція товару	Виробництво найкращого товару на ринку, який буде користуватися попитом у споживачів.	Дж. Гудвін (1930-ті роки)
Концепція продажів	Зосередження зусиль на збільшенні обсягів продажів за допомогою агресивної реклами та стимулювання збуту.	Н. Мак-Келлар (1950-ті роки)
Концепція маркетингу	Визначення потреб і бажань цільових ринків та забезпечення їхнього задоволення більш ефективними та продуктивними способами, ніж конкуренти.	Ф. Котлер (1960-ті роки)
Концепція соціально-етичного маркетингу	Забезпечення задоволення потреб цільових ринків таким чином, щоб це також приносило користь суспільству в цілому.	Ф. Котлер (1970-ті роки)
Концепція маркетингу відносин	Створення довгострокових відносин із цільовими ринками на основі задоволення їхніх потреб та бажань.	Ф. Котлер (1980-ті роки)

Джерело: розроблено автором на основі джерел [1, 2, 4].

Управління маркетингом є критично важливим елементом будь-якої успішної бізнес-стратегії. Він передбачає аналіз, планування, впровадження та контроль маркетингової діяльності для задоволення потреб клієнтів і досягнення цілей організації [1, с. 53]. Щоб бути ефективним в управлінні маркетингом, підприємства повинні розуміти та застосовувати принципи управління маркетингом. Зазначимо сім принципів управління маркетингом і те, як вони можуть допомогти підприємствам досягти своїх маркетингових цілей (рис. 2).

Рис. 2.
«Основні принципи управління маркетинговою діяльністю на підприємстві»

1. Орієнтація на клієнта. Принцип має вирішальне значення в управлінні маркетингом, оскільки гарантує, що маркетингові зусилля бізнесу зосереджені навколо потреб і бажань клієнтів. Компанії можуть досягти зосередженості на клієнті, проводячи дослідження ринку, сегментуючи свій цільовий ринок і розробляючи продукти та послуги, які відповідають потребам клієнтів. Наприклад, Apple демонструвала велику увагу своїм клієнтам, створюючи продукти, які легко використовуються, інтуїтивно зрозумілі та привабливі з естетичної точки зору. Розуміючи потреби та вподобання своєї аудиторії, компанія розробила продукти, які взаємодіють із клієнтами, створюючи таким чином сильну базу лояльних споживачів.

2. Створення цінності є важливим аспектом онлайн-допомоги з управління маркетингом, оскільки воно передбачає надання продуктів і послуг, які забезпечують відчутні переваги для клієнтів [1, с. 54]. Компанії можуть створювати цінність, надаючи високоякісні продукти за конкурентоспроможними цінами, забезпечуючи чудове обслуговування клієнтів і пропонуючи унікальні функції та переваги, які відрізняють їхні продукти від продуктів конкурентів. Наприклад, Tesla, компанія, яка виробляє електромобілі, створила цінність, пропонуючи інноваційні та екологічно чисті автомобілі, які забезпечують значні переваги для клієнтів.

3. Принцип використання маркетинг-міксу. Комплекс маркетингу - це набір інструментів, які компанії використовують для заохочення споживачів до придбання продуктів і послуг [3, с. 15]. Він складається з чотирьох ключових елементів: продукт, ціна, просування та місце. Компанії повинні збалансувати ці елементи, щоб створити комплекс маркетингу, який ефективно просуває їхні продукти та послуги. Наприклад, така компанія, як Nike, ефективно використала комплекс маркетингу для просування свого спортивного взуття. Продукція

компанії відрізняється високою якістю, конкурентною ціною, що робить її привабливою для клієнтів.

4. Інтегровані маркетингові комунікації. Інтеграція всіх інструментів маркетингової комунікації та повідомлень для створення плавного та надійного повідомлення бренду називається інтегрованою маркетинговою комунікацією. Реклама, стимулювання збуту, особистий продаж, зв'язки з громадськістю, прямий маркетинг і цифровий маркетинг - усе це приклади IMC. Використовуючи IMC, компанії можуть донести узгоджене повідомлення бренду по всіх каналах і створити міцніший зв'язок із клієнтами.

