

Міністерство освіти і науки України

ДЕРЖАВНИЙ БІОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

МАТЕРІАЛИ

VI МІЖНАРОДНОЇ
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ

**«УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ
СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ»**
*(присвяченої 100-річчю від Дня народження
професора Турченка Михайла Михайловича)*



15-16 червня 2022 року

Міністерство освіти і науки України

ДЕРЖАВНИЙ БІОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

МАТЕРІАЛИ

VI МІЖНАРОДНОЇ
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ

«УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ
СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ»
*(присвяченої 100-річчю від Дня народження
професора Турченка Михайла Михайловича)*

15-16 червня 2022 року

Харків – 2022

Матеріали VI Міжнародної науково-практичної конференції (присвяченої 100-річчю від Дня народження професора Турченка Михайла Михайловича): «Управління розвитком соціально-економічних систем» (15-16 червня 2022 року). Харків: ДБТУ, 2022. 504 с.

Із надісланих матеріалів оргкомітетом до друку рекомендовано 183 тези доповідей та наукових статей від 259 авторів із 56 установ, організацій і закладів вищої освіти України та зарубіжжя.

РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ:

А.І. КУДРЯШОВ

– в.о. ректора ДБТУ, кандидат технічних наук,
(Голова редакційної колегії);

С.М. КВАША

– проректор з навчальної та виховної роботи НУБіП,
доктор економічних наук, професор, академік НААНУ;

В.І. АРАНЧІЙ

– ректор Полтавської державної аграрної академії, професор;

ЯЦЕК СКУДААРСКИ

– доктор-інженер, Варшавський університет природничих
наук – SSGW, Республіка Польща;

РАФАА РЕБІААС

– проректор з міжнародних питань, академія ВСБ,
Домброва-Гурнич, Республіка Польща;

В.М. МИХАЙЛОВ

– проректор з наукової роботи ДБТУ, доктор технічних наук,
професор;

М.А. СЕРІК

– проректор з науково-педагогічної роботи ДБТУ, к.т.н., доцент;

Н.М. ВДОВЕНКО

– завідувач кафедри глобальної економіки НУБіП, доктор
економічних наук, професор;

Ю.І. ДАНЬКО

– проректор з наукової роботи СНАУ, доктор економічних наук,
професор;

І.О. КРЮКОВА

– завідувач кафедри обліку і оподаткування ОДАУ, доктор
економічних наук, професор;

А.О. МАРМУАЛЬ

– завідувач кафедри економіки Університету Григорія Сковороди у
Переяславі, доктор економічних наук, професор;

В.С. НІЦЕНКО

– професор кафедри обліку і оподаткування, Одеський національний
університет імені І.І. Мечникова, доктор економічних наук;

І.Б. ЯЦІВ

– проректор з наукової роботи ЛНАУ, доктор економічних наук,
професор;

А.В. МОСКАЛЕНКО

– декан факультету менеджменту, адміністрування та права ДБТУ,
доктор юридичних наук, професор;

О.В. СМІГУНОВА

– завідувач кафедри менеджменту, бізнесу і адміністрування ДБТУ,
кандидат економічних наук, доцент;

В.М. ОНЕГІНА

– завідувач кафедри глобальної економіки ДБТУ, доктор
економічних наук, професор;

Ю.П. ВІТКОВСЬКИЙ

– професор кафедри глобальної економіки ДБТУ, доктор
економічних наук, професор;

В.М. ОРЕА

– професор кафедри менеджменту, бізнесу і адміністрування ДБТУ,
доктор економічних наук, професор;

О.В. КОРНІЄЦЬКИЙ

– професор кафедри менеджменту, бізнесу і адміністрування ДБТУ,
доктор економічних наук, професор;

О.М. ПОТИШНЯК

– професор кафедри менеджменту, бізнесу і адміністрування ДБТУ,
доктор економічних наук;

О.В. ШАБІНСЬКИЙ

– професор кафедри менеджменту, бізнесу і адміністрування ДБТУ,
доктор економічних наук, професор;

В.М. НАГАЄВ

– професор кафедри менеджменту, бізнесу і адміністрування ДБТУ,
доктор педагогічних наук, професор

**ПЕРЕЛІК НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ ТА
НАУКОВО-ДОСЛІДНИХ УСТАНОВ, СПІВРОБІТНИКИ
ЯКИХ БЕРУТЬ УЧАСТЬ У КОНФЕРЕНЦІЇ:**

- *Державний біотехнологічний університет*
- *ННЦ «Інститут аграрної економіки»*
- *Інститут агроєкології і природокористування
НААН України*
- *ДУ «Інститут регіональних досліджень
імені М.І. Долішнього НАН України»*
- *Інститут економіки промисловості НАН України*
- *Варшавський університет природничих
наук – SSGW (Республіка Польща)*
- *Академія ВСБ, Домброва-Гурнича
(Республіка Польща)*
- *Університет Париж-Сакле (Французька Республіка)*
- *Університет Барселони (Королівство Іспанія)*
- *Вінницький Національний медичний
університет ім. М.І. Пирогова*
- *Волинський національний університет
імені Лесі Українки*
- *Державний університет інфраструктури і технологій*
- *Державний торговельно-економічний університет*

- *Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара*
- *Західноукраїнський національний університет*
- *Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу*
- *Київська муніципальна академія естрадного та циркового мистецтв*
- *Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана*
- *Криворізький факультет Національного університету «Одеська юридична академія»*
- *Луганський національний аграрний університет*
- *Луцький національний технічний університет*
- *Львівський державний університет безпеки життєдіяльності*
- *Львівський національний університет природокористування*
- *Львівський торговельно-економічний університет*
- *Льотна академія Національного авіаційного університету*
- *Науково-дослідний інститут правового забезпечення інноваційного розвитку Національної академії правових наук України*
- *Національна академія, статистики, обліку та аудиту*

- *Національний медичний університет імені О.О. Богомольця*
- *Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»*
- *Національний транспортний університет*
- *Національний університет біоресурсів і природокористування України*
- *Національний університет водного господарства та природокористування*
- *Національний університет харчових технологій*
- *Одеський державний аграрний університет*
- *Одеський національний економічний університет*
- *Полтавський державний аграрний університет*
- *Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника*
- *Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного*
- *Українська інженерно-педагогічна академія*
- *Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*
- *Уманський національний університет садівництва*
- *Університет Григорія Сковороди у Переяславі*
- *Університет прикладних наук ISMA*

- *Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця*
- *Харківський національний університет будівництва та архітектури*
- *Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна*
- *Херсонський державний аграрно-економічний університет*
- *Херсонський державний університет*
- *Херсонський національний технічний університет*
- *Хмельницький національний університет*
- *Центральноукраїнський інститут ПрАТ ВНЗ «Міжрегіональна академія управління персоналом»*
- *Черкаський державний технологічний університет*
- *Чернівецький торговельно-економічний інститут Державного торговельно-економічного університету*
- *Запорізький науково-дослідний експертно-криміналістичний центр МВС України*
- *Чернівецький науково-дослідний експертно-криміналістичний центр МВС України*
- *ВСП «Кам'янець-Подільський фаховий коледж»*

СВІТЛІЙ ПАМ'ЯТІ ПРОФЕСОРА ТУРЧЕНКА МИХАЙЛА МИХАЙЛОВИЧА (1922-2021 рр.)



