Міністерство освіти і науки України

Видається з 1996 року

Засновник і видавець
Сумський національний аграрний університет

Реєстраційне свідоцтво
КВ № 8217 від 16.12.2003 р.

Редакційна колегія серії
Данько Ю.І., д.е.н., професор, Сумський національний аграрний університет, редактор (Україна)

Бінда Я., д-р наук, професор, Вища школа фінансів і права у м. Бєльсько-Бяла (Польща)

Блюмська-Данько К.В., к.е.н., доцент, Університет Париж-Сакле (Франція)

Ваврек Р., PhD, Технічний університет Ліберець (Чеська Республіка), Пряшівський університет (Словацька Республіка)

Голишева Є.О., к.е.н., доцент, Сумський національний аграрний університет (Україна)

Заболотний С., PhD, Варшавський університет природничих наук (Польща)

Ілляшенко Н.С., к.е.н., доцент, НТУ «Харківський політехнічний інститут» (Україна)

Коблянська І.І., к.е.н., доцент, Сумський національний аграрний університет (Україна)

Красноруцький О.О., д.е.н., професор, Харківський національний технічний університет сільського господарства ім. Петра Василенка (Україна)

Крачунов Х., д-р, професор, Технічний університет Варни (Болгарія)

Лишенко М.О., д.е.н., професор, Сумський національний аграрний університет (Україна)

Макаренко Н.О., д.е.н., професор, Сумський національний аграрний університет (Україна)

Медвідь В.Ю., д.е.н., професор, Сумський національний аграрний університет (Україна)

Мінта С., PhD, Інститут економічних наук, Вроцлавський природничий університет (Польща)

Монастирський Г.Л., д.е.н., професор, Тернопільський національний економічний університет (Україна)

Ніфатова О.М., д.е.н., професор, Університет Барселони (Іспанія)

Пасько О.В., к.е.н., доцент, Сумський національний аграрний університет (Україна)

Петрушенко Ю.М., д.е.н., професор, Сумський державний університет (Україна)

Плотницька С.І., д.е.н., доцент, Харківський національний університет міського господарства імені О.М. Бекетова (Україна)

Славкова О.П., д.е.н., професор, Сумський національний аграрний університет (Україна)

Сохань І.В., д.е.н., професор, Сумський національний аграрний університет (Україна)

Стоянець Н.В., д.е.н., професор, Сумський національний аграрний університет (Україна)

Хованцова Я., PhD, Пряшівський університет (Словацька Республіка)

Шевченко Т.І., к.е.н., доцент, Університет Париж-Сакле (Франція)

Шлаудер Р., д.е.н., професор, Університет прикладних наук Вайєнштефан-Тріздорф (Німеччина)

ВІСНИК СУМСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО АГРАРНОГО УНІВЕРСИТЕТУ

НАУКОВИЙ ЖУРНАЛ

Виходить 4 рази на рік

Серія «Економіка і менеджмент»
Випуск 2 (94), 2023

ЗМІСТ

РЕГУЛЮВАННЯ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОГО РОЗВИТКУ

Liang Rui, Kseniia Bliumska-Danko, Yuriy Danko
THE INTERNAL CONNECTION BETWEEN BRAND STRATEGY AND THE CONNOTATION DEVELOPMENT OF UNIVERSITY……**3**

Wenxi Zhang, Inna Lozynska
THE RESIDENTIAL COLLEGE SYSTEM: INNOVATION AND PRACTICE OF STUDENT EDUCATION MANAGEMENT MODE (TAKE SANQUAN COLLEGE OF XINXIANG MEDICAL UNIVERSITY AS AN EXAMPLE)……**8**

Білоус К.І.
ВПРОВАДЖЕННЯ ЗАСТАВНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ НА ФІНАНСОВОМУ РИНКУ УКРАЇНИ……**13**

ФІНАНСОВИЙ МЕХАНІЗМ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ

Геєнко М.М., Омеляненко Д.О.
МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО АНАЛІЗУ ФОРМУВАННЯ ТА ЕФЕКТИВНОГО ВИКОРИСТАННЯ АКТИВІВ У РАМКАХ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ ТА РИЗИКУ……**19**

Видавничий дім «Гельветика»
2023

Науковий журнал
«Вісник Сумського національного
аграрного університету.
Серія: Економіка і менеджмент»
внесений до переліку наукових
фахових видань України
(категорії «Б») у галузі економічних
наук (051 «Економіка», 072 «Фінанси,
банківська справа та страхування»,
073 «Менеджмент», 075 «Маркетинг»,
076 «Підприємництво, торгівля та
біржова діяльність»)
на підставі Наказу Міністерства
освіти і науки України № 1188
від 24.09.2020 (додаток 5)

Науковий журнал «Вісник
Сумського національного аграрного
університету» індексується в
Міжнародних наукометричних базах
Google Scholar, Index Copernicus,
Crossref, OUCI, ResearchBib,
Vernadsky National Library of Ukraine

Матеріали журналу знаходяться
у вільному доступі на сайті
https://snaujournal.com.ua

Усі статті проходять процедуру
таємного рецензування. До
публікації в журналі не допускаються
матеріали, якщо є достатньо підстав
вважати, що вони є плагіатом.
Відповідальність за точність
наведених даних і цитат
покладається на авторів.
Матеріали друкуються українською
та англійською мовами.
У разі цитування посилання на
«Вісник Сумського національного
аграрного університету» обов'язкове

Друкується згідно з рішенням
вченої ради
Сумського національного
аграрного університету
(протокол від 01.05.2023 р. № 17)

Видавництво і друкарня –
Видавничий дім «Гельветика»
65101, Україна, м. Одеса,
вул. Інглезі, 6/1
Телефони: +38 (095) 934-48-28
+38 (097) 723-06-08
E-mail: mailbox@helvetica.ua
Свідоцтво суб'єкта видавничої
справи ДК № 7623 від 22.06.2022 р.

Тираж 100 пр.
Зам. 0523/294

© Сумський національний
аграрний університет, 2023

BULLETIN OF SUMY NATIONAL AGRARIAN UNIVERSITY

SCIENTIFIC JOURNAL

Published 4 times a year

Series «Economics and Management»
Issue 2 (94), 2023

CONTENT

REGULATION OF INNOVATION AND INVESTMENT DEVELOPMENT

Liang Rui, Kseniia Bliumska-Danko, Yuriy Danko
THE INTERNAL CONNECTION BETWEEN BRAND STRATEGY
AND THE CONNOTATION DEVELOPMENT OF UNIVERSITY……**3**

Wenxi Zhang, Inna Lozynska
THE RESIDENTIAL COLLEGE SYSTEM:
INNOVATION AND PRACTICE OF STUDENT EDUCATION MANAGEMENT MODE
(TAKE SANQUAN COLLEGE OF XINXIANG MEDICAL UNIVERSITY AS AN EXAMPLE)……**8**

Kostiantyn Bilous
IMPLEMENTATION OF COLLATERAL MANAGEMENT
IN THE FINANCIAL MARKET OF UKRAINE……**13**

FINANCIAL MECHANISM OF FUNCTIONING OF ENTERPRISES

Mykhaylo Heyenko, Denys Omelianenko
METHODS OF ANALYSIS OF FORMATION AND EFFICIENT USE
OF ASSETS WITHIN UNCERTAINTY AND RISK……**19**

UDC 378.1
JEL I23

THE INTERNAL CONNECTION BETWEEN BRAND STRATEGY AND THE CONNOTATION DEVELOPMENT OF UNIVERSITY

Liang Rui
Henan Institute of Science and Technology;
Sumy National Agrarian University
ORCID: 0000-0001-7904-7204
liangrui1158@163.com

Kseniia Bliumska-Danko
Doctor of Economic Sciences
Sumy National Agrarian University
ORCID: 0000-0003-0200-2280

Yuriy Danko
Doctor of Economic Sciences
Sumy National Agrarian University
ORCID: 0000-0002-9847-1593

With the rapid development of China's economy, society and culture, the market of higher education is deepening, and the construction of universities has encountered unprecedented opportunities and challenges. Brand is a socio-economic phenomenon. Brand is the product of the development of commodity economy to a certain stage. The generation of brand marks the maturity of the concept in the process of commodity exchange. To simply define a brand, it refers to a name, symbol, symbol or design of a seller or service, highlighting its competitive advantage and being distinguished from its competitors. University brand as the social awareness, reputation and recognition of the university formed in the process of long-term development. The popularity, reputation and recognition carried by the brand often indicates the long history of running a university, or represents a good quality of running a school, and even marks the cultural temperament of success. University brand is not only regarded as a kind of high-quality educational resources accumulated over the years, but also a kind of soft power related to its long-term development. That implementing university brand strategy and adhering to the characteristic development of university is the inevitable choice for university survival and development, and also an important direction of university management in the future. This article focuses on the discussion is the university brand. The emergence of a university brand cannot be separated from the external environment of the place where the university is located. For example, the backbone university brand discussed in this paper is inseparable from the role of political, economic and cultural external factors in the place where the university belongs. Of course, in addition to the external environment, the generation of university brands also needs internal impetus. The development of university brand strategy is an inevitable choice to adapt to the social development, and it is an inevitable demand to build the university brand in the environment of the rapid development of China's higher education. With the gradual expansion of higher education activities and their influence, the market forces highlighted in higher education have gradually been valued by all sides of the society.

Key words: *internal connection, brand strategy, connotation development of university.*

DOI: https://doi.org/10.32782/bsnau.2023.2.1

Introduction. With the continuous development of the society, the derivative of the brand is becoming more and more broad. It comes from products and services, but it has gone beyond the value of products and services themselves [1]. For a brand, it has three basic functions: brand cognitive recognition function, brand screening and differentiation function, and additional value-added function of the brand. The cognitive recognition function of a brand is in the most direct part of the function of a brand, and its function is often reflected in consumers' cognition and understanding of a certain product or service, that is, the preliminary impression [2]. This kind of function can be directly realized through the name, symbol or design of the product or service (in the form of the intuitive surface), improve the popularity of the product or service through the basic and simple function, and win the preliminary consumer groups. For the acquisition of consumers, only stay in the initial impression stage is completely not enough. At that time, the brand screening and differentiation function can provide consumers with a further choice space, in many products or services to choose the most consistent with their own requirements and unique "goods". And for the discrimination function, is very dependent on the product or service characteristics. Only a unique brand can prevent competitors from imitating. At the same

time, in the dazzling market environment, we can directly and effectively distinguish the target consumers with unique products and services, so as to gain the favor and trust of consumers. Finally, the additional value-added function of the brand [3]. On the effective basis of the first two functions, the target customers can achieve the desired consumption at the same time, and obtain the higher level of value given by the product or service, which is the final function of the brand to play a role. In addition to the experience of "value for money", consumers also have the pleasure of "value for money", no doubt better grasp the heart of consumers. And the products or services can also gain the reputation and loyalty of the target consumers, and build a solid customer base for the following product development.

Research background of university brand. In today's rapidly developing information age, many social phenomena are abstracted, conceptualized and symbolized, and brands are no exception. In the social development, brands are not only limited to commercial brands, but also refer to city brands, university brands and other social brands [4]. And this article focuses on the discussion is the university brand, specifically, should be the ordinary undergraduate university brand. The emergence of a university brand cannot be separated from the external environment of the place where the university is located. For example, the backbone university brand discussed in this paper is inseparable from the role of political, economic and cultural external factors in the place where the university belongs. Of course, in addition to the external environment, the generation of university brands also needs internal impetus. The development of university brand strategy is an inevitable choice to adapt to the social development, and it is an inevitable demand to build the university brand in the environment of the rapid development of China's higher education. With the gradual expansion of higher education activities and their influence, the market forces highlighted in higher education have gradually been valued by all sides of the society.

Chinese university from the elite to the popularization process, China's higher education development is facing a basic "dilemma", namely the government's public spending budget increasingly nervous at the same time, the social parties to accept higher education and provide corresponding social services put forward higher requirements and look forward to, and the relative shortage of university funds directly caused by the relative shortage of campus resources has become a university development needs to break through the "bottleneck" [5]. Therefore, in the rapidly developing market environment, universities will inevitably seek other help and seek more high-quality resources for the construction and development of the university itself by turning to the society and the market [6]. At present, the market mechanism has been introduced into the field of higher education. In such a context, the education system shows a new trend, that is, the consumer-led education system is gradually replacing the producer-led model, and the role of consumers in the field of higher education is becoming more and more obvious. How to promote the construction and development of universities in such an environment, the brand strategy just provides a bridge, and well connects and communicates between the universities of non-profit institutions and the market environment. Therefore, if universities can use the brand strategy in marketing according to their actual situation and actively and effectively refer to the business strategy of enterprises, it will produce greater benefits to their university teaching, scientific research and social services.

The connotation of the university brand. According to the examination of the economic connotation of brand, the connotation of university brand can be divided into four levels. First, the representation information of the brand. A university brand is composed of a group of representation information such as name, noun, mark or design. This representation information must be the external reflection of the deep connotation of the brand, and must be consistent with the connotation of the brand. Second, the deep connotation of the brand. The deep connotation of a brand refers to the values, cultural orientation, personality characteristics and university spirit reflected by the university brand. Only when a university brand has a profound connotation can it form a personality form.