5. Стратегічне планування. Стратегічне планування має вирішальне значення в управлінні маркетингом, оскільки воно передбачає визначення довгострокових цілей і завдань бізнесу та розробку плану їх досягнення. Стратегічне планування включає аналіз ринку, визначення можливостей і загроз, встановлення цілей і розробку стратегій для досягнення цих цілей. Наприклад, така компанія, як Amazon, розробила стратегічний план, який зосереджується на розширенні пропозиції продуктів, покращенні обслуговування клієнтів та інвестиціях у нові технології.

6. Інновації. Інновації мають важливе значення в управлінні маркетингом, оскільки вони включають появу нових продуктів, послуг або процесів, які відповідають потребам і перевагам клієнтів. Будучи інноваційними, компанії можуть випереджати конкурентів, залучати нових клієнтів і утримувати існуючих.

7. Соціальна відповідальність має вирішальне значення в управлінні маркетингом, оскільки передбачає вжиття дій, які приносять користь суспільству та навколишньому середовищу. Будучи соціально відповідальними, компанії можуть підвищити свою репутацію, залучити соціально свідомих клієнтів і зробити внесок у стабільне майбутнє.

Управління маркетинговою діяльністю є складним процесом, який включає в себе виконання кількох важливих функцій [6, с. 310]. Ці функції взаємопов'язані та взаємодоповнюють одна одну (табл. 3).

Таблиця 3
Основні функції управління маркетинговою діяльністю

Функція	Опис
Планування	Розробка маркетингових цілей, стратегій та планів для їх досягнення.
Організація	Формування організаційної структури маркетингової служби, розподіл ресурсів та повноважень між підрозділами.
Мотивація	Стимулювання співробітників маркетингової служби до ефективної роботи.
Контроль	Моніторинг маркетингової діяльності та оцінка її ефективності.

Інформаційне забезпечення	Збір, аналіз та поширення маркетингової інформації.

Джерело: розроблено автором на основі джерел [5, 8].

Залежно від конкретних умов та цілей підприємства, наголос на окремих функціях може бути різним. Однак, всі ці функції є важливими для успішного управління маркетинговою діяльністю.

Структура управління маркетинговою діяльністю - це система взаємозв'язків між підрозділами служби маркетингу, що забезпечує ефективне управління маркетинговою діяльністю. Класифікація структур управління маркетинговою діяльністю наступна:

1. Залежно від ступеня інтеграції маркетингових функцій виділяють:

1.1. Інтегровані структури - передбачає об'єднання всіх маркетингових функцій в єдиному підрозділі - службі маркетингу.

1.2. Неінтегровані структури - маркетингові функції розподіляються між різними підрозділами підприємства.

2. Залежно від рівня централізації управління маркетинговою діяльністю виділяють:

2.1. Централізовані структури - маркетингові функції концентруються в єдиному підрозділі - службі маркетингу.

2.2. Децентралізовані структури - маркетингові функції делегуються підрозділам підприємства, що працюють на певних ринках або з певними сегментами ринку [5].

При виборі структури управління маркетинговою діяльністю необхідно враховувати такі фактори: розмір підприємства, особливості його діяльності, рівень централізації управління, ступінь інтеграції маркетингових функцій, потреби ринку.

Управління маркетинговою діяльністю є невід'ємною частиною успішної діяльності будь-якого підприємства, незалежно від його розміру, галузі та масштабів діяльності [2, с. 229]. У контексті діяльності українських підприємств, управління маркетинговою діяльністю має свої особливості та виклики.

Однією з основних проблем є недостатня розуміння важливості маркетингу серед українських підприємців. Багато українських підприємств вважають, що маркетинг є лише додатковою функцією, яка не є обов'язковою для успішної діяльності. Це призводить до того, що маркетингова діяльність на таких підприємствах є фрагментарною та неефективною. Іншою проблемою є недостатній рівень кваліфікації фахівців у сфері маркетингу. У навчальних закладах України не завжди приділяється достатня увага вивченню маркетингу, як результат, багато українських підприємців не мають можливості найняти кваліфікованих фахівців у цій галузі. Також, українські підприємства часто стикаються з проблемами, пов'язаними з конкурентним середовищем. Ринок України є досить конкурентоспроможним,

тому підприємствам необхідно постійно розробляти нові маркетингові стратегії, щоб залишатися конкурентоспроможними.