Турченко Михайло Михайлович – людина-легенда, адже на його життєву дорогу довжиною майже у 100 років, випала складна та дивовижна доля.

Він пройшов шлях від рядового піхотинця, старшого сержанта та командира бапти легендарного танка Т-34 до професора кафедри з власною науковою школою.

Для Михайла Михайловича пам'ять про війну була священною невід'ємною частиною біографії. З його розповідей ми знаємо, що у дев'ятнадцятирічному віці (у 1942 р.) він був призваний до лав Червоної Армії. Спочатку воював піхотинцем, брав участь у визволенні Харкова та Харківщини від гітлерівських загарбників, де й отримав перше поранення.

Вже після госпіталю Турченко М.М. опанував нову військову спеціальність і став командиром бапти танка Т-34. Перше «бойове хрещення» отримав під час літньої наступальної кампанії у 1944 році. А пізніше одержав і першу бойову нагороду – Медаль «За відвагу».

У 1945 році Турченко М.М. був нагороджений Орденом Вітчизняної війни II ступеня за мужність і відвагу, виявлені під час бойових дій та Орденом Слави III ступеня – найпочеснішою із солдатських нагород.

У цілому, під час війни Турченко М.М. був двічі поранений, змінив сім танків, втратив багатьох бойових друзів, неодноразово й сам знаходився за крок від смерті. Про все це він написав у документальному нарисі: «Им в Харькове танк поручили вести», який декілька разів перевидавався й досі користується популярністю у шанувальників історії.

Після війни Турченко М.М. вивчився на агроном-лановика та розпочав свою трудову діяльність у сільськогосподарських підприємствах, що тривала до 1960 року. За цей період він одержав дві бронзові медалі Всесоюзної сільськогосподарської виставки, та підготував до захисту дисертаційну роботу на здобуття наукового ступеню кандидата економічних наук.

У 1960 році Турченко М.М. став членом колективу ХСП. Його перебування у складі цього закладу вищої освіти тривало сім років. Найбільш значущими подіями у цей період були:

✓ участь у Сталінській (пізніше Донецькій) експедиції в якості молодшого наукового співпрацівника, а пізніше – начальника загону;

✓ зарахування на посаду асистента кафедри економіки і організації сільськогосподарського виробництва;

✓ захист дисертаційної роботи на здобуття наукового ступеню кандидата економічних наук: «Пути повышения рентабельности основных отраслей колхозного производства (на примере колхозов Валковского района Харьковской области)»;

✓ зарахування на посаду доцента, вищезгаданої кафедри;

✓ обрання на посаду заступника голови Ради Інституту досліджень економіки сільського господарства Харківської області на громадських засадах.

У цей же час була укладена угода на суму один мільйон карбованців між ХСП і Сталінським (пізніше Донецьким) трестом овочівничо-молочних радгоспів який об'єднував 55 господарств, у відповідності до якої науковці ХСП, за участю Турченка М.М., розробили для кожного з них план організаційно-господарсько-соціального розвитку.

До найбільш значимих проєктів, якими опікувався Турченко М.М. можна віднести також створення мережі індустриальних тваринницьких комплексів та системи технічного обслуговування, відомих як «богодухівський метод», яка була прийнята для впровадження на всій території колишнього СРСР.

З 1968 по 2014 рік Турченко М.М. працював у ХНТУСГ (ХІМЕСГ), тобто 60 % загального трудового стажу, який у цілому склав 76 років.

Найбільш значущими подіями у цей період були:

- ✓ присвоєння вченого звання професора кафедри;
- ✓ підготовка до захисту дисертаційної роботи на здобуття наукового ступеню доктора економічних наук на тему: «Організаційно-економічна реструктуризація аграрного сектору регіону»;
- ✓ виконання у період з 2007 по 2015 роки обов'язків керівника науково-дослідної роботи: «Стратегічна ринково-підприємницька трансформація внутрішнього середовища сільських агломерацій Богодухівського району».

У цілому Турченко М.М. 54 роки трудового життя присвятив підготовці фахівців для аграрного сектора національної економіки, був одним із засновників факультету менеджменту ХНТУСГ та залишив чималу наукову спадщину. Він автор 256 наукових праць, серед яких актуальні й нині монографії: «Стратегічна організаційно-економічна реструктуризація організації аграрного сектору» та «Стратегічна ринково-підприємницька трансформація внутрішнього середовища сільських агломерацій Харківщини».

Він завжди був активним учасником, науково-практичних конференцій, семінарів, симпозіумів та форумів. Неодноразово був відзначений різними дипломами, почесними грамотами та подяками.

Ми, колектив кафедри менеджменту, бізнесу і адміністрування Державного біотехнологічного університету, завжди пам'ятатимемо настанови Михайла Михайловича, його щирість і порядність. В нашій пам'яті він залишиться доброзичливою та відкритою людиною, мудрим наставником, видатним вченим і справжнім професором.

Добра згадка про професора Турченка М.М. завжди зігріватиме серця його учнів, друзів, колег та всіх, хто його знав і поважав.

***Вічна пам'ять світлій людині –
Турченку Михайлу Михайловичу!***

Секція

*Сучасні тенденції,
перспективи та
стратегічні орієнтири
розвитку соціально-
економічних систем
мікро -, мезо - та
макрорівня*

LIFELONG LEARNING: VECTOR OF PERSONAL DEVELOPMENT

***REBILAS RAFAL, PHD, PROFESSOR,
VICE-RECTOR FOR INTERNATIONAL RELATIONS,
AKADEMIA WSB (POLAND)***

***VITKOVSKYI Y., DOCTOR OF ECONOMIC SCIENCES, PROFESSOR,
BOZHYDAI I., PHD OF ECONOMIC SCIENCES,
STATE BIOTECHNOLOGICAL UNIVERSITY***

Acceleration of globalization and integration rates of development of socio-economic systems affects all spheres of human activity, creates new conditions for their functioning. Modern socio-economic dynamic changes require flexible adaptive changes not only of economic entities, but also of man himself as the main element of strategic management. The information society puts a person as a person with their own desires and aspirations at the forefront of the development of human capital as a driving force in the development of the state. Education is characterized by continuity and dynamism. Competitiveness of employees is based on awareness of the need for lifelong learning, expanding the scope of their own knowledge and improving acquired skills that correlate with the professions of the future.

The concept of «lifetime learning» was first presented in 1965 by P. Lengrand at the UNESCO Forum. In the theory proposed by scientists at the center of the development of society were placed human competencies, for which the state must create all the necessary conditions for the continuous development of its abilities throughout life. The impetus for the creation of the theory of continuing education was the global concept of «unity of the world», according to which all parts of our civilization are interconnected and interdependent. In this case, man is the main value and basis of all processes occurring in the world [1]. And in the late 1990s, the European Parliament and the Council of Europe adopted this concept as the basis for a new education policy to help future professionals learn to adapt to the changing labor market [2].