Third, the brand identification function. The organic combination of the appearance and connotation of the university brand creates the special character of the university brand, and has a clear difference that cannot be confused with other university brands. Fourth, consumer evaluation. The definition of a brand is ultimately completed by consumers, and a university brand is no exception. The construction of a university brand should be consumer-centered, pay attention to the perception and evaluation of consumers, and establish a lasting and stable relationship with it. Through the connotation of the university brand analysis, can understand the university brand as a university in its own process of the public impression or give public evaluation, namely in the eyes of the public reputation and visibility, also in the school's identity, reputation as brand concentrated form of intangible assets, can reflect the university has characteristics, teaching quality, scientific research level, graduate quality evaluation in the social group and satisfaction. Although the university brand is more derived from an abstract psychological feeling, it is a kind of university psychological evaluation in the public mind. However, in the popularization of higher education today, the role of university brand is increasingly important. The quality of university brand can directly affect the development of universities, including the influence on school capital, school quality and student attraction.

The value of a university brand is becoming more and more important in the modern society. With a real university brand, the university can gain a dominant position in the fierce competition in the future. Through the literature collation and analysis, it can be seen that the value of university brand is mainly reflected in four levels. First, university brand is conducive to university to gain competitive advantages. University brands can help universities to successfully transform, achieve brand effect and achieve the expansion of profit points. Second, the university brand is conducive to the integration of internal resources within the university. Not only intangible resources, such as educational concept, educational purpose, educational content, discipline construction, professional setting, etc., tangible resources will

also be integrated, and resources will play greater benefits. Third, university brands are conducive to the identification and selection of consumers. University brand is conducive to accurately convey the positioning and characteristics of the university to consumers. Fourth, the university brand is conducive to the dissemination of information. The University is an institution that produces ideas, talents and knowledge. University brand strengthens the efficiency and quality of information dissemination with its strengthening, clarity, unity and purpose of information, so that college students can actively approach and integrate into the society. It can be seen that a university brand is not only a brand term, but also a comprehensive reflection of the social status of a university. It is the degree of social recognition accumulated in the development process of a university that can be retained across time and space in its name. Based on this connotation, this paper continues to the scholars published about the connotation of university brand literature common analysis, can extract the connotation of university brand four dimensions, namely government dimension, teachers and students, cultural heritage dimension and scientific research and social service dimension (because the ultimate purpose of scientific research is to promote social services, so the combination as a dimension), and as the theoretical basis and model analysis Angle.

Build the framework based on the connotation of the university brand. "First-class universities and disciplines of the world", referred to as "Double first-class" is another national strategy after the construction of "211 Project", "985 Project", "advantage discipline innovation platform" and "characteristics" in the field of higher education in China, which is conducive to the further unification, integration and deepening of China's higher education. Since the resumption of the college entrance examination in 1977, higher education has been continuously reformed and adjusted, going through two stages of university adjustment and the construction of key universities, the expansion of university enrollment and the construction of first-class universities. In the 1990s, Chinese universities launched a

new round of "college adjustment" through merger, and the scale of some colleges expanded. In 1995, China began to implement the construction of about 100 institutions of higher learning and a number of key disciplines for the 21st century, namely "The 211 Project". In order to implement the strategy of rejuvenating the country through science and education, China has started to build a number of world-class universities and a number of universities with internationally renowned high-level research-oriented universities since 1998, namely "The 985 Project". In 2006, China launched the construction of an "innovation platform for superior disciplines". In 2010, the construction of "Key Discipline Project with Characteristics" was implemented. In 2015, the "Double First-class" construction project was officially implemented, and a series of national education strategy decisions implemented by the Chinese government – were inherited and developed, showing the brand road of "characteristic" universities in China.

In the face of the huge challenges and opportunities formed by the domestic brand market, how should the Chinese government quickly expand itself with virtue and exert its brand strategy, so as to maximize the market share? That is, the "brand dream" is needed to support the "Chinese dream". In the face of strong competition from overseas educational brands, the growth path and unique competitive advantages of Chinese brands need to rely on the history, culture and humanistic tradition behind China. The development of Chinese university brand need system thinking and strategic planning, need to rely on the history of Chinese humanities and product technology resources, based on China's social value identity system and life consumption concept, explore, create and develop with Chinese characteristics, and prove effective brand path, accumulate their own unique core competitive ability. As the largest developing country in the world and the second largest economy in the world, its education cause has also attracted the attention of scholars from all over the world. In the history of education in China, Chinese education industry develops rapidly in the 21st century.

This paper is based on the theory of the university brand connotation, through the main dimensions: government dimensions, dimension, cultural heritage, scientific research and social service dimension, to effectively combine the brand "input", "internal transformation value-added process", "output", "control" level, study the Chinese university brand implementation path, build the Chinese university brand implementation path model, to explore the "Chinese characteristics" brand path, as shown in Figure 1. Based on the relevant theories, and according to their own research, through the close integration with the government engineering construction goals, the following model is proposed. The model is mainly divided into two parts, one is the generation road of Chinese university brands – brand "input" and the road of utility – brand "output"; the other is the specific analysis model of the implementation path of university brands. Part 1, brand "Input" and "output" (Figure 1). From the model, we can intuitively understand that the "source" of the brand strength of Chinese universities comes from the government. To be precise, it is a series of engineering projects launched by the government, such as "985", "211", "Double First-class" and so on. Through the selection and screening of these engineering projects, the fittest survive, and the university group entering the sequence of government engineering projects can get the next step of "customs clearance secret key" of brand formation. Under the policy support system, with the increase of the government funding to the shortlisted university groups, the framework of the university will change, mainly reflected in the school facilities and equipment, enrollment quota / high-quality students, ranking / ranking, faculty strength, scientific research output and other dimensions, so as to accumulate strength for the generation of university brands. Brand "output". It can be seen from the model that through the "input" of the brand, that is, the road of brand generation, the utility of the university brand will begin. The way or way of the utility is equivalent to the university change link of the road of brand generation. It is mainly the campus facilities and equipment, enrollment, ranking, teachers, scientific research and other dimensions. Through the before and after changes of

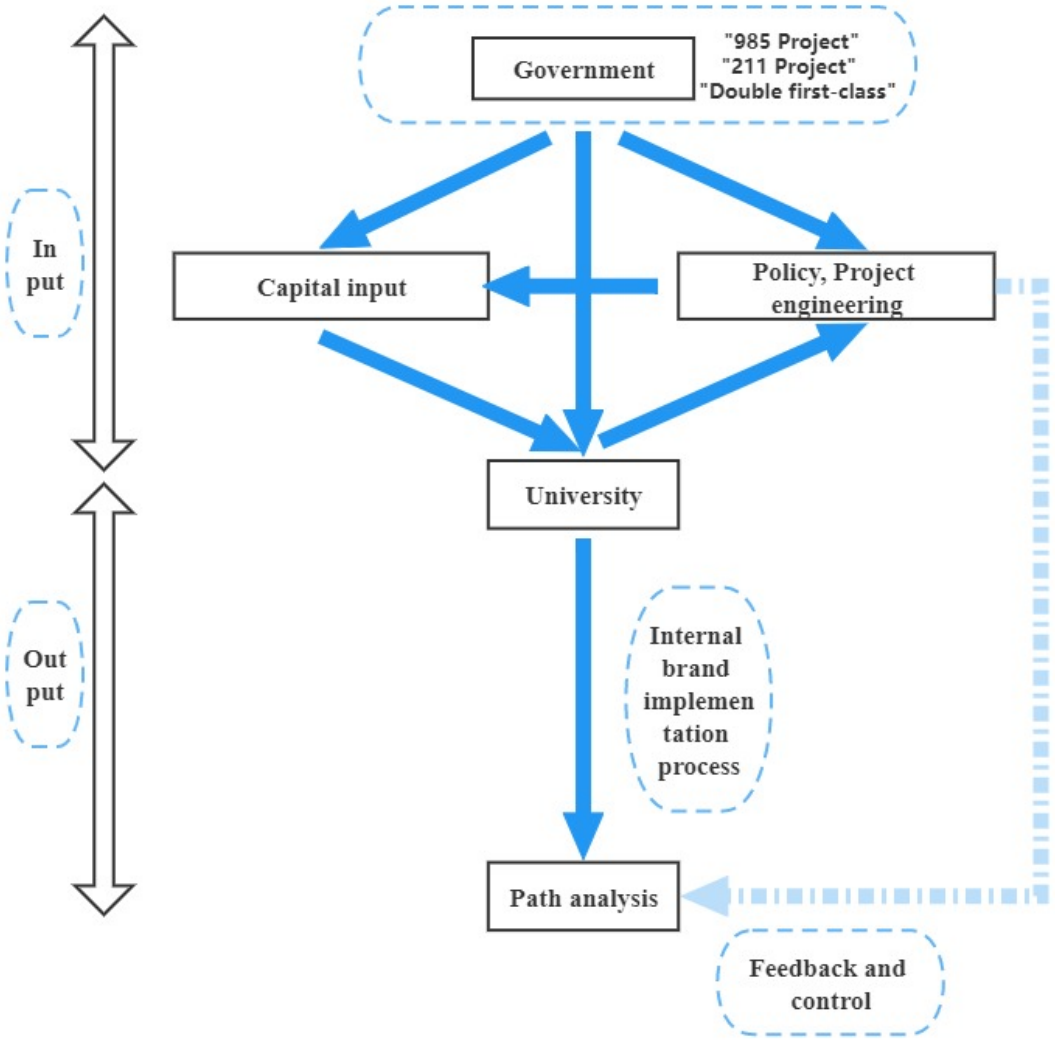

Figure 1 – Path map of Chinese university brand implementation

these dimensions, to verify the achievement of the goal of the government's initial policy – is to achieve policy "feedback", promote the development of universities, and promote the universities to prepare for the next engineering construction sequence. The second part, the path analysis of "university brand Implementation". Based on the relevant theories of university brand connotation, combined with the "double first-class" construction goal of "accelerate the modernization of higher education governance system and governance capacity, improve the innovation level of talent training, scientific research, social service and cultural inheritance", this paper proposes four dimensions: government dimension – capital investment; teachers and students dimension – faculty, enrollment; cultural inheritance – university internal campus facilities, management level; scientific research and social service – scientific research, educational efficiency and ranking. Under the background of "double first-class" construction, the paper analyzes the construction law of its university predecessor and discusses its current changes, so as to construct the "brand" model conforming to the development law of Chinese universities, and summarizes the development framework of the brand growth of Chinese universities.

Conclusion. With the implementation of "211", "985" and "Double First-class" projects, a number of powerful universities have developed, and in this process, it also shows the unique path of the development of Chinese universities – with the government as the core. This paper will establish the path analysis map and related models through the connotation analysis of university brands, and use the relevant data of Chinese representative first-class universities to verify the rationality of the model.

References:

1. Liu Cong (2020) China Regional Agricultural Brand Development Report Beijin, 75.
2. Bhopal K., Myers M., and Pitkin C. (2020) "Routes through Higher Education: BME Students and the Development of a 'Specialisation of Consciousness". *British Educational Research Journal,* no. 46 (6), pp. 1321–1337.
3. Morrish L., and Sauntson H. (2019) Academic Irregularities: language and Neoliberalism in Higher Education. Abingdon: Routledge.

4. Zhang Yu Long, Chen Ming Bao (2007) Problems and countermeasures in production and sales of apple in Yantai. *The northern fruit trees*, no. 9, pp. 35–37.

5. Clark J. S., Apostolopoulou A., Branvold S., Synowka D. (2009) Who knows Bobby Mo? Using Inter collegiate athletics to build a university brand. *Sport Marketing Quarterly,* no. 18, pp. 57–63.

6. Zhou Ming Fa (2006) On regional brand construction of agricultural products. *Economist,* no. 9, pp. 235–236.

Руі Льен, *Хенанський інститут науки і технологій; Сумський національний аграрний університет*

Блюмська-Данько Ксенія Валеріївна, *кандидат економічних наук, доцент, Сумський національний аграрний університет*

Данько Юрій Іванович, *доктор економічних наук, професор, Сумський національний аграрний університет*

ВНУТРІШНІЙ ЗВ'ЯЗОК МІЖ СТРАТЕГІЄЮ БРЕНДУ ТА РОЗВИТКОМ КОНОТАЦІЇ УНІВЕРСИТЕТУ

З швидким розвитком китайської економіки, суспільства та культури ринок вищої освіти глибиться, а будівля університетів перед ними стали безпрецедентними можливостями і викликами. Бренд – соціально-економічний феномен. Бренд є продуктом розвитку товарної економіки в певній стадії. Створення бренду означає постійність концепції в процесі обміну товарами. Щоб просто визначити бренд, він відповідає назві, символу, символу або дизайну продавця або служби, підкреслюючи його конкурентну перевагу і відрізняючи їх від конкурентів. Університетський бренд як соціальне свідомість, репутація та розпізнавання університету, створений у процесі довгострокового розвитку. Популярність, репутація та розпізнавання, що перенесе бренд, часто вказує на довгу історію керування університетом, або представляє хорошу якість керування школою, і навіть позначає культурний темперамент успіху. Університетський бренд не тільки вважається видом високоякісних освітніх ресурсів, які збираються протягом років, але також видом м'якої сили, пов'язаної з його довгостроковим розвитком. Що реалізація університетської брендової стратегії і прийняття характеристичного розвитку університету є необхідним вибором для виживання та розвитку університету, а також важливим напрямком університетського керування в майбутньому. Ця стаття зосереджується на дискусії – університетський бренд. Виявлення університетського бренду не можна відокремлювати від зовнішнього середовища місця, де знаходиться університет. Наприклад, стовпчик університету, обговорений в цій газеті, не відрізняється від ролі політичних, економічних і культурних зовнішніх факторів в місці, де належить університет. Звичайно, окрім зовнішнього середовища, створення університетських брендів також потребує внутрішнього імпульсу. Розробка стратегії університетського бренду є необхідним вибором адаптування до соціального розвитку, і необхідним попитом є побудова університетського бренду в середовищі швидкого розвитку вищої освіти Китаю. З поступним розширенням активності вищої освіти та їхнього впливу ринкові сили, які підкреслюються у вищої освіті, поступово оцінювали всі сторони суспільства.