Незважаючи на ці виклики, українські підприємства дедалі більше усвідомлюють важливість маркетингу. Багато українських підприємств починають інвестувати у маркетинг, створювати власні маркетингові відділи та залучати кваліфікованих фахівців у цій галузі. Можна виділити такі інноваційні інструменти для покращення управління маркетинговою діяльністю:

1. Програмне забезпечення для управління маркетинговими процесами, яке дозволяє автоматизувати та оптимізувати маркетингову діяльність [2, с. 231]. До таких інструментів відносяться CRM-системи, системи управління маркетинговими кампаніями, системи аналізу маркетингових даних тощо.

- CRM-системи дозволяють підприємствам зберігати та аналізувати інформацію про клієнтів, що може використовуватися для персоналізації маркетингових комунікацій, підвищення лояльності клієнтів тощо.
- Системи управління маркетинговими кампаніями дозволяють підприємствам планувати, запускати та контролювати маркетингові кампанії, що може підвищити ефективність маркетингових витрат.
- Системи аналізу маркетингових даних дозволяють підприємствам збирати та аналізувати маркетингові дані, що може використовуватися для прийняття більш обґрунтованих маркетингових рішень.

2. Впровадження новітніх підходів до маркетингу, таких як маркетинг даних, маркетинг відносин, маркетинг досвіду тощо. Ці підходи дозволяють підприємствам краще розуміти потреби споживачів та створювати більш ефективні маркетингові стратегії.

- Маркетинг даних дозволяє підприємствам використовувати дані про споживачів для створення більш персоналізованих маркетингових пропозицій.
- Маркетинг відносин фокусується на побудові довгострокових відносин з клієнтами, що може призвести до підвищення лояльності клієнтів та повторних продажів.
- Маркетинг досвіду фокусується на створенні позитивного досвіду для споживачів, що може підвищити їхню задоволеність та лояльність.

3. Новітні технології, такі як штучний інтелект, машинне навчання, віртуальна та доповнена реальність тощо. Ці технології можуть використовуватися для автоматизації маркетингових процесів, персоналізації маркетингових комунікацій, створення нових маркетингових форматів тощо.

- Штучний інтелект може використовуватися для автоматизації маркетингових процесів, персоналізації маркетингових комунікацій, створення нових маркетингових форматів тощо.

- Машинне навчання може використовуватися для прогнозування поведінки споживачів, виявлення тенденцій у маркетингових даних тощо [4, с. 185].

Інноваційні інструменти можуть допомогти підприємствам автоматизувати маркетингові процеси, персоналізувати маркетингові комунікації, підвищити точність маркетингових прогнозів тощо [2, с. 233]. Інноваційні інструменти, такі як маркетинг даних та маркетинг відносин, можуть допомогти підприємствам краще зрозуміти потреби споживачів, щоб створювати більш ефективні маркетингові пропозиції; допомогти підприємствам автоматизувати маркетингові процеси, що може призвести до зниження витрат на маркетинг.

Підсумовуючи, управління маркетингом відноситься до процесу планування, організації, управління та контролю маркетингової діяльності організації. Кінцевою метою управління маркетингом є збільшення продажів і прибутку шляхом створення позитивного іміджу організації та побудови міцних відносин з її клієнтами. Управління маркетингом має вирішальне значення для бізнесу, оскільки воно допомагає їм визначати та задовольняти потреби та бажання клієнтів. Створюючи ефективні маркетингові стратегії та кампанії, компанії можуть виділитися серед конкурентів і ефективніше охоплювати цільову аудиторію. Успішне управління маркетингом також допомагає підприємствам підвищити впізнаваність бренду та лояльність, збільшити утримання клієнтів і стимулювати довгострокове зростання.