A significant contribution to the development of the theory of continuing education was made by R. Dave [3], who understood continuing education as the process of improving personal social and professional development throughout the life cycle of an individual to improve the quality of life of people and teams. R. Dave also identified twenty-five features that characterize continuing education, among which the most important are: education coverage of human life; understanding of the educational system

as a whole, which includes preschool education, basic, repeated, parallel education and unites, integrates all its levels and forms; inclusion in the education system, in addition to educational institutions, formal, non-formal and non-institutional forms of education. These theoretical positions formed the basis for the reform of national education systems in the world (in the United States, Japan, Germany, Great Britain, Canada, Eastern Europe and the «third world»). But no country has yet developed a sophisticated system of continuing education based on the same principles. In some countries, there are regional, national and international centers that develop issues and coordinate programs and information exchange on continuing education (mainly on adult education).

The definition of the term «lifelong learning» is set out in the European Commission's document «Making the European area of lifelong learning a reality» (published in November 2001): «Lifelong learning – all lifelong learning activities to improve knowledge and skills and competencies in the interests of personal, civic and social development, as well as / or to get a job» [4].

Awareness of the importance of lifelong learning for human development has led to the modernization of European education policy at the beginning of the 21st century. The Lisbon Summit of the Council of Europe in March 2000 adopted the Memorandum of Lifelong Learning. The Memorandum emphasizes that lifelong learning should be the main political agenda of civil society, social cohesion and employment. The definition of continuing education includes: obtaining degrees and diplomas in leisure time; professional courses, including in order to improve staff skills; adult education; second education other.

The concept of lifelong learning was formed in response to the challenges posed by the transition of humanity from the industrial phase of development to the supra-industrial information society. The main problems of this transition were [5]:

- obsolescence of current human knowledge due to the rapid change of technology during the life of one generation,
- daily work with large amounts of information,
- reducing the importance of individualism in professional activities and the need for a conscious transition to collective forms of cooperation.

In general, the process of human adaptation to dynamic socio-economic conditions, in terms of implementing the concept throughout life, allows to relieve social tensions in society, helps people achieve success in life, because continuing education and self-education are key factors in building a professional career. Increasing the level of competitiveness of the

employee is primarily associated with increasing the level of professionalism and promising career growth. At the same time, the interested party in qualified personnel is the employer, which correlates with the employee's right to vocational training, retraining and advanced training.

Literature.

1. Маркозова О.О. Навчання впродовж життя – необхідна передумова досягнення життєвого успіху людини. *Вісник Національного університету «Юридична академія України імені Ярослава Мудрого»*. 2016. № 2 (29). С. 198-205.

2. Встигати за світом: чому важливо вчитись впродовж життя. 2019. URL: <https://nus.org.ua/articles/vstygyaty-za-svitom-chomu-vazhlyvo-vchytys-uprodovzh-zhyttya/> (дата звернення: 11.05.2021).

3. Dave R. N. *Foundation of Lifelong Education: Some Methodological Aspects*. Hamburg, 1976. 344 p.

4. Commission of the European Communities. Brussels, 21.11.2001. COM (2001) 678 final. *Communication from the Commission «Making a European Area of Lifelong Learning a Reality»* URL: <http://eurlex.europa.eu/LexUriServ> (дата звернення: 04.05.2022).

5. Замора О.М. Концепція навчання впродовж всього життя в умовах сучасного державного управління. *Вісник Сумського національного аграрного ун-ту*. Суми, 2015. Вип. 12 (65). С. 65-73.

ADAPTATION OF ENTERPRISES MANAGEMENT MECHANISM

***PLOTNYTSKA S.I., DOCTOR OF ECONOMIC SCIENCES, PROFESSOR,
OREL V.M., DOCTOR OF ECONOMIC SCIENCES, PROFESSOR,
STATE BIOTECHNOLOGICAL UNIVERSITY***

The current challenging situation in Ukraine has a particular impact on food security ensuring. Therefore, the management of agricultural enterprises requires considerable shifts for their stable activity, which requires a change in the principles, methods, and tools of modern business management. The main task is to implement an effective mechanism for managing external and internal changes, risks of economic activity, etc.

The study aims to develop a new approach to the management mechanism and create a framework for the stable operation of agricultural enterprises.

From this point of view, it is appropriate to pay attention to the compliance system implementation in agricultural enterprises' management.

The compliance function is universal and extremely important for managers interested in the stable long-term development of the enterprise and understanding the situation of risks in a restless variable environment. It should be noted that the functions and values of compliance are developing dynamically in accordance with the requirements and trends of the world market. The need to build a compliance system first arose among American and international companies in connection with the adoption in 1972 of the United States Act «On Corruption Abroad». Over time, compliance functions have expanded. Currently, the compliance approach is used not only in TNCs and large leading international companies but also in banking (such as the International Security Standards PCI DSS, ACS, and ISO 27001) [1].

The priority areas of company compliance policy are formed depending on the field of activity, namely: investment management (Fair Investment Policy), taxation (Fair Tax Policy), lending (Fair Lending Policy), supply (Fair Purchasing policy), sales (Fair sales policy), reporting violations (Whistleblowing Policy), etc. [2].

The compliance system provides a structured, well-defined set of rules and procedures that aim to comply with established regulatory, national, and intra-corporate rules of conduct.

At the same time, we should keep in mind that strict regulation of the activities of performers can not only minimize risks but also limit the initiative of employees and slow down the development of the organization. Thus, the management of the enterprise needs to determine a sufficient limit of regulation, which reflects both the actual position of the enterprise, as well as market trends and current changes. An adequate compliance policy implementation will provide effective interaction and fair relations between market participants minimizing legal, financial, and other risks [3].

As we noted early, agricultural enterprises play a crucial role in food security ensuring. So minimizing the impact of risk factors and promoting effective control in these enterprises are vital in the current situation. Implementing an effective compliance system in agrarian enterprises involves the genesis of a new stage of enterprise management which is based on constant monitoring of compliance with established rules, characterized by increasing the efficiency of business implementation and minimizing the impact of risk factors.

Thus, we are highly convinced that compliance is the basis for effective management and enhanced control in agrarian enterprises in the current volatile situation. We must not forget that we are not cut off from the world. The situation in Ukraine impacted more than 1.6 million people's

life. World markets, producers, traders, and consumers are closely connected by the interaction process. New external factors arise for each country, which require constant control and compliance with international standards.

The directions for planned further scientific research are validation of the theses based on quantitative research findings.

Literature.

1. Josef Wieland, Roland Steinmeyer, Stephan Grüninger, (2015). Handbuch Compliance-Management. Konzeptionelle Grundlagen, praktische Erfolgsfaktoren, globale Herausforderungen. Erich Schmidt Verlag, 44-47.

2. Stefan Behringer (2010). Compliance kompakt – Best Practice im Compliance-Management. Erich Schmidt Verlag, Berlin, 317.

3. Хачатрян В.В. Підприємницький потенціал підприємства за умов інтеграційних змін: формування, управління, розвиток: монографія. Хмельницький: Видавець Заколадний М.І., 2019. 321 с.