Ключові слова: *внутрішній зв'язок, стратегія бренду, розвиток університету*

Дата надходження до редакції: 30.03.2023 р.

UDC 378.1
JEL M12, O3

THE RESIDENTIAL COLLEGE SYSTEM: INNOVATION AND PRACTICE OF STUDENT EDUCATION MANAGEMENT MODE (TAKE SANQUAN COLLEGE OF XINXIANG MEDICAL UNIVERSITY AS AN EXAMPLE)

Wenxi Zhang
PhD Student in Management Department,
Sumy National Agrarian University
ORCID: 0000-0002-7455-9048
59022138@qq.com

Inna Lozynska
Doctor of Economic Sciences
Sumy National Agrarian University

It conforms to the trend of comprehensive reform of higher education in the new era to cultivate applied talents with higher comprehensive literacy and strong innovation ability. Sanquan College of Xinxiang Medical University carries out the innovation and practice of the student education management mode of the residential college system in the whole college, integrates the essence of the education management of the traditional college system in ancient China and the western residential college system, innovatively proposes the reform of the residential college system, and forms the unique Sias residential college education mode, which breaks through the traditional professional college student management mode. The position of ideological and political education of students will be diverted to the community of the residential college, and the new mode of student education management will be taken as the community management unit. The development of the residential college system provides a useful reference for the student education management of other colleges and universities in China, and provides a reference for promoting the reform of the residential college system in colleges and universities.

Key words: *residential college system, student education management, innovation and practical application.*

DOI: https://doi.org/10.32782/bsnau.2023.2.2

Introduction. Residential college system is a combination of ancient Chinese college system and western residential college system. It is a kind of educational management system which takes the community composed of dormitory where students live as the management unit and educates and guides students to develop independently in an all-round way. The residential college system can be traced back to Oxford University and Cambridge University in England. It mainly adopts the accommodation model of mixed majors, mixed grades and mixed levels. In the 1960s, colleges and universities in Hong Kong and Taiwan gradually introduced the college system. In the early 21st century, the new development situation promoted the transformation of talent training mode in domestic colleges and universities. Some colleges and universities began to explore the reform of college system on a pilot basis, imitating the western residential college system and the college system in Hong Kong and Taiwan in order to change the educational management mode of the traditional college system. To construct a new educational management mode which emphasizes people-oriented education, open community management and supports students' all-round development. In the face of the new situation, Fudan University, Xi 'an Jiaotong University, Nanjing Audit University and other universities have tried to reform the academy system. Combining the development advantages of Sino-foreign cooperative education, Sanquan College of Xinxiang Medical University further optimizes the educational philosophy and personnel training mode, draws on the development experience of foreign residential college system and domestic college system, and fully implements the practice and exploration of residential college system.

Background: The value logic of the educational management mode of students of residential college system. It conforms to the development trend of higher education reform. With the further development of Chinese higher education cause, new expectations and demands are put forward for the reform of higher education. How to carry out student education management innovatively, promote quality education, innovate education methods and improve the quality of talent training has become an important development direction of education reform. In October 2019, the Ministry of Education issued the Opinions on Deepening the Reform of Undergraduate Education and Teaching and Comprehensively Improving the Quality of Talent Training (hereinafter referred to as the Opinions), which pointed out that: "We will actively encourage colleges and universities to establish a student-management model based on the college system, carry out the pilot project of building a "one-stop" comprehensive management model for student communities, and strengthen academic tutors, psychological counselors and school doctors, and build special places for student-student exchange activities".

The residential college system is the product of the organic integration of the traditional college system in ancient China and the western residential college system. It is a kind of concept of "holistic education" and a new education model that integrates "liberal education" or "quality education" with "professional education". This is also a kind of personnel training mode that adheres to "take the student

as the first" and deeply integrates "general education" and "professional education". It is becoming a new way of thinking on innovative education reform and development in our colleges and universities.

Following the development trend of education reform, Sanquan College of Xinxiang Medical University innovates the working mode of school education. Starting from the pilot construction of residential college system in 2016, it will comprehensively implement the reform of residential college system in 2018, breaking the working idea of traditional professional college class system education management, and transferring the education management of students from professional college to residential college. Residential colleges have become an important field for ideological and political education and daily education management of students.

In line with the requirements of the reform of school education mode, Sanquan College of Xinxiang Medical University explores the residential college education mode, which is a major measure to change the way of student education management, and also a positive practice to fully implement the fundamental task of cultivating virtues and talents. It is an innovative talent training mode based on the students' demand for all-round development. The college system student management mode takes the college as the basic unit of student management. Students eat, live and study in the college, and the college is the main carrier of education management for students. That is to say, based on student dormitories, we should build corresponding organizational structure and activity facilities in the living park, so as to provide a good living environment for the development of students and carry out rich and meaningful activities [1]. Establish a system of "liberal education + whole-person education + integrated education", adhere to the sinking of strength, resources and work into student accommodation communities, integrate into education and teaching in an all-round and zero-distance way, push the concept of "three-in-one education" into depth continuously, and form a long-term mechanism of collaborative education between professional colleges and residential colleges. To achieve interdisciplinary, professional integration, liberal arts and science penetration of students, effectively enhance the pertinence and effectiveness of ideological and political education, education effect has been significantly improved, in line with the requirements of the school education model reform direction [2].

Since the implementation of the residential college education mode, Sanquan College of Xinxiang Medical University has been adhering to the education concept of strengthening the combination of students' professional education and quality education and the idea of education management, and has initially formed a unique residential college education mode, which has improved students' comprehensive quality and practical cognition ability. In addition to high professional knowledge and theoretical ability, more attention should be paid to the improvement of comprehensive quality and ability, especially the cultivation of students' self-cognition, self-management, self-enterprising, self-creation ability, so as to comprehensively stimulate students' individual innovative thinking ability. To better serve the community. The educational management mode of the residential college system for students insists on the joint promotion of professional learning and the cultivation of comprehensive quality, which lays a solid theoretical foundation, enriches the second classroom, transfers the focus of education to the comprehensive education, provides the system support for general education and quality education, and provides an effective supplement for the training of applied talents [3].

Research: College Infrastructure Construction and Function Allocation.

1. Up to now, Sanquan College of Xinxiang Medical University has built a total of 5 residential colleges, each of which has its own emphasis in the construction process of infrastructure construction, among which 4 residential colleges are upgraded on the basis of the original apartments. One new academy is part of the integrated infrastructure construction. On the basis of the basic construction of the academy, each residential academy is set up with education tutor office, Party and league activity room, psychological counseling room, students' recreational and sports activity room, career planning guidance office, League Committee and Student Union office, learning book bar and other hardware equipment. At the same time, each college sets a theme of education at the beginning of its establishment. Combining with the theme of education, the college's motto, vision, mission and development ideas are determined respectively to provide a reference for the formulation of the second classroom education system for residential colleges. In this way, through the "three combination" of community management, community activities and community services, the college's education concept is implanted into management, activities and services, so as to give full play to the college's education function.

2. College Management System and Team construction To improve the quality of student management under the college system mode, the state and the university should formulate corresponding mechanisms for the professional development of the student affairs management personnel [4]. Sanquan College of Xinxiang Medical University has improved its institutional setup, established the General College of Residential Colleges, appointed the executive dean of the General College, formulated the development plan of residential colleges, and coordinated the division of responsibilities among residential colleges, secondary colleges and various functional departments. To coordinate and guide the construction work of each residential college, to be responsible for the team of educational tutors in each residential college, to improve their professional ability, vocational skills training, professional title promotion and other work, so as to promote the development of educational tutors in the direction of professionalism and expertise. Each residential college has dean, general branch secretary, student supervisor, office director and other positions. Under the guidance of the General residential College, the residential colleges coordinate the construction of the team of education tutors, and carry out the ideological and political education guidance and education management of the students in the residential colleges. Education tutors are the full-time mentors of residential colleges. Each residential college attaches

great importance to the construction of education tutors by regularly organizing skills exchange activities and group extension activities to strengthen the cohesion and combat effectiveness of the team.

3. In the process of implementing the reform of the residential college system, Sanquan College of Xinxiang Medical University pays attention to exploring the theme of education, refining the characteristics of education, and actively exploring the construction and development idea of "one academy, one brand". The development results of each residential college are shared by all students and teachers. Zhixing Residential College: With the theme of "Innovation in Science and technology", to build an innovation center of wisdom, to help realize the strategy of making China strong in science and technology; Renzhi Residential College: with the theme of "Be diligent in learning, be thoughtful in learning", Dexin is committed to building a modern residential college with rigorous academic research. Chongde Residential College: With the theme of "innovation and entrepreneurship", it aims to build an education community of "upholding morality and learning, civilization and harmony", and train high-quality talents with the consciousness of innovation and entrepreneurship. Xihe Residential College: With "Traditional culture" as the theme, it trains its students to become the disseminators of excellent traditional culture and virtuous gentlemen in our country of etiquette and priority.

4. Improving the connotation of academies and building platforms to develop the education system of "One college, one quality". In the process of implementing educational management, residential colleges mainly rely on lectures, salons, activities and seminars, as well as the theme, motto, vision and development mission of residential colleges, to refine their own characteristic brand activities. Through continuous revision, these activities are written into the curriculum plan as the characteristic education courses of colleges to enrich the learning content of students in the second class. Build a "one-stop" student community service system. To strengthen the construction of smart campuses, create online and offline "one-stop service platforms for teachers and students", build "one-stop" comprehensive service centers for student communities in colleges, actively explore the reform of student organization forms, management models and service mechanisms, enhance the efficiency of administrative management, and improve the service experience for teachers and students. To build an academy living community full of Sias characteristics, reflecting ideological and political requirements, and close to students' reality, make the academy become a spiritual highland for ideological guidance, an important base for talent training, and an innovative park for management and service, promote the formation of a new pattern of full-personnel, whole-process and all-round education, and open up the "last kilometer" of ideological and political education. Construction of a "dual-hospital system" collaborative education information platform. The university takes the opportunity of the construction of the smart campus to establish a big data information platform for student education, teaching management and service, and improve the informatization level of collaborative education between professional colleges and academies. All kinds of students' basic data will be incorporated into the information management system to provide a platform for information sharing and communication between colleges and colleges, give full play to the linkage role of the two schools, and improve the informatization level and efficiency of the collaborative education of the two schools.

Result: The practical effect of the student education management model of residential college system.

1. The practice and exploration of the reform of the residential college system in Sanquan College of Xinxiang Medical University is an innovation in the student management mode of the higher education reform. Combined with the requirements of educational reform and development in colleges and universities, this paper attempts to innovatively explore the new mode of cooperative education between residential colleges and professional colleges through the reform of residential college system, further define the responsibilities and functions of professional colleges and residential colleges, and explore the ideas of education, so as to form a joint force on the educational management functions of students and jointly promote students to become compound talents with high comprehensive quality. Professional colleges can implement full credit system, mainly from the cultivation of students' learning ability, professional knowledge mastery ability, cognitive problem analysis ability and other perspectives, make full use of the excellent faculty and professional advantages of the college, promote the improvement of students' professional quality; Residential colleges mainly from the perspectives of students' ideological and political education, behavioral development ability, self-management ability and other aspects, using higher education management residential colleges education tutors and the "One house, one product" second class plan, to promote the improvement of students' behavioral literacy ability. From the perspective of the effectiveness of student education management, it is necessary to realize that students' professional learning belongs to the student professional college, and students' quality and ability cultivation is in the residential college, so as to give full play to the two-way collaborative education function and superimposed management, so as to provide students with better academic guidance and management services. Establish the college system student education management mechanism which is compatible with the talent training mode of the full credit system, so that the teaching organization form and the student management form after the reform of the talent training mode can effectively connect, coordinate development and support each other, so as to achieve the teaching and teaching effect consistent with the student management [5].

2. "One House, One Product" Sanquan College of Xinxiang Medical University implements the residential college system. Taking the opportunity to formulate the college theme, each residential college combines its own theme to refine its own "one house, one product" featured educational curriculum. The curriculum plan is mainly presented in the form of comprehensive activities, competitions, salons, lectures, forums, etc. At the same time, it pays attention to the academy's environment construction, cultural atmosphere construction and students' social practice, and imparts the academy's spiritual

connotation into the academy's education curriculum system and academy construction, so as to form a certain academy culture. Finally, the goal of culture education, environment education and practice education can be achieved in different forms. In the "One college, One product" education curriculum system, each residential college has its own characteristics in combination with its own theme, and each residential college has a series of themed courses, so that each college has a theme and each theme has its own activities. Each activity ensures that students have a fruitful situation, and promotes students' college cultural life to form "a hundred flowers bloom and each has its own characteristics; Both gather points into the surface, and quite effective "new pattern.