БІБЛІОГРАФІЯ

1. Абрамович І.А. Воловик Д.В. (2020) Маркетингова діяльність підприємства та контроль за її реалізацією. *Агросвіт* №10. С.52-56. URL: http://dspace.dsau.dp.ua/jspui/handle/123456789/2923
2. Гузенко Г.М. (2017) Управління та вдосконалення маркетингової діяльності на підприємстві. *Економіка і суспільство.* Вип. 12. С. 227-234.
3. Лазоренко Л.В. (2019) Управління маркетинговою діяльністю підприємства. *Економіка. Менеджмент. Бізнес*, № 3. С. 13-17. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecmebi_2019_3_4.
4. Муштай В.А. Бересток Б.П. (2019) Формування та оцінка ефективної системи управління маркетинговою діяльністю підприємства сфери послуг. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*, №2 (19). С. 183-189.
5. Пойта І., Мосійчук І., Гуренко А., Перелигін М. (2022) Роль стратегій в управлінні маркетинговою ліяльністю підприємства [Електронний ресурс]. Економіка. Управління. Інновації. Серія : Економічні науки. Вип. 2. Режим доступу: http://eui.zu.edu.ua/issue/view/16082
6. Проскурніна Н.В. (2019) Концепція трансформування функцій маркетингу на засадах інноваційної економіки. *Бізнес Інформ* № 2. С. 308-316.
7. Тюха І.В.,Мозоленко М.С. (2016) Особливості управління маркетингом на підприємстві при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності. Ефективна економіка, No 1. С. 36-42.
8. Чміль, Г., Верзілова, Г. (2019) Місце маркетингової діяльності у забезпеченні економічного зростання торговельного підприємства. Підприємництво та інновації, (10). С. 178-182. URL: https://doi.org/10.37320/2415-3583/10.27

BIBLIOGRAPHY

1. Abramovych I.A. Volovyk D.V. (2020) Marketynhova diialnist pidpryiemstva ta kontrol za yii realizatsiieiu. Ahrosvit №10. S.52-56. URL: http://dspace.dsau.dp.ua/jspui/handle/123456789/2923 [in Ukrainian].

2. Huzenko H.M. (2017) Upravlinnia ta vdoskonalennia marketynhovoi diialnosti na pidpryiemstvi. Ekonomika i suspilstvo. Vyp. 12. S. 227-234 [in Ukrainian].

3. Lazorenko L.V. (2019) Upravlinnia marketynhovoiu diialnistiu pidpryiemstva. Ekonomika. Menedzhment. Biznes, № 3. S. 13-17. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecmebi_2019_3_4 [in Ukrainian].

4. Mushtai V.A. Berestok B.P. (2019) Formuvannia ta otsinka efektyvnoi systemy upravlinnia marketynhovoiu diialnistiu pidpryiemstva sfery posluh. Ckhidna Yevropa: ekonomika, biznes ta upravlinnia, №2 (19). S. 183-189 [in Ukrainian].

5. Poita I., Mosiichuk I., Hurenko A., Perelyhin M. (2022) Rol stratehii v upravlinni marketynhovoiu liialnistiu pidpryiemstva [Elektronnyi resurs]. Ekonomika. Upravlinnia. Innovatsii. Seriia : Ekonomichni nauky. Vyp. 2. Rezhym dostupu: http://eui.zu.edu.ua/issue/view/16082 [in Ukrainian].

6. Proskurnina N.V. (2019) Kontseptsiia transformuvannia funktsii marketynhu na zasadakh innovatsiinoi ekonomiky. Biznes Inform № 2. C. 308-316 [in Ukrainian].

7. Tiukha I.V.,Mozolenko M.S. (2016) Osoblyvosti upravlinnia marketynhom na pidpryiemstvi pry zdiisnenni zovnishnoekonomichnoi diialnosti. Efektyvna ekonomika, No 1. S. 36-42 [in Ukrainian].

8. Chmil, H., Verzilova, H. (2019) Mistse marketynhovoi diialnosti u zabezpechenni ekonomichnoho zrostannia torhovelnoho pidpryiemstva. Pidpryiemnytstvo ta innovatsii, (10). S. 178-182. URL: https://doi.org/10.37320/2415-3583/10.27 [in Ukrainian].