РІВЕНЬ СПОЖИВАННЯ ОСНОВНИХ ПРОДУКТІВ ХАРЧУВАННЯ, ЯК ЧИННИК ПРОДОВОЛЬЧОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

***АНТОЩЕНКОВА В.В., Д.Е.Н., ДОЦЕНТ,
КРАВЧЕНКО Ю.М., К.Е.Н., СТ. ВИКАДАЧ ЗВО,
ДЕРЖАВНИЙ БІОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ***

Конституція України гарантує: «Людина, її життя і здоров'я, честь і гідність, недоторканність і безпека визнаються в Україні найвищою соціальною цінністю». Саме тому будь-яка державна політика в Україні має спрямовуватися на людину, на задоволення її інтересів, створення умов для її повноцінного розвитку та забезпечення здоров'я.

Сільське господарство в економіці України займає першочергове місце, адже недаремно Україну називають саме країною зі значним, а точніше переважаючим аграрним потенціалом. Враховуючи специфіку і особливості, сільське господарство виробляє незамінні для забезпечення життєдіяльності людини продукти харчування і є базовою основою розвитку суспільства обумовлюючи економічну та продовольчу безпеку країни [1].

В табл. 1 проаналізовано споживання основних продуктів харчування в Україні за 1990-2020 роки У 2020 році середньорічне споживання хліба та хлібопродуктів на душу населення минулого року в порівнянні з 2019 р. скоротилось на 1 % і склало

96,6 кг. Картоплі українці стали споживати менше на 1,25 % (134 кг/рік), яєць – на 1,42 % (278 кг/рік), риби – на 0,8 % (12,4 кг/рік), овочів – на 0,4 % (164 кг/рік). Найбільше падіння споживання спостерігається у секторі фруктів і ягід – на 3,75 % (до 56,5 кг/рік) та цукру – 3,47 % (до 27,8 кг/рік). Разом із тим, більше в Україні стали споживати м'яса – на 0,37 % (до 53,8 кг/рік), молока та молочних продуктів – на 0,7 % (до 201,9 кг/рік), олії – на 2,5 % (12,3 кг/рік) [2].

Рівень споживання та індикатори достатності споживання основних продуктів харчування можна вважати вираженими орієнтирами економічного потенціалу аграрного сектору України.

Таблиця 1

Споживання основних продуктів харчування в Україні за 1990-2020 роки (на одну особу за рік; кілограмів)

Продукти	1990 р.	2000 р.	2010 р.	2020 р.	2020 до 1990, %
М'ясо та м'ясні продукти	68,2	32,8	52,0	53,8	78,9
Молоко та молочні продукти	373,2	199,1	206,4	201,9	54,1
Яйця, шт.	272	166	290	278	102,2
Хлібні продукти	141,0	124,9	111,3	96,6	68,5
Картопля	131,0	135,4	128,9	134,0	102,3
Овочі та баштанні продовольчі культури	102,5	101,7	143,5	164,0	160,0
Плоди, ягоди та виноград	47,4	29,3	48,0	56,5	119,2
Риба та рибні продукти	17,5	8,4	14,5	12,4	70,9
Цукор	50,0	36,8	37,1	27,8	55,6
Олія	11,6	9,4	14,8	12,3	106,0

Оптимальною вважається ситуація, коли фактичне споживання продуктів харчування особою впродовж року відповідає раціональній нормі, тобто коефіцієнт співвідношення між фактичним і раціональним споживанням дорівнює одиниці. МОЗ України замість раніше прийнятого визначення «Рекомендовані раціональні норми споживання основних продуктів харчування на душу населення» пропонує застосовувати визначення «Орієнтовний набір основної продовольчої сировини і харчових продуктів забезпечення у середньому на душу населення України» без зміни кількісних показників таких наборів, нівелюючи таким чином функцію держави в забезпеченні населення якісними продуктами харчування в достатніх

для їх життєдіяльності раціональних нормах споживання. Варто звернути увагу і на мінімальні норми споживання основних продуктів харчування населенням України з розрахунку на одну особу за рік: для м'яса та м'ясопродуктів – 52 кг, молока та молочних продуктів – 341 кг, яєць – 231 шт., хлібних продуктів – 94 кг, картоплі – 96 кг, овочів та баштанних продовольчих культур – 105 кг, плодів, ягід та винограду (без переробки на вино) – 68 кг, риби та рибних продуктів – 12 кг, цукру – 32 кг, олії – 8 кг.

Індикатори достатності споживання основних продуктів харчування населенням України з розрахунку на одну особу за рік представлено в табл. 2.

Таблиця 2

Індикатори достатності споживання основних продуктів харчування населенням України за 1990-2020 роки

Вид продуктів	РНС, кг за рік*	1990 р.	2000 р.	2010 р.	2020 р.	2020 до 1990 (+/-)
М'ясо та м'ясопродукти	80	0,85	0,41	0,65	0,67	-0,18
Молоко та молочні продукти	380	0,98	0,52	0,54	0,53	-0,45
Яйця (шт.)	290	0,94	0,57	1,00	0,96	0,02
Хлібні продукти	101	1,40	1,24	1,10	0,96	-0,44
Картопля	124	1,06	1,09	1,04	1,08	0,02
Овочі та баштанні продовольчі культури	161	0,64	0,63	0,89	1,02	0,38
Плоди, ягоди та виноград	90	0,53	0,33	0,53	0,63	0,1
Риба та рибні продукти	20	0,88	0,42	0,73	0,62	-0,26
Цукор	38	1,32	0,97	0,98	0,73	-0,59
Олія	13	0,98	0,72	1,14	0,95	-0,03

Примітка: *РНС – раціональна норма споживання (за термінологією МОЗ України).

Джерело: складено автором за даними [2; 3; 4].

Отже, фактичне споживання деяких основних видів продуктів харчування знаходилося на рівні раціональних норм, або навіть перевищувало їх. Однак чітко простежується тенденція до заміни таких важливих молочних, м'ясних та рибних продуктів менш дорогими та калорійними хлібо-булочними виробами та картоплею. Фактичне споживання м'ясо-молочної та рибної продукції за досліджуваній період скоротилась майже вдвічі.

Література.

1. Антощенко В. Основні елементи ресурсного потенціалу сільськогосподарського підприємства як основа економічної та продовольчої безпеки. *Економічний аналіз*. 2020. Том 30. № 3. С. 291-298.
2. Офіційний веб-сайт Державна служба статистики України URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>. (дата звернення: 25.04.2022).
3. Антощенко В.В. Сучасний стан молочного скотарства в Україні. *Український журнал прикладної економіки*. 2020. Том 5. № 2. С. 25-32.
4. Кравченко Ю.М., Антощенко В.В. Екологічна безпечність сільськогосподарської продукції та її конкурентоспроможність в умовах міжнародної інтеграції. *Вісник ХНТУСГ: Економічні науки*. 2019. Вип. 202. С. 84-92.

ІМПЛЕМЕНТАЦІЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ СТРАТЕГІЇ В РОЗВИТОК БІЗНЕСУ

***ЯЦУН А.М., Д.Е.Н., ПРОФЕСОР,
ДЕРЖАВНИЙ БІОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ***

Проведення послідовної державної політики, спрямованої на європейський вектор, побудова відносин з новими азійськими та близькосхідними центрами тяжіння, створення сприятливого бізнес-клімату, розвиток підприємництва та підтримка експорту, залучення інвестицій та розвиток ринків капіталу, розвиток внутрішнього споживання та інші механізми дадуть змогу посилити позицію країни як регіонального суб'єкта та стануть чинниками зростання економіки. Забезпечення інноваційного випереджального економічного зростання сприятиме людському розвитку через відповідну якість освіти, науки, медицини, культури, сфери харчування, торгівлі, туризму та навколишнього природного середовища.

Національна економічна стратегія України до 2030 року передбачає поетапне досягнення мети щодо підвищення рівня добробуту населення [1]. Першочерговим етапом є формування конкурентоспроможних умов для бізнесу та інвестицій, відновлення довіри до державних інститутів, що дасть змогу перемогти у конкуренції за капітал на світовому ринку та, як результат, залучити інвестиції для модернізації секторів економіки. Трансформовані та високопродуктивні сектори економіки мають ефективно конкурувати на міжнародному ринку товарів і послуг з іноземними державами, що сприятиме зростанню надходжень до бюджету та доходів населення.

Великий внутрішній споживчий ринок сприятиме розвитку сфери послуг та підвищенню якості життя громадян у розрізі освіти, охорони здоров'я, стану навколишнього природного середовища, національної безпеки, культури, сфери харчування та послуг, соціального забезпечення.

Очікуваним результатом виконання стратегії є визначення та суспільна підтримка стратегічного курсу держави в економічній сфері, послідовна реалізація якого дасть змогу: сформувати конкурентоспроможні умови для бізнесу та інвестицій і відновити довіру до держави; стати конкурентоспроможною на міжнародному ринку; стимулювати розвиток інновацій і модернізацію секторів економіки для забезпечення їх конкурентоспроможності на міжнародному ринку; забезпечити розвиток людського потенціалу і виплати конкуренцію за таланти.

Цільові індикатори – 2030: зростання реального ВВП не менше ніж у два рази; на душу населення – до 10 тис. доларів США; зростання продуктивності праці в 1,7 рази; збільшення чистого притоку прямих іноземних інвестицій до 15 млрд. доларів США на рік, починаючи з 2025 року; зростання обсягів експорту до 150 млрд. доларів США; зниження рівня безробіття до 6 відсотків.

Оцінка ефекту від запропонованих стратегією ініціатив здійснюється з використанням макроекономічної моделі загальної рівноваги. Під час розрахунку ініціатив стратегії враховуються такі критерії: генерування результатів на макроекономічному рівні, можливість пивдакої побудови сценаріїв та вибору найкращого варіанта, врахування ініціатив щонайменше семи виробничих секторів, горизонт планування – 10 років, використання таких інструментів, як приватні та державні інвестиції, ставки прямих і непрямих податків, підвищення продуктивності, зміни у технологіях.

Дослідження кафедрами факультету менеджменту, адміністрування та права господарських і виробничо-економічних систем та механізмів їх функціонування у сфері харчування показали, що суспільний сектор не став пануючим не лише у споживанні, але й за деякими видами харчових продуктів, навіть у їх виробництві. Суспільне виробництво, в цілому, уявляє собою численну сукупність взаємопов'язаних економічних систем, кожна із яких має свою історію і власні закони еволюції та розвитку. Узагальнюючи погляди зарубіжних та вітчизняних економістів, оновлено класифікацію економічних систем за видами – суспільно-економічні формації, господарські системи, виробничо-економічні системи, їх

організаційно-правові форми, з урахуванням специфіки сфери харчування, торгівлі та готельно-ресторанного бізнесу.

Аналіз стану функціонування системи управління господарськими системами сфери харчування дає підстави стверджувати про необхідність їх концептуального оновлення (розвитку) на основі використання комплексної методики організаційного проектування із суміщенням різних підходів та ознак структуризації цілей і функцій. При цьому, теоретичну і прикладну розробку активно-випереджальних, а не пасивно-констатуючих систем управління сферою харчування із застосуванням методології системного та стратегічного підходів слід спрямувати на досягнення синергетичного ефекту узгодженої взаємодії контурів державного регулювання та мікроекономічного управління в умовах ринку.

Запропонованою стратегічною концепцією державного регулювання розвитку сфери харчування має бути довгострокова національна програма розвитку харчування населення, підвищення конкурентоспроможності господарських систем-організаторів харчування, розробленню якої має передувати моніторинг конкурентоспроможності галузей, секторів і виробництв АПК.

Організаційно-економічний механізм реалізації національно-державної програми розвитку сфери харчування являє собою сукупність інституційних, організаційних, економічних, соціальних та інших інструментів і засобів державного впливу на формування конкурентних переваг вітчизняних підприємств у пріоритетних галузях та секторах сфери харчування. Продовольчі товари, що виробляє аграрний сектор, харчова промисловість, а також склад основних видів продовольчої сировини, доцільно привести у відповідність для цільового управління розвитком окремих секторів сфери харчування. Зміна пріоритетів значимості продуктів харчування має йти в напрямку першочергового забезпечення людини здоровою їжею відповідно до розумних потреб, тобто пріоритетними є соціальні інтереси, а не отримання прибутків корпорацій. Соціальні цілі повинні переважати над економічними, а сферу харчування слід розглядати як природно-соціально-економічну багаторівневу систему.

У стратегії нарощування душевого споживання продовольчих товарів та досягнення нормативного рівня, необхідно враховувати вплив фактору зовнішньоекономічної діяльності щодо відкритості внутрішнього ринку та його захисту. Доцільно стимулювати виробництво на експорт продуктів харчування з високою доданою вартістю, а для внутрішнього ринку робити ставку на екологічність та нові функціональні продукти.

У науковий оборот слід ввести терміни: рівень, якість та вартість харчування та на їх основі формувати дві підсистеми - продукти тваринного та рослинного походження, а їх співвідношення вважати нормативним, що має забезпечити збалансованість харчування по найбільш цінному тваринному білку, вуглеводах та жирах. Тип харчування доцільно пов'язати з численними факторами природно-кліматичного, етнічного, релігійного, демографічного та психологічного характеру. На основі проведених досліджень запропонована система оцінних показників структурного аналізу споживання продуктів харчування, яка включає три групи показників – забезпечення білковими продуктами, рівень досягнення інтегральних норм споживання продуктів тваринного та рослинного походження, показники стану інфраструктури сфери харчування.

Література.

1. Національна економічна стратегія на період до 2030 року. Постанова Кабінету Міністрів України від 3 березня 2021 р. № 179.