3. The practice and exploration of the student education management mode of Sanquan College of Xinxiang Medical University is an innovative measure of the school's education mode reform, and an important embodiment of the school's implementation of the concept of "holistic education" and "liberal education". From the establishment of the general residential hospital to the construction of various academies, the university has given strong support in terms of funding, infrastructure construction and the provision of teachers. In order to promote the effectiveness of the educational management mode of the residential college system, the collaborative education of the two schools has been explored, focusing on building five teams of tutors, namely academic tutor, education tutor, off-campus tutor, peer tutor and life tutor, to carry out education management for students from different angles, unify their ideological cognition, and carry out all-round education work in accordance with the educational concept of "full education". Each residential college, based on its own reality, boldly carries out innovative practices. Guided by the general residential college, it constantly improves and revises the quality education system of students' second classroom, improves the connotation of the construction of the college system, and lays a solid foundation for the construction of high-quality applied talents training mode. Meta-culture and cross-border thinking collide freely, jointly creating a "ubiquitous" learning environment with increasing enthalpy of resources and decreasing entropy of systems, and promoting students to achieve all-round reshaping and multi-dimensional growth in professional cognition, ideology and morality, practical ability, humanistic quality and mission responsibility [6].

4. The innovation and practice of student education management of residential college system implemented by Sanquan College of Xinxiang Medical University is an effective attempt of higher education reform. The college promoted the experience and results of college system reform through the field exchange meeting of college system education mode reform in Henan Province, which has been recognized by many colleges and universities. According to the demand of the reform of the education mode of the residential college system, the university has developed the intelligent learning and engineering system, and developed online business modules such as self-selected dormitory, registration of leaving school, psychological interview, file management, graduation procedures, etc., which has shortened the time of student business processing and initially realized the online intelligent chemical engineering operation system. The reform of the education mode of the residential college system further strengthens the construction of education tutor team, academic tutor team, peer tutor team, off-campus tutor team and life tutor team, forms a good trend of co-education, co-management and co-construction, and innovates the education and management mode of students. At the same time, six basic education modules including ideological and political education, life safety education, civic responsibility education, humanistic quality education, labor practice education and vocational ability education have been explored and formulated, as well as thematic and characteristic curriculum modules of each residential college. A "1+N" education curriculum system has been initially formed for residential colleges, and measures to optimize student education management have been taken to enhance the connotation of the construction of the college system.

Conclusion. The innovation and practice of the student education management mode of the residential college system of Sanquan College of Xinxiang Medical University conforms to the requirements of the higher education reform times, and is an effective exploration and attempt to improve the comprehensive quality of college students. To a certain extent, it innovates the way of student education management, and is fruitful, worthy of research and promotion. At the same time, in the process of implementing the reform of the residential college system, there is still a cooperative education mechanism, the promotion and optimization of student education management results need to be further explored, the theoretical research and practical application should be closely combined, so as to better serve the student education management.

References:

1. Wang Ai-li (2017) Study on the Management Mode of College Students. *Shanghai: East China University of Political Science and Law,* pp. 10–25.
2. Yu Aitao, Meng Xiangqi (2015) Research on the management Mode of college System Students from the perspective of Contemporary Education. *Heilongjiang Higher Education Research*, vol. 9, pp. 44–46.
3. Zhao Zhirong (2017) Innovation and Practice of Student Education Management Model of "College + College" – A Case Study of Xi'an Foreign Affairs University. *New West*, vol. 25, no. 16, pp. 20–24.
4. Huang Houming (2015) Comparative Study on Student Management Model of College System and Residential College System. *Higher Engineering Education Research*, vol. 3, pp. 108–113.
5. Gao Hang, Zhang Chengcheng, Li Weiguo, Zhao Hui (2019) Exploration and practice of New Academy System Innovative Talent training model. *China Higher Education*, vol. 17, pp. 49–51.
6. Liu Pingchang, Zhou Qinghua, Wang Jianqiong (2011) Academy System: Innovation and Exploration of Educational management mechanism of college students. *Journal of Sichuan University of Science and Technology: Social Science Edition*, vol. 6, pp. 94–98.

Веньсі Чжан, *аспірант кафедри менеджменту, Сумський національний аграрний університет*
Лозинська Інна, *доктор економічних наук, Сумський національний аграрний університет*

СИСТЕМА ЖИТЛОВИХ КОЛЕДЖІВ: ІННОВАЦІЇ ТА ПРАКТИКА УПРАВЛІННЯ НАВЧАННЯМ СТУДЕНТІВ (НА ПРИКЛАДІ САНЬЦЮАНЬСЬКОГО КОЛЕДЖУ СІНЬСЯНСЬКОГО МЕДИЧНОГО УНІВЕРСИТЕТУ)

Система житлових коледжів – це поєднання давньокитайської системи коледжів та західної системи житлових коледжів, яка є системою управління освітою, яка приймає громаду, що складається з гуртожитків, де студенти живуть як підрозділ управління, і спрямовує студентів до самостійного розвитку всебічно. Система житлових коледжів простежується до Оксфордського та Кембриджського університетів у Великобританії, і в основному приймає режим розміщення професійної суміші, суміші класів та суміші рівнів. У 60-х роках 20 століття університети Гонконгу і Тайваню поступово впроваджували систему коледжів. На початку 21 століття нова ситуація розвитку сприяла трансформації режиму підготовки талантів вітчизняних університетів, і деякі коледжі та університети почали досліджувати реформу системи коледжів на пілотній основі, слідуючи західній системі житлових коледжів та системі коледжів у Гонконзі та Тайвані в Китаї, щоб змінити традиційну модель управління освітою в системі коледжів та побудувати нову модель управління освітою, яка приділяє увагу гуманістичній освіті, відкритому управлінню громадою та підтримує всебічний розвиток студентів. У жовтні 2019 року Міністерство освіти Китаю оприлюднило Висновки щодо поглиблення реформи бакалаврської освіти та викладання та всебічного підвищення якості підготовки талантів (далі – Думки), в яких зазначено: «Активно сприяти коледжам та університетам у створенні моделі управління студентами на основі коледжів, проводити пілотну роботу з побудови комплексної моделі управління студентською спільнотою «єдиного вікна» та будувати спеціальне місце для діяльності з обміну викладачами та студентами. У процесі реалізації реформи системи житлових коледжів Саньцюаньський коледж Сіньсянсійського медичного університету приділяє увагу вивченню теми освіти, уточненню особливостей освіти, активному вивченню ідеї побудови та розвитку «одна академія, один бренд». Результати розвитку кожного житлового коледжу поділяються всіма студентами та викладачами. Житловий коледж Чжисін: з темою «Інновації в науці та техніці», побудували інноваційний центр мудрості, допомогти реалізувати стратегію того, як зробити Китай сильним у науці та техніці; Житловий коледж Ренжі: з темою «Будьте старанними в навчанні, будьте вдумливими в навчанні», Дексін прагне побудувати сучасний житловий коледж з суворими академічними дослідженнями. Житловий коледж Чонде: З темою «інновації та підприємництво» він спрямований на побудову освітньої спільноти «відстоювання моралі та навчання, цивілізації та гармонії», а також навчання високоякісних талантів зі свідомістю інновацій та підприємництва. Житловий коледж Сіхе: Маючи темою «Традиційну культуру», він навчає своїх студентів стати поширювачами чудової традиційної культури та доброчесними джентльменами в нашій країні етикету та пріоритету.

Ключові слова: *система коледжів-інтернатів, управління навчанням студентів, інновації та практичне застосування.*

Дата надходження до редакції: 06.03.2023 р.

УДК 339.727.6
JEL G11, G15, G21, G23, G32

ВПРОВАДЖЕННЯ ЗАСТАВНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ НА ФІНАНСОВОМУ РИНКУ УКРАЇНИ

Білоус Костянтин Ігорович
аспірант кафедри фінансового менеджменту та фондового ринку
Одеський національний економічний університет
ORCID: 0000-0002-2891-3640
kbilous@kse.org.ua

У статті досліджено сучасний стан управління заставою в правовому середовищі України та запропоновано законодавчі зміни для покращення інфраструктури ринку деривативів. Дослідження має на меті оцінити правову базу Законів України та нормативно-правові акти Національного банку України щодо впровадження механізмів управління заставою в українському законодавстві з метою забезпечення безпеки та доступності ринку. З огляду на інтеграцію України до світових фінансових ринків, прозора правова база для управління заставою має критичне значення для стабільності ринку. У роботі проаналізовано особливості управління заставою в Україні, досліджено останні законодавчі зміни та ініціативи щодо підвищення прозорості та стабільності ринку. Засновуючись на міжнародних стандартах, запропоновано законодавчі зміни для зміцнення правової інфраструктури управління заставою на ринку деривативів. Впровадження надійної правової рамки та механізмів, таких як заставний менеджмент та центральний кліринг, є важливим для забезпечення прозорості ринку, зменшення системних ризиків та підвищення довіри інвесторів. У статті наголошено на важливості впровадження найкращих міжнародних практик для сталої системи управління заставою в Україні, посилаючись на дослідження експертів у сфері фінансових ринків, управління заставою та правового регулювання. Аналіз наукової літератури виявляє проблеми та недоліки управління заставою в Україні та на глобальному рівні, оцінюючи їх вплив на стабільність та прозорість фінансового ринку. Дослідження акцентує увагу на потенційних перевагах введення центрального клірингового дому для операцій з деривативами в Україні. Центральна контрагент виступав б як посередник у деривативних угодах, вимагаючи від сторін розміщення застави з метою мінімізації ризику окремих контрагентів та забезпечення стабільності ринку. В результаті, впровадження механізмів управління заставою в Україні є важливим для розвитку зрілого фінансового ринку. Таким чином, рекомендовано внести законодавчі зміни та включити механізми управління заставою в українське законодавство для досягнення цієї мет з приведення фінансового ринку України у відповідність з європейськими стандартами та забезпечення майбутнього фінансового сектора.

Ключові слова: *управління заставою, фінансовий ринок, ринок деривативів, правова база, центральний кліринг.*

DOI: https://doi.org/10.32782/bsnau.2023.2.3

Постановка проблеми у загальному вигляді. Інтеграція України до глобальних фінансових ринків – важливий крок на шляху країни до її фінансової незалежності та загальної євроінтеграції. Наразі український фінансовий ринок перебуває у процесі занепаду через воєнні дії на території України та різкий економічний спад. У зв'язку з чим важливим кроком до пожвавлення українського фінансового ринку, особливо ринку деривативів, має стати прозора та зрозуміла правова інфраструктура не тільки щодо купівлі/продажу цінних паперів, але і заставного менеджменту, а саме управління заставним портфелем цінних паперів, що передається як забезпечення до похідних цінних паперів.

За останні кілька років український фінансовий ринок зазнав значних змін, що були спричинені потребою в економічних реформах та стійкій регуляції. Однак, попри зусилля з модернізації фінансового сектора, учасники ринку все ще стикаються з викликами у досягненні стабільної та прозорої інфраструктури. Одним з критичних аспектів є встановлення всеосяжної правової інфраструктури для управління заставами, зокрема на ринку деривативів. Управління вартістю заставного портфеля відіграє важливу роль у зменшенні ризиків та поліпшенні стабільності ринку, що стає вигідним для всіх учасників фінансового ринку.

Згідно з даними Національного банку України (НБУ), загальна сума активів українського банківського сектора у 2022 році зросла на 15.2% та склала 2.7 трлн гривень [1]. Однак ринок деривативів в Україні досі залишається нерозвиненим із річним оборотом в лише 5.9 мільярда гривень у 2022 році, що становить майже 0.15% від ВВП України за 2022 рік [2]. Подібний обмежений розмір та масштаб ринку деривативів в Україні можна пояснити кількома факторами, як воєнні дії, відсутність прозорості ринку, обмежений доступ до фінансування та високий рівень фінансових ризиків.

Звіт Світового банку про спрощення ведення бізнесу 2020 року розміщує Україну на 64-му місці зі 190 країн з інтегральною оцінкою в 70.2 бали [3], що підкреслює необхідність подальшого поліпшення регуляторного середовища країни. Зокрема, звіт наголошує на проблемах у забезпеченні кредитів та захисті невеликих інвесторів, які тісно пов'язані з управлінням заставами. До того, дослідження Гриценко Л. та інших [4] наголошують на важливості прозорої та ефективної системи управління заставами на українському фінансовому ринку, стверджуючи, що відсутність всеосяжної правової інфраструктури призводить до збільшення ризиків контрагентів та зниження стабільності ринку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Декілька останніх досліджень акцентують на проблемах, з якими

стикається український фінансовий ринок, зокрема в контексті управління заставами Матцук З. [5] підкреслює важливість прозорої та ефективної системи контролю за деривативами на українському фінансовому ринку. Науковець стверджує, що відсутність всеосяжної правової інфраструктури призводить до збільшення кредитного ризику та зниження стабільності ринку. Подібно до неї, Пивоварський А. та Хаас Р. Де [6] відзначають необхідність оновленої правової регуляції в контексті розвитку фінансового ринку, стверджуючи, що серед низки соціальних та відповідальних інвесторів з'являється значний інтерес до підтримки економічного відновлення України, тому регулятор ринку цінних паперів (НКЦПФР) має надати пріоритет розробці та впровадженню оновлених нормативних актів, що підтримає юридичним захистом цей інтерес потенційних інвесторів [7].