Student:
Hubert Ciaciuch,
Administracja NST
opiekun naukowy: dr Cezary Gradowicz
Akademia Nauk Stosowanych Stefana Batorego, Skierniewice, Polska
cgradowicz@ansb.pl

NOWE KOMPETENCJE ZARZĄDZANIA W ODNIESIENIU DO RÓŻNORODNOŚCI KULTUROWEJ BĘDĄCEJ CECHĄ WSPÓŁCZESNYCH ORGANIZACJI

Słowa kluczowe: Organizacja jako system, Kompetencje menedżerskie, Różnorodność kulturowa

Keywords: The organization as a system, Managerial competencies, Cultural diversity

Abstract: Wiedza na temat zarządzania organizacją nie jest ostateczna. Wręcz przeciwnie, ulega permanentnym zmianom. Nowe koncepcje, wymagające nowych kompetencji menedżerskich, są funkcją zmienności otoczenia organizacji. Różnorodność kulturowa współczesnych organizacji jest dziś zmienną niezależną i wymaga właściwej, nowoczesnej wiedzy. Jej kilka przejawów takich jak: „problem różnorodności kulturowej", „problem zaangażowania organizacyjnego" oraz „problem stereotypów płciowych i ich funkcji w organizacji", są zaprezentowane w artykule. Do każdej koncepcji są przyporządkowane nowoczesne i jak się wydaje pożądane na rynku przedsiębiorstw kompetencji menedżerskie.

Abstract: Knowledge of organizational management is not definitive. On the contrary, it is subject topermanently changing. New concepts, requiring new competencies managerial skills. The cultural diversity of modern organizations today is an independent variable and requires proper, modern knowledge. Its several manifestations such as: "the problem of cultural diversity," "the problem of organizational commitment," and "the problem of gender stereotypes and their function in the organization," are presented in the article. To each concept are assigned modern and, as it seems, desirable in the market of enterprises managerial competencies.

1. Organizacja jako system

Organizacja jako system stanowi zbiór elementów wewnętrznie uporządkowanych i relacji zachodzących między tymi elementami. Koordynacja tych powiązań prowadzi do sytuacji, w której każdy zainteresowany osiąga własne cele [1] pozwalając na wyodrębnienie się z otaczającego ją środowiska poprzez budowanie własnej tożsamości. Intuicyjne określnie organizacji pozwala na określenie jej jako celowo utworzonej grupy społecznej funkcjonującej zgodnie z jasno sprecyzowanymi zasadami i przyjętym regulaminem.

Do najczęściej stosowanego w literaturze przedmiotu pojęcia organizacji należą takie, które określają ja jako sztuczny twór skonstruowany przez człowieka i odpowiadający wymaganym

kryteriom, na przykład: role funkcjonalnych komórek organizacyjnych, relacje wewnątrzorganizacyjne, interakcja z otoczeniem, itp. Chodzi tu o kojarzenie organizacji jako systemu. A to prowadzi do wniosku, że organizacja bez względu na swoje atrybuty jest pewną całością, której poszczególne części przyczyniają się do powodzenia tej całości. [2]

Ale czy definicja organizacji jako systemu, zbioru spójnego i jednolitego, pasuje do współczesnych realiów? Organizacje zarówno te duże o globalnym zasięgu działające równocześnie w wielu państwach, zatrudniające równocześnie przedstawicieli różnorodnych kultur narodowych, jak i te najmniejsze, na przykład bary z kuchnią regionalną, w których kucharzami są obcokrajowcy a personel pierwszej linii obsługi klienta, reprezentowany jest przez pracowników narodowości, w ramach których funkcjonują takie firmy, na pewno nie są „spójną osobowością".

Mamy w nich do czynienia ze zjawiskami" dysonansu kulturowego", „współistnienia subkultur i kontrkultur". W takich sytuacjach stosowane są trojakie modele kształtowania relacji między kulturami tej samej organizacji:

- Dominacja kulturowa
- Współistnienie kulturowe,
- Współpraca kulturowa.

Jak potwierdzają najnowsze badania naukowe tego zjawiska, tylko ostatni model współpracy, jest rozwiązaniem optymalnym, jeżeli mamy mieć do czynienia z systemem. [3]

2. Zaangażowanie organizacyjne pracowników

Istnieją podziały organizacji w zależności od roli jaką mają do spełnienia. Biorąc pod uwagę dość znaczne różnice, jakie występują wewnątrz grup budujących organizacje można wyróżnić takie ich typy jak [4]: gospodarcze (for profit), administracyjne, społeczne (partie polityczne, związki), religijne.

Kryterium funkcji genotypowej pozwala również na wyróżnienie organizacji [5]: produkcyjnych, scalających tj. przekazujących normy i wzorce kulturowe oraz system wartości np. szkoły, adaptacyjnych, czyli zapewniających rozwój społeczny i gospodarczy (np. uczelnie wyższe), politycznych.