ВИМУШЕНА МІГРАЦІЯ МОЛОДІ ЯК ЧИННИК ДЕСТАБІЛІЗАЦІЇ СОЦІАЛЬНО- ЕКОНОМІЧНОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ

*БІЛЬ М.М., Д.Е.Н., С.Н.С.,
ДУ «ІНСТИТУТ РЕГІОНАЛЬНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ
ІМЕНІ М.І. ДОЛІШНЬОГО НАН УКРАЇНИ»*

У 2022 році Україна вдруге за роки незалежності стикнулася з проблемою масових вимушених переміщень. Однак, якщо після війни на сході України та анексії АР Крим 2014 року максимальна кількість зареєстрованих переселенців складала менше 4 % населення України, то станом на початок травня 2022 року їх кількість сягнула майже 20 % [1].

Значну частину переселенців складають неповнолітні особи. Згідно правових норм такими є особи віком 14-17 років [2]. Це базова вікова категорія молоді, вік якої вітчизняним законодавством регламентований у межах 14-35 років. Саме на першому етапі становлення молоді відбувається вибір сфери професійної діяльності, початок здобуття професійної і вищої освіти. Дана вікова група відзначається високим рівнем мобільності, а відтак і потенціалом міграції.

Російське вторгнення в Україну 2022 року, що спричинило масову вимушену міграцію, загострило проблему високої зовнішньої міграційної мобільності молоді України, яка в умовах нестабільності та лояльної політики приймаючих країн буде швидко зростати. До війни проблема еміграції молоді спричинила низку загрозливих закономірностей, що є потужними чинниками дестабілізації соціально-економічної системи України:

- депопуляцію і старіння населення України – за період 2000-2021 років чисельність населення зменшилась на 15 %, а молоді майже на 30 % [3, с. 4];

- стрімко зростаючу освітню еміграцію – її обсяги за останнє десятиліття зросли у понад 4 рази [4];

- високий потенціал міграції молоді – до 2022 року за різними оцінками 55-70 % молоді прикордонної Львівської області виявляли бажання постійного або тимчасового виїзду за кордон (опитування 2020 року [5]);

- високі ризики безповоротних втрат людського потенціалу молоді – 40 % молоді прикордонної Львівської області, яка має міграційний досвід, не планує повертатись в Україну (опитування 2021 року [3]).

Високий потенціал міграції молоді підвищує рівень її трансформації в реальні переміщення внаслідок Російського вторгнення в Україну 2022 року. При цьому ймовірними є *сценарії*:

- первинний виїзд молоді за кордон у статусі біженця з подальшою інтеграцією через навчання і працевлаштування;

- формування намірів навчання і/або працевлаштування за кордоном з їх реалізацією при першій нагоді.

Перший сценарій в умовах дії воєнного стану прийнятний для категорій молоді:

- неповнолітніх осіб (до 18 років) чоловічої і жіночої статі;

- осіб віком 18-35 років жіночої статі або чоловіків, які не підлягають мобілізації.

Теперішня ситуація в Україні як складна і невизначена концентрує владні зусилля на військових діях та вирішенні гострих економічних і соціальних проблем. Вимушена міграція молоді в межах країни виокремлюється як проблемна в контексті додаткових фінансових виплат держави на дітей, переміщених з регіонів активних бойових дій (встановлено в розмірі 3 тис. грн на місяць), організації дистанційного навчання, визначення порядку вступної кампанії для осіб, які зареєстровані як внутрішньо переміщені особи. Разом з тим, вимушена міграція молоді за кордон породжує ризики безповоротних

втрат людського потенціалу: при продовженні тривалості війни в Україні ймовірність повернення населення знижується, особливо тієї його частини, яка встигне інтегруватись у приймаюче суспільство. Для молоді рівень такої інтеграції є вищим, адже це найбільш мобільна категорія населення в силу вікових і соціально-статусних особливостей (мінімальні сімейні, трудові, майнові зобов'язання).

Забезпечення сприятливих передумов повернення молоді з-за кордону слід здійснювати залежно від ситуації:

1) у випадку продовження війни – стимулювання повернення молоді в регіони, де не відбуваються активні бойові дії шляхом:

– пропозиція закладами професійно-технічної, передвищої і вищої освіти спеціальних умов вступних кампаній для осіб, які перебувають у статусі переселенця, у тому числі за кордоном;

– підтримка участі молоді у різних громадських і волонтерських проєктах, їх утворення та активної діяльності;

– організація і збереження постійних зв'язків з інститутами діаспори та осередками проживання переселенців за кордоном і в Україні, у тому числі молоддю;

– інформаційно-аналітична робота щодо розуміння вікової структури переселенців (на основі узагальнених даних Єдиного реєстру внутрішньо переміщених осіб та інформації щодо біженців і шукачів притулку), а також моніторинг вимушеної міграції населення України за внутрішнім і зовнішнім вектором з з'ясуванням намірів і потреб молоді-переселенців (моніторинг можна проводити на базі опитування МОМ в Україні);

2) у випадку завершення війни – стимулювання повернення молоді в регіони походження та з пропозицією можливостей вибору внутрішніх переміщень за бажанням:

– пропозиція закладами професійно-технічної, передвищої і вищої освіти спеціальних умов вступних кампаній для внутрішньо переміщених осіб у регіонах їх походження та для біженців в Україні загалом;

– проведення конкурсів і надання грантів на реалізацію соціальних і бізнес-проєктів молоді;

– підтримка стартапів та організація краудфандингових платформ для реалізації креативних проєктів молоді;

– реанімація програм підтримки молоді в Україні в частині надання першого робочого місця і пільгового кредитування на купівлю житла;

– будівництво соціальних будинків для молоді у регіонах, які постраждали внаслідок активних бойових дій;

– збереження високого рівня патріотизму серед молоді шляхом підтримки проєктів діаспори за кордоном та внутрішньо переміщених осіб в Україні;

– відновлення державної програми стимулювання демографічного відтворення населення та підвищення розмірів виплат при народженні дитини.

Сьогодні, поки активні бойові дії тривають, а щонайменше десять регіонів зазнали і продовжують зазнавати значних втрат, говорити про повернення молоді складно. Однак молодь як найбільш мобільна соціально-демографічна група має бути прикладом для решти населення у позитивному досвіді повернення та реінтеграції. Без первинних заходів стимулювання повернення молоді зростають ризики безповоротних втрат людського потенціалу України, її генофонду, найбільш активної і мобільної вікової категорії населення, що буде визначати майбутнє нашої держави. Регулювання вимушеної міграції молоді має входити в коло пріоритетів державної політики і воєнної економіки України.

Література.

1. Звіт про внутрішнє переміщення в Україні. Опитування загального населення. Раунд 3. 17 квітня 2022 року. МОМ в Україні. URL: https://ukraine.iom.int/sites/g/files/tmzbd11861/files/documents/iom_ukraine-displacement-report_round3_ukr.pdf

2. Про охорону дитинства : Закон України № 2402-III від 26.04.2001 року. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2402-14#Text>

3. Біль М.М., Мульська О.П., Бараняк І.С., Махонюк О.В., Карп'як М.О. Оцінювання впливу міграційної мобільності молоді на людський потенціал Карпатського регіону: електронне наукове видання / НАН України. ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М.І. Долишнього НАН України». Львів, 2021. 67 с.