Широко обговорюється в літературі й заставний менеджмент. Так, декілька досліджень наголошують на найкращих практиках та теоретичних основах, а саме Даффі Д. та інші [8] надають детальний аналіз практик управління заставним портфелем, пояснюючи різні типи застав, методи оцінки та оптимізаційні стратегії. Їх робота слугує цінним джерелом для розуміння складності в управлінні заставами, а саме важливості цього управління в зменшенні кредитного ризику та підвищенні стабільності ринку. З іншої сторони, Антінолфі Г. та інші [9] досліджують світові тенденції заставного менеджменту, пропонуючи ідеї щодо впровадження різних методів заставного управління з використанням центрального контрагента (ССР) або двостороннього (білатерального) підходу. Їх дослідження підкреслює важливість впровадження найкращих міжнародних практик для розробки стійкої системи заставного менеджменту, оскільки одного лише впровадження центрального контрагента (ССР) недостатньо через доведену у їх роботі ефективність двостороннього (білатерального) підходу. Доповнюючи іноземних науковців, ми досліджуємо етапи еволюції та регуляції управління заставним портфелем [10], виокремлюючи заставний портфель як об'єкт фінансового управління заставного менеджменту [11] та формуючи загальний алгоритм розрахунку маржинальних викликів [12], що є джерелом для оновлення українського законодавства згідно з міжнародними практиками та європейськими регуляціями.

Є предметом аналізу і чинна правова інфраструктура фінансового ринку в Україні. Так, Возянов К. [13] досліджує розвиток фінансових ринків у центральній та східній Європі, а Драган І. та інші [14] – поточний стан української правової інфраструктури, що регулює торгівлю деривативами, відзначаючи її обмеження та прогалини. Обидва дослідження пропонують декілька змін для вдосконалення правового середовища, включаючи його узгодження з міжнародними стандартами, правилами й регуляціями Євросоюзу та найкращими світовими практиками. Таким чином, дослідники зосереджуються на правових та регуляторних аспектах фінансового регулювання в Україні, наголошуючи на необхідності реформ для зміцнення стабільності ринку та зниження кредитного ризику, як системного, так і індивідуального. З іншої сторони, за висновками Абуселідзе Г. та інших [15] економічний потенціал фондового ринку фінансових деривативів не виникне одночасно лише з одного прийняття оновлених та повних законодавчих актів. Цей потенціал формується поступово як комплекс ринкових можливостей, конкурентних переваг, засобів та джерел розвитку фондових бірж. Іншими словами, формування економічного потенціалу фондового ринку похідних фінансових інструментів передбачає здійснення комплексу узгоджених організаційно-економічних перетворень, які здійснюються за активної підтримки органів, що контролюють.

Формування цілей статті. Метою дослідження є, засновуючись на розгляді чинних Законів України та постанов Національного Банку України, узагальнити сучасний статус заставного управління у правовому середовищі України.

Опираючись на міжнародні стандарти та теоретичні основи, запропонувати законодавчі зміни для поліпшення інфраструктури українського ринку деривативів та забезпечення його повним, безпечним та доступним набором правил для всіх учасників ринку шляхом встановлення механізмів управління заставами в українському законодавстві.

Методи дослідження. У написанні роботи було використано структурний та системні підходи. У статті використовуються методи аналізу наукової літератури, теоретичної та юридичної бази, що дозволяють оцінити поточний стан українського фінансового ринку, визначити його проблеми та виклики, зокрема у контексті управління заставами. Також використовується метод синтезу для розробки пропозицій законодавчих змін та рекомендацій щодо впровадження механізмів управління заставами в українському законодавстві.

Теоретичним підґрунтям статті виступили дослідження та публікації провідних науковців та експертів у галузі фінансових ринків, управління заставами та юридичного регулювання. Аналіз наукової літератури допомагає сформувати розуміння проблем та недоліків у сфері управління заставами в Україні та світовому контексті. Вивчення теоретичної бази надає можливість охопити основні поняття та принципи управління заставами, а також оцінити їх значення для стабільності та прозорості фінансового ринку. Стаття опирається на дані Національного банку України [1] та Національної комісії з цінних паперів та фондового ринку [2] для аналізу сучасного стану фінансового ринку України. Важливим джерелом інформації також виступає звіт Світового банку про спрощення ведення бізнесу [3], дослідження вітчизняних та міжнародних науковців щодо розвитку фінансових ринків, управління заставами, юридичних аспектів та глобальних викликів.

Юридична база дослідження включає аналіз чинного законодавства України щодо управління заставами. Аналіз українського законодавства здійснюється на основі законів «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України» [16], «Про ринки капіталу та організовані товарні ринки» [17] та «Про заставу» [18]. Окремі дослідження допомагають розкрити особливості заставного менеджменту та його регуляції в Україні.

Результати дослідження. Впровадження управління забезпеченням в Україні вимагає детального регулювання та чітко розробленого механізму керування заставами [15]. Станом на 2023 рік фінансовий ринок України досі знаходиться на етапі формування, з метою встановлення європейських стандартів, проте перспективи впровадження заставного менеджменту та законодавства про деривативи в Україні мають позитивну тенденцію незважаючи навіть на воєнний стан [6]. Одним із ключових недоліків недорозвиненого фінансового ринку є відсутність міцної законодавчої основи, яка перешкоджає гармонійному розвитку фінансових інструментів та механізмів заставного менеджменту на фінансовому ринку України. Хоча й існують нормативні акти стосовно операцій з деривативами, вони недостатньо повні, щоб задовольняти специфічні вимоги механізму керування заставним портфелем [7]. Ця юридична недорозвинутись становить суттєву перешкоду для розвитку ринку деривативів в Україні, оскільки через це інвестори не мають достатнього юридичного захисту на фінансовому ринку [4].

Загалом, юридичне впорядкування заставного менеджменту має позитивну тенденцію. Наприклад, у 2020 році Верховна Рада України прийняла Закон України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо спрощення залучення інвестицій та запровадження нових фінансових інструментів» [16], який вносить зміни до Закону України «Про ринки капіталу та організовані товарні ринки» [17] та Закон України «Про заставу» [18].

Відповідно до оновленої версії Закону України «Про ринки капіталу та організовані товарні ринки» у статті 2 «заставодавець» чітко визначений як «особа, яка надає забезпечення, – особа, яка виступає поручителем, гарантом або заставодавцем з метою забезпечення виконання зобов'язань за цінними паперами» [17]. У цій же статті закону представлені терміни «кліринг» та «неттінг» – процеси, які, разом з Правилами стосовно неочищеної маржі та впровадження системи центральних клірингів, суттєво впливають на розвиток заставного менеджменту у світі [10].

Також, позитивною зміною є те, що термін «застава» у статті 1 Закону України «Про заставу» не обмежується виключно іпотечним забезпеченням, а може також використовуватися в рамках різних кредитних відносин, а саме, що застава – «спосіб забезпечення зобов'язань, якщо інше не встановлено законом» [18], і вже у наступному пункті описується функціональний сенс застави, що «через заставу кредитор (заставодержатель) має право в разі невиконання боржником (заставодавцем) забезпеченого заставою зобов'язання або в інших випадках, встановлених законом, одержати задоволення з вартості заставленого майна переважно перед іншими кредиторами» [18].

Застава не тільки виступає об'єктом іпотечного забезпечення, але й може бути застосована в рамках усіх видів кредитних відносин [11]. Зокрема, відповідно до статті 3 Закону України «Про заставу», вимоги до застави можуть стосуватися будь-яких вимог, у тому числі фінансових, а саме: «заставою може бути забезпечена будь-яка дійсна чинний вимога або вимога, яка може виникнути в майбутньому, що не суперечить законодавству України, зокрема така, що випливає з договору позики, кредиту, купівлі-продажу, оренди, перевезення вантажу тощо» [18]. Крім того, значущою особливістю застави з погляду її природи є пункт 3 цієї статті, згідно з яким «застава має похідний характер від забезпеченого нею зобов'язання», а не навпаки, тобто відображає похідний характер зобов'язань щодо забезпечення при торгівлі деривативами.

Важливим доповненням до Закону України «Про заставу» є включення статті 551 до Закону України «Про заставу» [18], де йдеться про заставу із портфеля обігових фінансових інструментів, а саме:

«При заставі фінансових інструментів в обігу заставодавець зберігає за собою право володіти, користуватися та розпоряджатися предметом застави без збереження застави, якщо договором не передбачено інше.

У разі відчуження (заміни сторін) заставлених фінансових інструментів в обігу заставодавець зобов'язаний замінити їх іншими фінансовими інструментами, які відповідають зазначеним у договорі застави вимогам, до дня виконання основного зобов'язання. Відступлення від зазначених у договорі застави вимог до предмета застави в обігу, у тому числі зменшення кількості та сукупної номінальної вартості фінансових інструментів, допускається виключно за згодою заставодержателя.

Якщо у день виконання основного зобов'язання кількість та сукупна номінальна вартість заставлених фінансових інструментів у власності заставодавця внаслідок дій заставодавця, передбачених частиною другою цієї статті, не відповідають вимогам договору із заставодержателем, останній може замінити предмет застави на інші фінансові інструменти, валюту чи банківські метали заставодавця. Ринкова вартість такого нового предмета застави не повинна бути меншою, за обґрунтованою оцінкою заставодержателя, вартості первинного предмета застави. Заставодержатель повинен надіслати повідомлення про свій вибір заставодавцю та усім причетним учасникам ринку, відповідальним за облік прав власності на відповідні активи. Заміна предмета застави набирає чинності з дня, наступного за днем надсилання заставодержателем такого повідомлення».

Цей додаток є першим законодавчим визначенням управління заставою, який регулює процес заміни одних цінних паперів іншими. Проте, на жаль, даний додаток не розглядає інші поширені механізми реагування на суттєві зміни складу заставного портфеля цінних паперів, зокрема, механізми розв'язання проблем з маржинальними викликами [12].

Безумовно, в юридичній практиці діє положення «Про провадження депозитарної й клірингової діяльності та забезпечення здійснення розрахунків за правочинами щодо цінних паперів Національним банком України» [19]. Проте, воно нормує виключно кастодіальну (операційну) частину передачі цінних паперів як заставу та не встановлює механізмів реагування сторін на істотні цінові коливання вартості заставного портфеля переданих у забезпечення цінних паперів. Для розв'язання цього питання уряд України повинен розглянути можливість розробки

додаткової правової бази для управління заставами в операціях з деривативами [12]. Таке розширення може сприяти збільшенню прозорості ринку деривативів.

Ці цілі можуть бути досягнуті введенням централізованої системи звітності щодо операцій з деривативами, яка дозволить регуляторам контролювати ринкову активність та оперативно виявляти потенційні проблеми [9]. Додатково, впровадження центральної розрахункової палати (центральний контрагент, центральний кліринг, CCP) для операцій з деривативами в Україні сприяло б поліпшенню практик управління заставами на централізованому рівні [10]. Центральний контрагент виступав би як посередник у справах з деривативами, вимагаючи від учасників розміщення застави з метою зниження індивідуального ризику контрагентів. На додаток, введення центрального контрагента сприяло б упорядкуванню відповідного забезпечення у випадку дефолту окремого контрагента та зниженню системного ризику на фінансовому ринку загалом [13].

Висновки. Отже, навіть в умовах війни, ринок деривативів в Україні розвивається, але це зростання супроводжується потребою в покращенні регулювання та управління заставою на центральному рівні. Важливими кроками, які можна зробити для покращення перспектив операцій з деривативами в Україні, – є впровадження надійної законодавчої бази для управління заставою, підвищення прозорості на ринку деривативів і розвиток центрального клірингу. Реалізація цих заходів сприятиме тому, щоб український ринок деривативів буде повнішим, безпечним та доступним для всіх його учасників.

Впровадження управління заставами в Україні є необхідним кроком для розвитку зрілого фінансового ринку. Хоча відбулися позитивні правові розвитки, такі як прийняття нових законів та внесення змін, потрібне подальше регуляторне вдосконалення для забезпечення всеосяжної інфраструктури управління заставами на ринку деривативів. Зміцнення правової інфраструктури та впровадження механізмів, таких як вимоги щодо маржі та центральний кліринг, збільшить прозорість, зменшить системні ризики та сприятиме довірі інвесторів до українського фінансового ринку. У міру того, як країна рухається вперед, навіть у складні часи, ці зусилля будуть критично важливими для приведення фінансового ринку України у відповідність із європейськими стандартами та забезпечення безпечного майбутнього для її фінансового сектору.