Przyjmując za kryterium rodzaj relacji występujących w organizacji można wyodrębnić organizacje ze względu na stosunek jej członków do organizacji jako systemu: przymusowe, w których występuje brak identyfikacji z celem organizacji, utylitarne – korzyści jakie można osiągnąć, normatywne - związane z osobistym zaangażowaniem oraz organizacje [6] segmentalne, w których jednostka zaspakaja swoje wybrane potrzeby i totalne ograniczające zachowania jej członków.

Na bazie powyższych rozważań teoriopoznawczych, coraz częściej mamy tego przejawy w postaci otwierania nowoczesnych dużych przedsiębiorstw, których zarząd, właściciel, pochodzą z innej części świata i inwestują w budowę i zatrudnienie personelu z innych krajów. Doprowadzając

do zderzenia wielu odmiennych kultur. Aby w tych okolicznościach funkcjonować sprawnie, należy najpierw zidentyfikować typ zaangażowania pracowników w funkcjonowanie organizacji. W zależności czy pojawi się problem: „zaangażowania afektywnego", czy „zaangażowania typu trwanie", a może i „zaangażowanie normatywne", będzie jasne czy pracownicy pracują i angażują się w to co robią: emocjonalnie, czy może „z potrzeby", albo „z konieczności". Wtedy kolejnym krokiem dla menedżera jest dopasowanie cech osobowości pracowników do środowiska pracy w jakim funkcjonują. To powinno przeciwdziałać tzw. „fluktuacji zatrudnienia" (opuszczania organizacji), „absencji w pracy" oraz „zachowań obywatelskich" pracowników. [7]

3. Organizacja jako system otwarty

Teza o zmianach w organizacji w związku ze zmianami w otoczeniu wypływa z teorii systemów otwartych, które jako systemy inercyjne utrzymują swoje istnienie dzięki ruchowi w swoim bliższym i dalszym otoczeniu. Adaptacja do zmian następująca w zróżnicowany sposób prowadzi do sytuacji, w których stan końcowy rożni się od początkowego. Zbieżne jest to z holistycznym (całościowym) punktem widzenia organizacji, który rozpatruje ją jako podsystem otoczenia, w którym funkcjonuje i w którym następuje zacieranie się granic w wielu obszarach jej funkcjonowania. Prowadzi to do określenia organizacji jako systemu otwartego podlegającego wpływom tego otoczenia i odwrotnie. R.W. Griffin otoczenie organizacjo poprzez analogie porównuje do pływaka i rzeki. Poprawna ocena szybkości zmian w otoczeniu (prądu) i przeszkód (np. uregulowania prawne, administracyjne itp.) oraz odległości (strategii) pozwala organizacji dotrzeć do wybranego celu. Oznacza to, że organizacje jako systemy reagują na impulsy otoczenia, ale mogą adoptować się do tych zmian w zróżnicowany sposób.

Najważniejsze cechy organizacji jako systemu otwartego to [8]:

1. Cykliczność zdarzeń oznaczająca dostęp do źródeł niezbędnych do powtórzenia cyklu
2. Wejścia informacyjne dostarczające sygnałów o środowisku i jego otoczeniu
3. Sprzężenia zwrotne pozwalające na poprawę celu funkcjonowania w oparciu o informacje z bliższego i dalszego otoczenia
4. Negatywna entropia pozwalająca na przetrwanie organizacji nawet w niesprzyjającym środowisku
5. Homeostaza, czyli zdolność do utrzymania możliwości adaptacyjnych mimo oddziaływania uwarunkowań zewnętrznych,
6. Ekwifinalność oznaczająca osiągnięcie przez organizację jako system otwarty, tego samego stanu końcowego przy różnych warunkach wstępnych.

Organizacja jako system szybko adaptuje się do otoczenia ze względu na zmiany zachodzące w obszarach polityczno-społecznych, rynkowych, technologicznych, ekologicznych itp. Prowadzi to do zmian w organizacji. Sytuacja, w której przy wysokiej determinacji otoczenia następuje adaptacja

w ramach ograniczeń świadczy o poszukiwaniu przez organizacje wszelkich możliwych opcji swoich działań przy jednoczesnej próbie zniwelowania niekorzystnych sytuacji. Jest ona również wynikiem kontroli celów organizacji. Niski natomiast poziom determinacji otoczenia oraz duża swoboda wyborów strategicznych pozwalają organizacji na zredefiniowanie celów i dają swobodę działania. Wg Portera [9] wysoki poziom determinizmu ma wpływ na budowanie przez organizacje strategii defensywnych skoncentrowanych głównie na przewadze kosztowej. Natomiast duże możliwości strategiczne sprzyjają budowaniu przez organizacje strategii zróżnicowanych i podejmowanie ryzyka.