4. Українське студентство за кордоном: дані до 2017/18 навчального року / CEDOS. URL: <https://cedos.org.ua/researches/ukrainske-studentstvo-za-kordonom-dani-do-201718-navchalnoho-roku/>

5. Міграційна активність населення Карпатського регіону України: тенденції, загрози, методи регулювання: наукове видання / за ред. д.е.н., проф. Т.Г. Васильціва. ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М.І. Долишнього НАН України». Львів. 2020. 128 с.

ДЕЯКІ ПИТАННЯ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКИМИ АКТИВАМИ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД В НАДЗВИЧАЙНИХ УМОВАХ

*ВОЗНЯК Г.В., Д.Е.Н, С.Н.С.,
ДУ «ІНСТИТУТ РЕГІОНАЛЬНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ
ІМЕНІ М.І. ДОЛІШНЬОГО НАН УКРАЇНИ»*

Спроможність місцевого самоврядування, а отже і сталий поступ територіальних громад, залежить від матеріально-економічних можливостей, суттєву роль серед яких відіграють підприємницькі активи, позаяк вони слугують не лише джерелом зростання надходжень до місцевих бюджетів, але і інструментом зменшення міграційних потоків працездатного населення, а відтак і засобом покращення якості життя мешканців громад.

Військове вторгнення Росії в Україну в лютому 2022 року обумовило виникнення соціально-економічної та гуманітарної кризи в Україні, нові виклики, ризики та проблеми, серед яких: фізична втрата активів, знищена інфраструктура, промислові, комунальні підприємства, освітні та медичні заклади, комунальні мережі, розрив ланцюгів вартості тощо. І це все на фоні і без того великих економічних проблем, обумовлених поширенням пандемії в Україні та світі.

На кінець березня 2022 року війна завдала збитків економіці України з урахуванням втрат цивільної інфраструктури, ВВП та інвестицій понад 564,9 млрд дол [1]. За попередніми підрахунками експертів [2] тільки за місяць війни економіка України втратила 30-50 % виробничих потужностей. Порушено економічні зв'язки між регіонами, знищено фабрики і заводи, залізниці, склади, житловий фонд, комерційна нерухомість, соціальна інфраструктура (школи, лікарні) логістичні центри тощо. Падіння економічної активності 30-50 %, обумовило зростання фіскального дефіциту (скорочення податкових надходжень на 80 %). За оцінками Мінекономіки та KSE втрати активів підприємств сягнули 129 одиниць на суму 3658 млн \$ [3]. 86 % українських підприємств зменшили чи зупинили свою діяльність. Невтішні прогнози від Світового банку (за умов значної невизначеності та ризиків) вказують на те, що ВВП України у 2022 році може впасти на 45,1 %, порівняно із попереднім роком, інфляція сягне 15 %, а подальше падіння економіки залежатиме від тривалості та інтенсивності війни [4].

За таких умов всі громади суттєво різняться умовами існування, викликами, завданнями, які ставляться перед ОМС та мешканцями. Громади в тилу - це розселення внутрішньо переміщених осіб (ВПО), забезпечення їх життєво важливими послугами, гуманітарні хаби та допомога фронту тощо. Натомість, громади в зоні бойових дій (чи навіть окупації) основним завданням мають вижити, забезпечити, наскільки можливо, роботу комунальних служб, прифронтові території слугують «транзитним хабом» для ВПО, які вимушено залишають домівки, втікаючи на захід чи за корон.

В ситуації, що склалася, ключовий виклик перед територіальними громадами на сьогодні – це війна і переформатування їх економік на «рейки воєнного стану». Очевидним є і те, що попри низку швидких заходів Уряду щодо фінансової підтримки малого та середнього бізнесу в умовах воєнного стану, в найближчій перспективі не варто очікувати особливих інвестицій від держави, а ті які і будуть, скоріш за все стосуватимуться релокації виробничих потужностей підприємств. На часі стабілізація економіки, забезпечення економічної стійкості, відновлення роботи підприємств, реанімація малого і середнього бізнесу на тих територіях, де це є безпечним і можливим, а відтак можна вести мову про відшукування додаткових внутрішніх резервів розвитку територіальних громад, в тому числі через підвищення ефективності управління активами.

Інший аспект, на якому варто акцентувати – це доцільність проведення хоча б наближеної оцінки збитків/руйнувань інфраструктури, активів (кількісну, якісну і ін.). Звісно, що достовірна можлива після перемоги, але без цього не можна ні забезпечувати життєдіяльність, ні робити короткострокові прогнози, ні планувати поступ, не говорячи вже про потребу в фінансовій допомозі з-за кордону чи плануванні обсягів суми допомоги від Уряду на відновлення пошкодженого чи втраченого майна. Тому, облік збитків, облік активів і т. д. – першочергове завдання, яке стоїть перед громадами, особливо тими, які після деокупації.

В підсумку варто зазначити, що в умовах війни, яку нав'язала нам Росія, загострилась низка викликів, ризиків та проблем, які торкнулися всіх без виключення територіальних громад (міських, сільських, селищних) України і які потрібно враховувати на майбутнє. Уже сьогодні є розуміння того, що соціально-економічне становище багатьох територій суттєво змінилося (порівняно з минулим роком). Інший аргумент, який матиме вагоме значення при плануванні

розвитку громад – величезний вплив тимчасово переміщених осіб (ТПО) (наприклад, на захід України), а отже і зміна демографічної ситуації. Питання, яке потребує першочергової відповіді: яка частина ТПО залишиться? Скільки робочих місць буде відкрито? Як їх залучати в економіку громад? Які види діяльності відкривати і т. ін.

Література.

1. Україна втратила 564,9 млрд \$ через повномасштабне вторгнення Росії. URL: <https://hromadske.ua/posts/ukrayina-vtratile-dollar5649-mlrd-cherez-povnomasshtabne-vtorgnennya-rosiiv>

2. Нариси про відбудову України. URL: <https://voxukraine.org/category/voks-informue/>

3. Прямі втрати через руйнування та пошкодження цивільної інфраструктури, тільки ті, які задокументовані в публічних джерелах, за останній тиждень зросли на понад \$ 5 млрд. URL: <https://kse.ua/ua/about-the-school/news/za-ostanniy-tizhden-vtrati-naneseni-vnaslidok-ruynuvannya-ta-poshkodzhennya-infrastrukturi-ukrayini-v-hodi-viyini-zrosli-na-ponad-5-mlrd/>

4. War in the Region. URL: <https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/37268/9781464818660.pdf>

ДО ПИТАННЯ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ ПРОМИСЛОВОГО БІЗНЕСУ

КАЛАМАН О.Б., Д.Е.Н., ПРОФЕСОР,

МАНДРИКІН Д.В., АСИСТЕНТ,

ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Сучасне економічне середовище промислового бізнесу характеризується згасанням традиційних для вітчизняної економіки чинників зростання. З одного боку, ризики настання нової світової фінансової нестабільності зумовляють негативний тиск на кон'юнктуру сировинних ринків, що мінімізує потенціал державної участі в інноваційному вдосконаленні промислового сектору національної економіки. З іншого - інституційна та інфраструктурна недосконалість економічного середовища програмує низький рівень інвестиційної привабливості промислового сектора, закриваючи можливість фінансування дефіциту інвестиційних ресурсів міжнародним ринком капіталу. І, нарешті, з третього боку, структурування та глобалізація споживчих ринків тягне за собою

загострення конкуренції та збільшення споживчих вимог до якості продукції, що випускається вітчизняним бізнесом.