Список використаної літератури:

1. National Bank of Ukraine. Banking Sector Review (August 2022). 2022. URL: https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/Banking_Sector_Review_2022-08_eng.pdf?v=4 (дата звернення: 20.04.2023).
2. Національна комісія з цінних паперів та фондового ринку. Інформаційна довідка щодо розвитку фондового ринку України протягом січня-грудня 2022. 2023. URL: https://www.nssmc.gov.ua/wp-content/themes/velocity/img/icon/icon-doc.png (дата звернення: 20.04.2023).
3. World Bank Group. Doing Business. Economy profile – Ukraine. 2020. URL: https://www.doingbusiness.org/content/dam/doingBusiness/country/u/ukraine/UKR.pdf (дата звернення: 20.04.2023).
4. Hrytsenko L., Zakharkina L., Zakharkin O., Novikov V., Chukhno R. The impact of digital transformations on the transparency of financial-economic relations and financial security of Ukraine. *Financial and credit activity problems of theory and practice*. 2022. Вип. 3. № 44. С. 167–175. DOI: https://doi.org/10.55643/fcaptp.3.44.2022.3767
5. Matsuk Z. Global trends and challenges in the securities market in Ukraine. *International Economic Policy*. 2020. № 1-2 (32-33). С. 156–177. DOI: https://doi.org/10.33111/iep.2020.32_33.07_eng
6. Pivovarsky A., Haas R. De. The future of finance in post-war Ukraine. 2023. URL: https://cepr.org/voxeu/columns/future-finance-post-war-ukraine (дата звернення: 20.04.2023).
7. Haas R. de. The Dark and the Bright Side of Global Banking: A (Somewhat) Cautionary Tale Available at: Emerging Europe. *Global Banking Crises and Emerging Markets*. London : Palgrave Macmillan UK, 2016. С. 9–21. DOI: https://doi.org/10.1007/978-1-137-56905-9_2
8. Duffie D., Scheicher M., Vuillemey G. Central clearing and collateral demand. 2015. DOI: https://doi.org/10.1016/j.jfineco.2014.12.006
9. Antinolfi G., Carapella F., Carli F. Transparency and collateral: Central versus bilateral clearing. *Theoretical Economics*. 2022. Вип. 17. № 1. С. 185–217. DOI: https://doi.org/10.3982/TE3893
10. Білоус К. І. Еволюція формування та регуляція заставного менеджменту як окремої сфери фінансового управління. *Вісник Одеського національного університету. Економіка*. 2020. Вип. 25. № 3(82). С. 96–103. DOI: https://doi.org/10.32782/2304-0920/3-82-15
11. Білоус К. І. Заставний портфель цінних паперів як об'єкт фінансового управління. *Науковий вісник Одеського національного економічного університету*. 2021. Вип. 1–2. № 278–279. С. 19–23. DOI: https://doi.org/10.32680/2409-9260-2021-1-2-278-279-19-23
12. Білоус К. І. Особливості розрахунку маржинальних викликів. *Збірник наукових праць «Вчені записки»*. 2022. № 28 (3). С. 37–45. DOI: https://doi.org/10.33111/vz_kneu.28.22.03.04.026.032
13. Vozianov K. Main trends of derivatives' market development in central and Eastern Europe. *Baltic Journal of Economic Studies*. 2015. Vol. 1. No. 1. P. 55–61. DOI: https://doi.org/10.30525/2256-0742/2015-1-1-55-61
14. Dragan I., Liakhovych G., Inozemtseva O., Marushchyn Y., Lyakhovych U. Legal aspects of reforming public management of financial and economic security in Ukraine in the context of European integration. *Financial and credit activity problems of theory and practice*. 2023. Вип. 1. № 48. С. 326–334. DOI: https://doi.org/10.55643/fcaptp.1.48.2023.3961
15. Abuselidze G., Reznik N., Slobodianyk A., Prokhorova V. Global Financial Derivatives Market Development and Trading on the Example of Ukraine. *SHS Web of Conferences*. 2020. Вип. 74. P. 05001. DOI: https://doi.org/10.1051/shsconf/20207405001

16. Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо спрощення залучення інвестицій та запровадження нових фінансових інструментів : Закон України від 19.06.2020 р. № 738-IX : станом на 19.06.2022 р. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/738-20#Text (дата звернення: 20.04.2023).

17. Про ринки капіталу та організовані товарні ринки : Закон України від 23.02.2006 р. № 3480-IV: станом на 03.01.2023 р. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3480-15#Text (дата звернення: 20.04.2023).

18. Про заставу : Закон України від 02.10.1992 р. № 2654-XII. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2654-12#Text (дата звернення: 20.04.2023).

19. Про затвердження Положення про провадження депозитарної і клірингової діяльності та забезпечення здійснення розрахунків за правочинами щодо цінних паперів Національним банком України : Постанова Національного банку України від 21.12.2017 № 140: станом на 06.12.2022 р. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v0140500-17#Text (дата звернення: 20.04.2023).

References:

1. National Bank of Ukraine (2022) Banking Sector Review (August 2022). National Bank of Ukraine. Available at: https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/Banking_Sector_Review_2022-08_eng.pdf?v=4 (accessed April 20, 2023).

2. National Securities and Stock Market Commission (2023) Informational reference on the development of the stock market of Ukraine during January-December 2022. Available at: https://www.nssmc.gov.ua/wp-content/uploads/2023/03/informatsiina_dovidka_shchodo_rozvytku_fondovoho_rynku_ukra_sichen_hruden_2022.docx (accessed April 20, 2023).

3. World Bank Group (2020) Doing Business. Economy profile – Ukraine. World Bank Group. Available at: https://www.doingbusiness.org/content/dam/doingBusiness/country/u/ukraine/UKR.pdf (accessed April 20, 2023).

4. Hrytsenko, L., Zakharkina, L., Zakharkin, O., Novikov, V., & Chukhno, R. (2022) The impact of digital transformations on the transparency of financial-economic relations and financial security of Ukraine. *Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice*, no. 3(44), pp. 167–175. DOI: https://doi.org/10.55643/fcaptp.3.44.2022.3767

5. Matsuk, Z. (2020) Global trends and challenges in the securities market in Ukraine. *International Economic Policy*, no. 1-2 (32-33), pp. 156–177. DOI: https://doi.org/10.33111/iep.2020.32_33.07_eng

6. Pivovarsky, A., & Haas, R. De. (2023) The future of finance in post-war Ukraine. CERP. Available at: https://cepr.org/voxeu/columns/future-finance-post-war-ukraine (accessed April 20, 2023).

7. De Haas, R. (2016) The Dark and the Bright Side of Global Banking: A (Somewhat) Cautionary Tale Available at: Emerging Europe. In Global Banking Crises and Emerging Markets. London: Palgrave Macmillan UK, pp. 9–21. DOI: https://doi.org/10.1007/978-1-137-56905-9_2

8. Duffie, D., Scheicher, M., & Vuillemey, G. (2015) Central clearing and collateral demand. *In Journal of Financial Economics*, vol. 116, issue 2, pp. 237–256. DOI: https://doi.org/10.1016/j.jfineco.2014.12.006

9. Antinolfi, G., Carapella, F., & Carli, F. (2022) Transparency and collateral: Central versus bilateral clearing. *Theoretical Economics*, no. 17(1), pp. 185–217. DOI: https://doi.org/10.3982/TE3893

10. Bilous, K.I. (2020) Formation and Regulation of Collateral Management as a Particular Sphere of Financial Management. *Odessa National University Herald. Economy*, vol. 25, no. 3(82), pp. 96–103. DOI: https://doi.org/10.32782/2304-0920/3-82-15

11. Bilous, K. (2021) Collateral security portfolio as an object of financial management. *Scientific Bulletin of the Odessa National Economic University*, vol. 1–2, no. 278–279, pp. 19–23. DOI: https://doi.org/10.32680/2409-9260-2021-1-2-278-279-19-23

12. Bilous, K.I. (2022) Features of the margin calls calculation. *Collection of Scientific Papers "Scientific Notes"*, no. 28 (3), pp. 37–45. DOI: https://doi.org/10.33111/vz_kneu.28.22.03.04.026.032

13. Vozianov, K. (2015) Main trends of derivatives' market development in central and Eastern Europe. *Baltic Journal of Economic Studies,* vol. 1, no. 1, pp. 55–61. DOI: https://doi.org/10.30525/2256-0742/2015-1-1-55-61

14. Dragan, I., Liakhovych, G., Inozemtseva, O., Marushchyn, Y., & Lyakhovych, U. (2023) Legal aspects of reforming public management of financial and economic security in Ukraine in the context of European integration. *Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice,* no. 1(48), pp. 326–334. DOI: https://doi.org/10.55643/fcaptp.1.48.2023.3961

15. Abuselidze, G., Reznik, N., Slobodianyk, A., & Prokhorova, V. (2020) Global Financial Derivatives Market Development and Trading on the Example of Ukraine. *SHS Web of Conferences*, no. 74, p. 05001. DOI: https://doi.org/10.1051/shsconf/20207405001

16. On amendments to some legislative acts of Ukraine regarding the simplification of investment attraction and the introduction of new financial instruments: Law of Ukraine dated June 19, 2020, no. 738-IX (2022). Available at: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/738-20#Text (accessed April 20, 2023).

17. On capital markets and organized commodity markets: Law of Ukraine dated February 23, 2006, no. 3480-IV (2023). Available at: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3480-15#Text (accessed April 20, 2023).

18. On pledge: Law of Ukraine dated October 2, 1992, no. 2654-XII. Available at: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2654-12#Text (accessed April 20, 2023).

19. On the approval of the Regulation on the implementation of depository and clearing activities and ensuring the settlement of securities transactions by the National Bank of Ukraine: Resolution of the National Bank of Ukraine dated December 21, 2017, no. 140 (2022). Available at: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v0140500-17#Text (accessed April 20, 2023).

Kostiantyn Bilous, *Ph.D. Student, Odesa National Economic University*

IMPLEMENTATION OF COLLATERAL MANAGEMENT IN THE FINANCIAL MARKET OF UKRAINE

This article investigates the current state of collateral management in Ukraine's legal environment and suggests legislative changes to improve the derivatives market infrastructure. The study aims to assess the legal framework and National Bank of Ukraine regulations to establish collateral management mechanisms in Ukrainian legislation, making the market safer and more accessible. As Ukraine integrates into global financial markets, a transparent legal framework for collateral management is crucial for market stability. This study analyzes Ukraine's collateral management, exploring recent legislative changes and initiatives to improve market transparency and stability. Based on international standards, the article proposes legislative changes to strengthen the legal infrastructure for collateral management in the derivatives market. Implementing a reliable legal framework and mechanisms like margin requirements and central clearing is essential to enhance market transparency, reduce systemic risks, and boost investor confidence. The article highlights the importance of adopting international best practices for a sustainable collateral management system in Ukraine, citing research Available at: experts in financial markets, collateral management, and legal regulation. Analyzing scientific literature reveals problems and shortcomings in collateral management in Ukraine and globally, assessing their impact on financial market stability and transparency. This study emphasizes the potential benefits of introducing a central clearinghouse (central counterparty, central clearing, CCP) for derivatives operations in Ukraine. The central counterparty would serve as an intermediary in derivatives transactions, requiring parties to post collateral to minimize individual counterparty risk and enhance market stability. In conclusion, implementing collateral management mechanisms in Ukraine is essential for developing a mature financial market. Therefore, this study recommends legislative changes and incorporating collateral management mechanisms in Ukrainian legislation to achieve these objectives, aligning Ukraine's financial market with European standards and securing its financial sector's future.

Key words: *collateral management, financial market, derivatives market, legal framework, central clearing.*

Дата надходження до редакції: 23.04.2023 р.

ФІНАНСОВИЙ МЕХАНІЗМ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ

УДК 336
JEL L32, G12, F38

МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО АНАЛІЗУ ФОРМУВАННЯ ТА ЕФЕКТИВНОГО ВИКОРИСТАННЯ АКТИВІВ У РАМКАХ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ ТА РИЗИКУ

Гєєнко Михайло Миколайович
кандидат економічних наук, професор
Сумський національний аграрний університет
ORCID: 0000-0002-3249-1030
mykhaylo.heyenko@snau.edu.ua

Омеляненко Денис Олегович
аспірант кафедри фінансів, банківської справи та страхування
Сумський національний аграрний університет
ORCID: 0000-0002-3836-7962
denis0707995280@gmail.com

Стаття присвячена узагальненню методичних підходів з приводу управління активами підприємств та практичним рекомендаціям щодо покращення та адаптації системи управління активами в умовах ризику та невизначеності. У сучаних умовах та при ринковій економіці майже всі підприємства або компанії мають на меті в ритмічне та стабільне функціонування. Сучасні умови госпаодарювання можна визначити як такі, що відмуваються під час значного ризику та невизначеності. Для досягення певних вагомих результатів у фінансово-господарській діяльності підприємств потрібна чітко сформована та економічно доцільна фінансова політика управління активами в таких умовах. У зв'язку з цим важливим завданням для забезпечення розвитку впідприємств є здійснення ефективної політики управління активами підприємствав умовах невизначеності та ризику. У статті розглянуті мета та процеси створення активів підприємства. Досліджені показники стану та ефективності дебіторської заборгованості та методи їх обчилень. Надано показники стану та ефективності використання грошових активів та вказана їх розрахункова методика. Розглянуто комплексний підхід до аналізу активів та сучаних методик їх коректного відображення. Висвітлено праці науковців останніх років, що присвячені управлінню активами, проблема управління активами залишається досить складною в системі управління фінансами підприємств. Методика дослідника в основному зводиться до вибору методів, принципів, функцій, завдань і механізмів управління фінансами підприємства. Доведено, що ключову роль у реалізації стратегії підприємства займають проблеми достатності активів. Показано механізми їх планування та поповнення, проведено аналіз ефективності їх використання. При цьому висвітелно актуальні питання визначення сутності активів підприємства з метою їх правильного відображення у фінансовій звітності та ефективного управління ними для забезпечення сталого розвитку. Відображено, що активи підприємства являють собою досить складну економічну категорію. У такій формі переплітається значно більшість певних практичних та теоретичних аспектів. Серед них важливими є організація ефективного управління активами підприємств. Такі методи дозволять більш точно та грунтовно досліджувати та ефекто управляти активами підприємств в умовах невизначеності та ризику.

Ключові слова: *підприємство, активи, методи, фінансова діяльність, фінансова політика, основні засоби, оборотні кошти, методтичні підходи.*

DOI: https://doi.org/10.32782/bsnau.2023.2.4

Постановка проблеми у загальному вигляді. Основою забезпечення стабільного функціонування підприємств є зростання їхньої прибутковості, конкурентоспроможності, платоспроможності та ринкової цінності. Ці основні індикатори здатності підприємства до розвитку безпосередньо залежать від взаємоузгодженої та взаємопов'язаної діяльності усіх підрозділів підприємства, ефективність їх взаємодії може бути досягнута шляхом формування та застосування в практиці господарювання системи економічного управління підприємством.