Wprowadzane ostrożnie i w niewielkim zakresie zmiany pozwalają organizacjom na zwiększenie efektywności, zwłaszcza w pierwszym okresie ich funkcjonowania. W miarę jednak dynamicznych zmian zachodzących w otoczeniu powoduje, że zmniejsza się ich elastyczność. Ograniczenia stają się bardziej sztywne i koncentrują się na działaniach rutynowych. Występujące jednak sprzężenia zwrotne i sygnały otoczenia pozwalają na budowanie tożsamości organizacji. Dynamiczne zmiany zachodzące w otoczeniu maja wpływ na radykalne zmiany w organizacjach dotyczące ich misji, celu, układu władzy i zmiany systemu interakcji. Związane to jest między innymi z orientacją na płeć i jej postrzeganie w organizacji. Czyli „problem Gender w organizacjach". Nie poświęcając uwagi zbyt szczegółowym analizom, zasygnalizować wato zjawiska negatywne, takie jak: „stereotyp dyskryminacji płciowej", „szklany sufit", „lepka podłoga", „szklane ruchome schody", „konflikt typu praca-rodzina", a także „tokenizm". Każde z tych wymienionych zjawisk wymaga odpowiednich kompetencji zarządczych, które powstają. Przykładowo:

- Docieranie do potencjalnych przyszłych pracowników, już na etapie ich niezakończonego procesu obowiązkowej edukacji (przed maturą). Organizowanie im różnych aktywności identyfikujących firmę jako przyszłego pracodawcy;
- Monitoring wynagrodzeń w firmie oraz indywidualnych wyników pracy;
- Wprowadzanie zadaniowego czasu pracy oraz równoważnego czasu pracy, pozwalającego pełnić osobom różnych ról życiowych;
- Wprowadzanie kodeksów postępowania, dążącego do wyeliminowania zjawiska molestowania płciowego. [10]

4. Inne modele współczesnego zarządzania organizacjami

Dynamiczne przemiany zachodzące w otoczeniu organizacji (sojusze gospodarcze, zmiany geopolityczne) spowodowały, że zmieniły się metody i modele współpracy organizacji. Zmiana modelu funkcjonowania z regresywnego (obrona przeszłości) na adaptacyjny (aplikacja nowych koncepcji, metod i technik zarządzania), pozwala na wprowadzenie w wybranych obszarach organizacji sprawdzonych metod działania.

Podstawą zmiany w organizacjach są zachodzące w nich procesy. Należą do nich m.in. stosowanie reguł wykształconych w trakcie działania, rozwiazywanie problemów jako zasad działania, uczenie się organizacji, konflikt (zmiany w organizacji zachodzą w wyniku zderzenia się grupo interesu), model epidemii postrzegany jako proces dyfuzji, benchmarking stanowiący wypadkową kontaktów międzyorganizacyjnych oraz innowacja jako wynik kompetencji i aspiracji członków organizacji.