Управління активами повинно відповідати певним вимогам, що накладають відбиток на саме управління і повинні обов'язково виконуватись на кожному етапі. Таким чином аналіз методичних підходів до аналізу активів підприємств дозвоить більш точніше виконати та дослідити їх ефективне використання.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Наукова спільнота має велику кількість авторитетних фахівців, таких як І. О. Бланк, С. В. Калабухова, А. М. Ковальова, М. Р. Ковбасюк, І. Д. Лученок, І. М. Рєпіна, Є. С. Стоянова та ряд інших. Незважаючи на обширні дослідження в економічній літературі, деякі теоретичні та практичні невизначеності все ще бентежать експертів. Оцінка активів компанії в умовах ризику та невизначеності є темою, яка привернула значну увагу. Проте чіткого та комплексного алгоритму оцінки дій у цьому напрямку немає. Основну

увагу дослідники зосереджують на методичних підходах до аналізу окремих складових активів підприємства, зокрема, оборотних і необоротних активів, а точніше – основних засобів.

Формування цілей статті. Основним завданням дослідження є напрацювання та виявлення релевантних методик до аналізу використання та управління активами підприємств в умовах невизначеності та ризику.

Методи дослідження. Для вирішення поставленої задачі використовуються наступні методи наукового дослідження: наукового абстрагування та логічного узагальнення (при розробці класифікаційної та концептуальної дослідницької апаратури). Використано метод структурних факторів та порівняльного аналізу для класифікації активів та структурних ознак і факторів їх фінансування. Використано методи аналізу ієрархій, а саме при розробці рекомендацій щодо побудови моделей управління активами.

Резуьтати дослідження. Активи компанії можна простежити за трьома різними етапами її розвитку, кожна з яких відповідає окремій фазі її життєвого циклу.

Створення нового підприємства є вирішальним етапом у створенні активів, особливо для великих підприємств. Активи, сформовані на цьому етапі, визначають початкові вимоги до капіталу, потенціал отримання прибутку, оборотність активів, рівень ліквідності та інші відповідні фактори.

Еволюцію активів компанії можна розглядати як безперервний процес розвитку, починаючи з розширення, реконструкції та модернізації діючого підприємства. Ця фаза узгоджується зі стратегічними цілями зростання, з урахуванням інвестиційних ресурсів та їх ефективним залученням. Цей ключовий етап суттєво сприяє життєвому циклу організації.

Розширення підприємства може проявлятися у створенні нових філій, філій або інших структурних підрозділів. Компанія може створити ці нові підрозділи шляхом будівництва з нуля або шляхом придбання вже існуючого набору активів у формі повністю розробленого майнового комплексу. [3]

Щоб забезпечити безперебійне функціонування організації в довгостроковій перспективі, процес формування її активів має бути продуманим. Основною метою накопичення активів компанії є визначення та задоволення потреб у різних типах активів для полегшення операційних процесів. Крім того, оптимізація їх складу необхідна для забезпечення необхідних умов для ефективної господарської діяльності.

Мета створення корпоративних активів досягається шляхом дотримання наступних принципів [4]:

1. Враховуючи найближчі перспективи операційного зростання та можливості для диверсифікації.

2. Гарантування відповідності між кількістю та складом створених активів та кількістю та складом виробленої та реалізованої продукції.

3. Гарантування ідеального складу активів, що оптимізує ефективність господарської діяльності.

4. Сприяння швидкому обігу активів під час їх використання шляхом створення сприятливих умов.

5. Вибір активів, які сприяють зростанню ринкової вартості підприємства, має вирішальне значення для забезпечення прогресу.

Характеристика такої мети зображена на рис. 1.

Нижче наведено підсумок основних принципів. Сутність цих принципів полягає у наступному.

1. Розглядаючи потенціал зростання в найближчій перспективі та засоби диверсифікації операційної діяльності.

Під час становлення компанії основним пріоритетом є розвиток її операційної діяльності, що диктує формування її активів. Однак дуже важливо вибрати правильну ринкову нішу протягом початкового життєвого циклу компанії, щоб забезпечити високі темпи зростання. Тому важливо мати на увазі, що активи, розроблені на ранніх стадіях, повинні дозволити потенційне зростання та диверсифікацію пропозицій продуктів у найближчому майбутньому.

2. Гарантування відповідності між створенням активів як за обсягом і складом, так і виробництвом і реалізацією продукції.

Формуючи бізнес-стратегію для запуску стартапу, важливо ретельно оцінити необхідні активи [6]. Такий підхід гарантував би дотримання встановлених вимог.

Активи нещодавно створеного підприємства мають декілька унікальних характеристик, а саме: на ранніх стадіях діяльності підприємства необоротні активи зазвичай не складаються з довгострокових фінансових інвестицій. Такі інвестиції, як правило, формуються на пізніших етапах у рамках поточної інвестиційної діяльності.

На початковому етапі формування підприємства дебіторська заборгованість становить незначну частину оборотних активів, оскільки бізнес-операції ще не розпочалися. Короткострокові фінансові інвестиції також зведені до мінімуму, у багатьох випадках взагалі відсутні.

Визначаючи необхідні активи для новоствореного бізнесу, дуже важливо класифікувати їх за типом. До таких категорій належать основні засоби, нематеріальні активи, запаси ТМЦ, грошові активи та інші види активів.

Різні групи розраховують потребу в капітальних активах окремо.

а) споруди та конструкції, пов'язані з виробництвом або виробництвом

б) машини та обладнання, що використовуються під час виробничого процесу;

в) машини та обладнання, задіяні в нагляді за виконанням операційних завдань.

Початковий крок передбачає визначення конкретного обладнання та обладнання, необхідних для виробничого процесу. Потім для розрахунку цієї вимоги використовується формула, викладена таким чином:

$$Пу = \frac{ОВхВо}{Пре} + ВУ \ , \qquad (1)$$

Пу – потреба у виробничому устаткуванні конкретного виду;

ОВ – плановий обсяг виробництва продукції, що потребує використання даного виду устаткування;

ПРе – експлуатаційна продуктивність даного виду устаткування (нормативний обсяг виробництва продукції з розрахунку на одиницю устаткування);

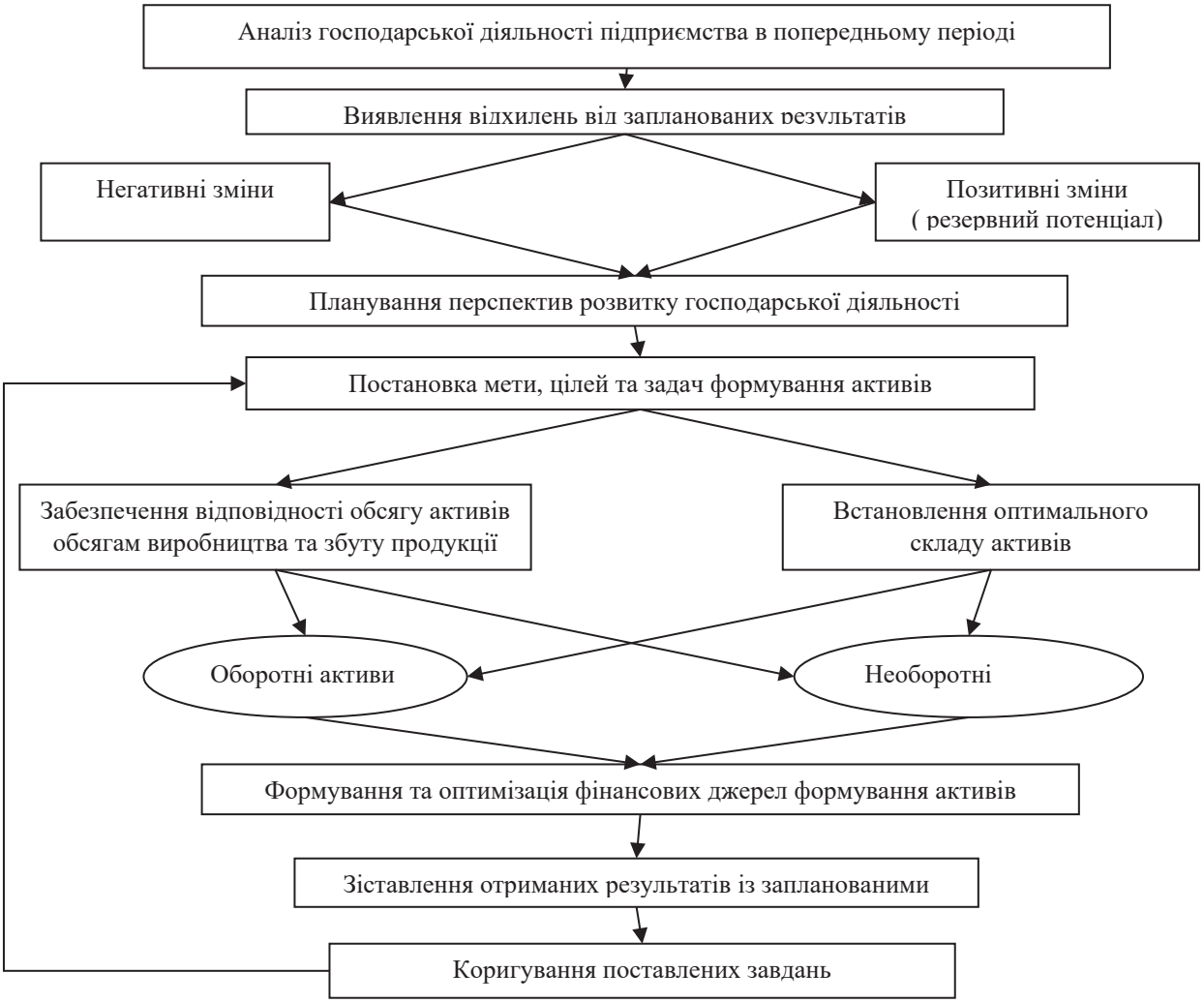

Рисунок 1 – Організація процесу формування активів на підприємстві

Джерело: [5]

Во – вартість одиниці цього виду устаткування;

ВУ – вартість установки даного виду устаткування.

Під час другого етапу виконується ретельна оцінка операційних потреб, щоб визначити конкретні машини та обладнання, необхідні для управлінської діяльності. Це включає різні предмети, такі як офісні меблі, електронні комп'ютери, комунікаційні пристрої тощо.

Третій крок передбачає визначення необхідності будівництва приміщень, які безпосередньо сприяють виробничому процесу, а також забезпечення розміщення адміністративного персоналу.

Необхідність нематеріальних активів залежить від технології, яка використовується під час виконання операційних процедур [7].

Оцінюючи вартість необоротних активів для бізнесу, важливо враховувати спосіб їх придбання, наприклад придбання права власності або через фінансову чи оперативну оренду.

Запаси ТМЦ диференціюються за їх видами для розрахунку необхідних обсягів:

а) потреба в оперативних коштах, які передбачаються для придбання запасів основних і другорядних ресурсів.

б) промислові підприємства потребують оборотних коштів для фінансування своїх запасів готової продукції.

в) потреба в оборотних коштах забезпечується запасами товарів, але в першу чергу це стосується підприємств торгівлі.

Щоб визначити оборотні кошти, необхідні для утримання запасів ТМЦ, їх щоденну витрату потрібно помножити на норму запасу в днях. Різні підприємства встановлюють власні норми цих запасів, виходячи зі своєї унікальної економічної діяльності та галузевих особливостей. Для новостворених підприємств ці норми зазвичай включаються як частина загальних показників бізнес-плану [8].

Для розрахунку необхідних грошових коштів враховуються майбутні витрати на різні види діяльності, такі як оплата праці (без нарахувань), авансові та податкові платежі, маркетингові витрати (наприклад, реклама), комунальні послуги тощо. Для стартапів необхідні грошові активи визначаються шляхом визначення типів платежів на наступні три місяці. З часом і початком інфляції норми грошових активів зазвичай зменшуються під час звичайної економічної діяльності.

Щоб визначити необхідну кількість інших активів, використовується метод прямого розрахунку, адаптований до окремих типів активів і закодований за допомогою специфічних для підприємства ознак. Цей розрахунок проводиться окремо для необоротних і оборотних активів.

Для визначення потреби новоствореного підприємства проводиться оцінка потреби в необоротних і оборотних активах. Непоточні потреби розраховуються шляхом об'єднання потреби в основних засобах, нематеріальних активах та інших необоротних активах. Так само поточні потреби встановлюються шляхом агрегування потреб у запасах товарних цінностей, грошових активів та інших видів оборотних активів.

Визначення необхідних активів для нового бізнесу нерозривно пов'язане з вибором з різних альтернативних рішень [9].

а) придбання, будівництво або оренда будівель;

б) придбання машин, механізмів і обладнання шляхом оренди або викупу;

в) створення або виснаження запасів товарних цінностей у більшому чи меншому масштабі.

г) закупівля вже існуючих технологічних рішень як нематеріальних активів або їх автономне створення.

Для визначення необхідних грошових активів нового підприємства важливо враховувати формування платоспроможності та розмір грошових активів. Це передбачає розрахунок вимог до активів за трьома потенційними сценаріями:

1) Мінімальна сума активів, необхідна для початку економічного підприємства [8].

2) Необхідна кількість ресурсів для початку господарської діяльності, включаючи задовільні страхові резерви основних видів оборотних коштів, таких як грошові та матеріальні цінності.

3) Оптимальний обсяг активів, необхідний для придбання як матеріальних, так і нематеріальних основних засобів з одночасним створенням достатнього страхового резерву з усіх оборотних активів, необхідних для початкових етапів експлуатації.

Розрахунки передбачають встановлення мінімальної та максимальної потреби в активах, з яких визначається необхідна сума. Максимальна потреба згодом може бути використана для початку фази розширення підприємства.

Перш ніж почати новий бізнес, важливо врахувати законодавчі вимоги щодо створення статутного фонду. Ці вимоги відрізняються залежно від галузі та організаційної структури підприємства, наприклад банків, страхових компаній, інвестиційних фондів, акціонерних товариств або товариств з обмеженою відповідальністю. Відповідно до закону [9] сукупні активи цих суб'єктів господарювання повинні відповідати або перевищувати мінімальний розмір їх статутного фонду.

3. Гарантування ідеальної комбінації активів для найбільш ефективної економічної ефективності.

Оптимізація складу активів компанії спрямована на досягнення двох цілей – забезпечення майбутнього оптимального використання окремих типів активів і підвищення їхнього сукупного потенціалу для отримання операційного прибутку.

Досягнення максимальної ефективності в організації необоротних і оборотних активів залежить від врахування операційної діяльності в галузях, середньої тривалості операційного циклу та оцінки сильних і слабких сторін, пов'язаних із функцією цих активів.

Проведено аналіз маневреності активів для оцінки оптимізації співвідношення оборотних і необоротних активів. Це визначається шляхом розрахунку показника-коефіцієнта за такою формулою:

$$КМа = \frac{ЗА}{А}, \quad (2)$$

КМа – коефіцієнт маневрування активів підприємства;

ЗА – загальна сума всіх сформованих активів підприємства.

4. Створення сприятливих умов для прискорення оборотності активів під час використання [9].

Важливо застосовувати цей принцип, оскільки він має прямий і опосередкований вплив на операційний прибуток компанії. Швидкість, з якою обертаються активи, значно впливає на прибуток бізнесу.

Модель Дюпона показує, що чим швидше обертаються активи, тим більший кінцевий операційний прибуток. Кореляція між прискоренням оборотності активів і прибутком є прямою і пропорційною.

$$\frac{\text{Сума операційного прибутку}}{\text{Вартість операційних активів}} =$$

$$= \text{Коефіцієнт рентабельності реалізації продукції} \times \quad (3)$$

$$\times \text{Коефіцієнт оборотності операційних активів}$$

Наведена модель ілюструє, що операційний прибуток компанії залежить виключно від коефіцієнта оборотності операційних активів, враховуючи постійний обсяг використання та коефіцієнт прибутковості продажів продукції.

Коли оборот активів прискорюється, це призводить до зменшення потреби в цих активах. Це, у свою чергу, спричиняє зменшення розміру операційних активів, тим самим зменшуючи операційні витрати. У результаті операційний прибуток може зрости навіть за інших рівних факторів. Вплив прискорення оборотності активів на операційний прибуток досягається опосередковано шляхом зниження операційних витрат за рахунок зменшення обсягу використовуваних активів.

Для визначення зменшення обсягу операційних активів, що використовується для прискорення оборотності, можна застосувати наступну формулу:

$$Еопа = (ПОАф - ПОФп) \times Оро \quad (4)$$

Еопа – розмір економії суми операційних активів, що досягається в процесі прискорення їх обороту;

ПОАф – період обороту операційних активів підприємства у передплановому періоді, в днях;

ОРо – планований одноденний обсяг реалізації продукції.

5. Вибір найсучасніших типів активів з метою підвищення ринкової вартості підприємства.

Як сучасний ринок засобів і предметів виробництва, так і фінансовий ринок представляють безліч варіантів створення активів підприємства. Вибираючи ці альтернативи, важливо враховувати їх потенціал, універсальність і здатність генерувати прибуток у різних економіч-

них умовах. Ці фактори, у свою чергу, можуть підвищити ринкову вартість підприємства [10].

Оцінюючи активи компанії, не можна ігнорувати переважаючі передумови невизначеності та ризику. Невизначеність означає неадекватну або суперечливу інформацію, яка збільшує можливість помилкових суджень або туманних висновків. Навпаки, ризик передбачає перспективу несприятливих наслідків або втрат, які можуть виникнути в результаті рішень або починань.

Невизначеність і ризик притаманні будь-якому сценарію, і ефективне управління ними може виявитися вирішальним елементом у досягненні бажаних цілей.

Досягнення конкретної мети вимагає структурованого підходу, відомого як методичні підходи. Однак, коли ви зіткнулися з ризиками та невизначеністю, для досягнення успіху можуть знадобитися додаткові дії. Застосування методичних підходів у таких ситуаціях може передбачати такі характеристики:

Рівень невизначеності та ризику має відповідати застосованому методичному підходу. При роботі з умовами високого ризику виправданим є більш складний і ретельний методологічний підхід порівняно з умовами низького ризику.

Застосування аналізу ризиків може полегшити ідентифікацію потенційних небезпек і небезпек, водночас дозволяючи розробити більш ефективні стратегії управління ними.

Для ефективного досягнення поставлених цілей методичні підходи потребують ретельного планування та управління. Невизначені та ризиковані умови можуть вимагати ще більш ретельного планування та управління, щоб забезпечити успіх у застосуванні цих підходів.

У ситуаціях невизначеності та ризику можуть знадобитися різноманітні методологічні підходи. Вони можуть варіюватися від системного підходу до аналітичного підходу і навіть експертного підходу, залежно від обставин.

З огляду на постійно мінливі невизначені та ризиковані умови, вкрай важливо часто переглядати та адаптувати методологічні підходи, щоб забезпечити їхню ефективність. Тому постійне оновлення та коригування є важливими.

Коли ви стикаєтеся з невідомими та потенційними небезпеками, використання систематичних методів може призвести до кращої обґрунтованості суджень. Життєздатним варіантом є проведення аналізу ризиків, під час якого визначаються, оцінюються різні сценарії та розглядається їхній вплив на остаточне рішення.

Висновки. Щоб гарантувати успіх підприємства в найближчі роки, вкрай важливо мати продуманий підхід до формування активів. Основною метою цього процесу є розпізнавання та виконання специфічних вимог до різних активів для полегшення операцій, а також упорядкування їхнього складу для максимальної ефективності економічної діяльності. Це створить умови для ефективного функціонування підприємства в довгостроковій перспективі.

Управління активами – це складний процес, який включає в себе різні завдання. Це оптимізація виробництва запасів і готової продукції, прискорення руху капіталу, пов'язаного з дебіторською заборгованістю, визначення правильного співвідношення між зростанням обсягу виробництва і оборотним капіталом, скорочення часу виробничого циклу, поліпшення організації матеріально-технічного забезпечення, прискорення реалізації продукції. товарна продукція. Ефективне вирішення цих проблем залежить від розумного управління активами компанії.

Дослідження показали, що оцінка активів на придатність, знос і коефіцієнт оборотності має першорядне значення. Підтримання цих коефіцієнтів може вплинути на схильність підприємства до банкрутства. Таким чином, необхідно активно перевіряти та управляти активами компанії, щоб забезпечити фінансову стійкість перед обличчям невизначеності та ризику.

Список використаної літератури:

1. Головко О.Г., Омеляненко Д.О. Принципи управління активами підприємства в контексті забезпечення його фінансової стабільності. *Проблеми та перспективи розвитку підприємництва : Матріали XIV Міжнародної науково-практичної конференції.* 2020. 424 с.
2. Головко О.Г., Омеляненко Д.О. Asset management: methodology of effective formation. *Перпективи розвитку управлінських систем у соціальній та економічній сферах України: теорія та практика.* 2020. 472 с.
3. Головко О.Г., Омеляненко Д.О. Peculiarities of business asset management. *Economics and Law.* 2021. 2 (61). С. 135–142.
4. Олійник Л.В. Управління активами підприємства на основі конвергенції з господарсько-економічною системою. *Вісник Хмельницького національного університету.* 2013. № 6. С. 264–270.
5. Осадчук Н.В. Оптимізація руху високоліквідних оборотних коштів на промисловому підприємстві. *Наукові праці Донецького державного технічного університету*. 2003. № 68. С. 96–100.
6. Храпкіна В.В. Механізм управління активами в системі фінансової безпеки підприємства. *Економіка будівництва і міського господарства*. 2012. № 3. С. 235–242.
7. Чебанова Н.В. Комплексний підхід до системи стратегічного управління активами підприємств залізничного комплексу. Українська держ. академія залізничного транспорту. *УкрДАЗТ*. 2009. 305 с.
8. Сєрік Ю.В. Управління оборотними активами підприємства. *Менеджмент, теорія та практика*. 2013. № 4. С. 70–75.
9. Причепа І.В., Кравець Н.В. Теоретичні засади управління активами підприємства. *Економічний простір*. 2012. № 60. С. 249–257.
10. Олександренко І.В. Методичні підходи до діагностики оборотних активів підприємства. *Бізнесінформ.* 2014. № 2. С. 277–282.
11. Гриньова В.М. Фінанси підприємств: навч. посіб. *Знання – Прес*. 2006. С. 62–80.

References:

1. Holovko O.H., Omelianenko D.O. (2020) Pryntsypy upravlinnya aktyvamy pidpryyemstva v konteksti zabezpechennya yoho finansovoyi stabilnosti. *Problemy ta perspektyvy rozvytku pidpryyemnytstva: Matrialy XIV Mizhnarodnoyi naukovo-praktychnoyi konferentsiyi,* 424 p.
2. Holovko O.H., Omelianenko D.O. (2020) Asset management: methodology of effective formation. *Perpektyvy rozvytku upravlins'kykh system u sotsial'niy ta ekonomichniy sferakh Ukrayiny: teoriya ta praktyka,* 472 p. (in English)
3. Holovko O.H., Omelianenko D.O. (2021) Peculiarities of business asset management. *Economics and Law,* 2 (61), pp. 135–142. (in English)
4. Oliynyk L.V. (2013) Upravlinnya aktyvamy pidpryyemstva na osnovi konverhentsiyi z hospodarsko-ekonomichnoyu systemoyu. *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu,* no. 6, pp. 264–270
5. Osadchuk N.V. (2003) Optymizatsiia rukhu vysokolikvidnykh oborotnykh koshtiv na promyslovomu pidpryiemstvi. *Naukovi pratsi Donetskoho derzhavnoho tekhnichnoho universytetu*, no. 68, pp. 96–100.
6. Khrapkina V.V. (2012) Mekhanizm upravlinnia aktyvamy v systemi finansovoi bezpeky pidpryiemstva*. Ekonomika budivnytstva i miskoho hospodarstva*, no. 3, pp. 235–242.
7. Chebanova N.V. (2009) Kompleksnyi pidkhid do systemy stratehichnoho upravlinnia aktyvamy pidpryiemstv zaliznychnoho kompleksu. *Ukrainska derzh. akademiia zaliznychnoho transportu. UkrDAZT,* 305 p.
8. Syerik Yu.V. (2013) Upravlinnya oborotnymy aktyvamy pidpryyemstva. *Menedzhment, teoriya ta praktyka,* no. 4, pp. 70–75.
9. Prychepa I.V., Kravets N.V. (2012) Teoretychni zasady upravlinnya aktyvamy pidpryyemstva. *Ekonomichnyy prostir,* no. 60, pp. 249–257.
10. Oleksandrenko I.V. (2014) Metodychni pidkhody do diahnostyky oborotnykh aktyviv pidpryiemstva. *Biznes-inform,* no. 2, pp. 277–282.
11. Hrynova V.M. (2006) Finansy pidpryyemstv: navch. posib*. Znannya – Pres,* pp. 62–80.

Mykhaylo Heyenko, *PhD, Professor, Sumy National Agrarian University*
Denys Omelianenko, *PhD student, Sumy National Agrarian University*

METHODS OF ANALYSIS OF FORMATION AND EFFICIENT USE OF ASSETS WITHIN UNCERTAINTY AND RISK

The article is devoted to generalizing methodological approaches regarding the management of enterprise assets and practical recommendations for improving and adapting the asset management system in risk and uncertainty. In the Sun and in the market economy, almost all enterprises or companies are intended to rhythmic and stable functioning. Modern conditions of hospitalization can be defined as being displayed during considerable risk and uncertainty. To achieve certain significant results in the financial and economic activity of enterprises requires a clearly formed and economically feasible financial policy of asset management in such conditions. In this regard, an important task to ensure the development of enterprises is to implement an effective enterprise management policy of uncertainty and risk. The article deals with the purpose and processes of creating assets of the enterprise. The indicators and efficiency of receivables and the methods of their readings are investigated. The status and efficiency of the use of monetary assets and their calculation methodology are provided. A comprehensive approach to the analysis of assets and supreme methods of their correct reflection is considered. The works of scientists in recent years devoted to the management of assets have been covered, the problem of asset management remains quite difficult in the system of management of enterprise finances. The methodology of the researcher is mainly reduced to the choice of methods, principles, functions, tasks and mechanisms of management of enterprise finances. It has been proven that the keyway in the reality of the enterprise's state-owned enterprise is being released. The mechanisms of their planning and filling are shown, the annalysis of the efectivity of their use is performed. At the same time, the issues of determining the essence of the assets of the enterprise in order to be properly reflected in the financial statements and the effective management of them to ensure sustainable development. It is shown that the assets of the enterprise are a rather complex economic category. In this form, many certain practical and theoretical aspects are intertwined. Among them are the organization of effective management of assets of enterprises. Such methods will allow you to study more accurately and thoroughly and effectively manage the assets of enterprises in conditions of uncertainty and risk.

Key words: *enterprise, assets, methods, financial activities, financial policy, fixed assets, working capital, methodical approaches.*

Дата надходження до редакції: 20.04.2023 р.