Koncepcjami, które miały największy wpływ i są aktywnie wdrażane w dzisiejszej rzeczywistości gospodarczej, który prowadzi do zmiany systemu zarzadzania jest reengineering i lean management. Ich wspólnym celem jest zmiana wszystkich aspektów organizacji w celu osiągnięcia korzyści z punktu widzenia kosztów, czasu, jakości itp. [11]. Pierwsze próby wprowadzenia tych koncepcji zarządzania organizacją pojawiły się już w XIX wieku. W swoich pracach przedstawił je F. Taylor twierdząc, że prowadzą one do optymalizacji wydajności. Pierwsza z tych koncepcji koncentrując się na radykalnej i całkowitej zmianie istniejącego porządku organizacyjnego, utrudniała jednak proces innowacji i nie prowadziła do odbudowania strategii prowadzącej do realnego wzrostu efektywności. Koncepcję reengineering współcześnie utożsamia się z podejściem procesowym do restrukturyzacji organizacji. Druga z przedstawionych koncepcji tj. lean management to idea wyważonej metody postępowania. Wskazuje ona na konieczność procesu racjonalizacji organizacji pracy oraz jej stosunków z otoczeniem. Istotnego znaczenia nabierają działania niesformalizowane oparte na wzajemnej relacji pracowników z otoczeniem. Narzędziem wiodącym w lean management jest outsourcing jako metoda zarządzania prowadząca do zawężenia zakresu działań organizacji [12]. Między przedstawionymi metodami występują jednak znaczące różnice. Najważniejsza i najbardziej istotna jest możliwość wycofania się ze zmian w przypadku outsourcingu (przekazanie wybranych obszarów podmiotom zewnętrznym na podstawie umowy) oraz brak takiej możliwości w przypadku reengineeringu (likwidacja części organizacji). Organizacje wykorzystując przedstawione koncepcje funkcjonują bez wyraźnej hierarchii funkcjonalnej. Oparcie na zespołach i zadaniach powoduje, że ludzie przechodzą od projektu do projektu zgodnie ze swoimi kwalifikacjami, a organizacja jest tzw. organizacją uczącą się [13], tj. nakierowaną na optymalne wykorzystanie zasobów materialnych i niematerialnych wymaganych do sprostania rosnącym wymaganiom rynku.

Podsumowanie

Przedstawione tendencje w zarządzaniu organizacją oraz powstające w ich konsekwencji, zapotrzebowanie na nowe specjalizacje menedżerskie (kompetencje) [i] prowadzą w każdym przypadku do celu, jakim jest skupienie się na kluczowych procesach, kompetencjach, jakości, czasie, racjonalizacji kosztów i kooperacji.

Wnioskiem końcowym jest teza, iż wciąż pojawiają się nowe aspekty wiedzy o zarządzaniu i nowe kompetencje.

BIBLIOGRAFIA

1. R.N. Cooper, Economic Independence and Coordinaton Of Economic Polices, [w:] Handbook of International Economic, R.W. Jones)red.), North Holland, Amsterdam 1985
2. T. Peters, R. Waterman, In Search of Excellence Lesson from Amarican^s Best-Run Companies, Warner Books, Harper and Row, New York 1982
3. B. Glinka, Różnorodność kulturowa współczesnych organizacji", (w:) Nowe kierunki w organizacji i zarządzaniu, M. Kostera (red.), Wolters Kluwer, Warszawa 2012, s. 285-304
4. M. Bielski, Organizacja. Istota, struktury, procesy, wyd. Absolwent, Uniwersytet Łódzki 1992, s. 96; M. Ciesielska, D. Jemielniak (red.), Qualitative. Methodologies in Organizationn Studies, Volume I: Theories and New Approaches, London-New York: Palgrave-Macmillan, 2020; Business Insider, 4.05.2022
5. D.Katz, R.L. Kahn, Społeczna psychologia organizacji, PWN Warszawa 1979, s. 35
6. A. Etzioni, Comparative Analysis of Complex Organizations, The Free Press, New York 1961
7. A. Spik, Zaangażowanie organizacyjne, (w:) „Nowe kierunki ….., op. cit., s. 409-428
8. A. Chrisidu-Budnik, J. Korczak, A. Pakuła i in., Nauka organizacji i zarządzania, Kolonia Limited, Wrocław 2005, s.191
9. M. Porter, Strategie konkurencji, PWE Warszawa 2006, s.61
10. Y. Kostrzewa, Gender w organizacjach, (w) Nowe kierunki …., op. cit., s. 305-322
11. T.A. Steward, Reengineering – the Hot New Managing Tool, Fortune 1993, No 8, s.41
12. M. Hopej, Reengineering i Lean Management a struktura organizacyjna, Ekonomika i Organizacja Przedsiębiorstw, 1998, nr 4, s.10; B. Nogalski, P. Walentynowicz, Wymiary wdrażania lean management jako koncepcji rozwoju polskich organizacji gospodarczych, Prace i Materiały, wyd. Uniwersytet Gdański, 2/2004 s. 181
13. R.W. Griffin, Podstawy zarzadzania organizacjami, PWN Warszawa 2005, s. 64