У цій ситуації одним із напрямів вирішення проблеми підвищення ефективності та конкурентоспроможності промислового бізнесу є розробка та застосування нових форм стратегічного планування, які дозволять більшою мірою генерувати прибуток, збільшувати капіталізацію (у т. ч. за рахунок ефективного брендингу), а також забезпечувати приріст конкурентних позицій вітчизняних промислових підприємств у світовому економічному просторі.

У зв'язку з цим доцільно розглянути стратегічне планування як функцію управління, виділивши її специфічні характеристики залежно від етапу розвитку продуктивних сил економічних систем.

Управління підприємством як наукова концепція бере свій початок у ХХ ст. Концептуальними родоначальниками є представники школи наукового менеджменту (Фредерік У. Тейлор, Френк Б. Гілберт, Генрі Л. Гантт тощо) та класичної школи управління (Г. Емерсон, А. Файоль, Л. Урвік, М. Вебер). Розвиток продуктивних сил підштовхувало представників цих двох шкіл до осмислення процесу планування з позиції ефективного використання ресурсів, основу яких становили сировинні.

Такий спрощений підхід давав певні результати аж до середини ХХ ст. – часу появи транснаціональних корпорацій, ускладнення міжкорпоративних зв'язків та посилення конкуренції. Внутрішньофірмові ускладнення та розвиток конкуренції зумовили потребу у виборі стратегічних пріоритетів розвитку підприємства. Таким чином, зароджується нова концепція стратегічного планування, яка покликана дати відповідь на питання, як ефективніше використовувати ресурси в довгостроковій перспективі.

Розвитку концепції стратегічного планування послужили праці Альфреда Д. Чандлера, І. Ансоффа, і навіть Кеннета Ендрюса. Альфред Д. Чандлер у своїх працях зміщував акцент на алгоритми оптимального співвіднесення структури підприємства та характеру зовнішнього оточення. Іншими словами, його теорія базувалася на пропозиції адаптаційних моделей внутрішнього середовища підприємства до зовнішніх викликів та умов. Тим не менш, спроба систематизувати різні стани зовнішнього середовища не дала практичного результату через багатоваріантність станів зовнішнього середовища.

Кеннет Ендрюс досліджував роль найвищого керівництва у формуванні довгострокових стратегічних планів підприємства. Під

впливом наукових уявлень К. Ендрюса було сформовано сучасну парадигму стратегічного менеджменту з позиції ролей та функцій вищого керівництва. Дана концепція ефективна у застосуванні всередині великих компаній, однак у малому та середньому бізнесі її застосування утруднене через часткове дублювання та «замикання» низки управлінських функцій на одній людині.

Ігор Ансофф приділяв особливу увагу процесам алгоритмізації стратегічного планування. У його теорії лежить сценарне планування ефективного використання ресурсів підприємства. Проте підхід І. Ансоффа є досить складним для практичного використання, оскільки відсутні майстер-плани та конкретні дорожні карти конструювання стратегії розвитку бізнесу. У цей час робляться спроби формалізувати стратегічне планування як функцію управління. Наукові суперечки про необхідність стратегічного планування переходять у площину спору та вибору найефективнішої системи стратегічного планування.

Література.

1. Chandler A. D. Strategy and Structure: A Chapter in History of Industrial Enterprises. Cambridge, Mass, MIT. Press, 1962. 490 p.
2. Andrews K.R. Corporate strategy as vital function of the board. Harvard Business Review. 1981. vol. 59. № 6, pp. 174-180.
3. Ансофф І. Стратегічне управління. М.: Економіка, 1989. 358 с.
4. Каламан О.Б., Скрібанс В., Мандрикін Д.В. Методологія формування показників ефективності стратегічних управлінських рішень на промислових підприємствах. *Економічні інновації*. 2021. Т. 23. Вип. 2 (79). С. 87-96.

ФІНАНСОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

***МАРМУЛЬ А.О., Д.Е.Н., ПРОФЕСОР,
КУЧЕРЕНКО С.Ю., К.Е.Н., ДОЦЕНТ,
ЛЕВАЄВА А.Ю., К.Е.Н., ДОЦЕНТ,***

УНІВЕРСИТЕТ ГРИГОРІЯ СКОВОРОДИ У ПЕРЕЯСЛАВІ

Управління формуванням та підвищенням конкурентоспроможності аграрного виробництва в Україні належать до пріоритетних завдань економічного розвитку національної економіки. Це залежить від особливої важливості

сільськогосподарського підприємництва у забезпеченні збереження та відтворення довкілля, аграрного ринку, здійснення зовнішньоекономічних зв'язків та встановлення національної продовольчої безпеки.

Актуальність вирішення проблеми конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств посилюється фактором членства країни у Світовій організації торгівлі (СОТ). Тільки конкурентоспроможні підприємства можуть виробляти продукти харчування відповідно до вимог міжнародних стандартів та використовувати переваги міжнародного співробітництва для інвестування у сільськогосподарське виробництво та продаж продуктів харчування, позики, сертифікацію, страхування, науково-технічну підтримку [1].

При цьому важливо враховувати регіональні особливості функціонування сільськогосподарських підприємств та формування ринку зерна. Конкурентоспроможність визначає статус та роль сільськогосподарських підприємств у регіоні, а також у країні та за кордоном [2, с. 153]. З іншої сторони, її основоположними чинниками виступають фінансово-економічна стійкість та безпека суб'єктів господарювання. Адже у випадку проблем з названими аспектами функціонування мова може йти тільки про виживання агробізнесу.

З точки зору управління завданнями розвитку сільського господарства, підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств є одним з пріоритетних та найбільш проблемних. Ми вважаємо, що особливу увагу слід приділити забезпеченню інтеграції національного нагляду та підприємницьких ініціатив для вдосконалення організації та економічного механізму управління; розглянути міжнародні норми та стандарти виробництва, пов'язані зі СОТ. Велике значення має узгодження державних, регіональних та місцевих умов і потреб (інтересів) і відповідних рівнів управління щодо розвитку конкурентоспроможності [3, с. 96]. Так, відповідно до специфіки розміщення аграрних підприємств пріоритетним може бути відродження зрошення; відновлення селекційної роботи; створення належної ринкової інфраструктури; забезпечення ефективності операційної діяльності.

Конкурентоспроможність сільськогосподарських підприємств відображає їх здатність виробляти та продавати високоякісну сільськогосподарську продукцію та загальний обсяг запасів (ресурсний потенціал, спеціалізація та диверсифікація виробництва, інновації, організація та управління). При цьому конкурентоспроможність залежить від наявних тих або інших конкурентних переваг. В якості

основоположних до їх сукупності слід додати фінансову стійкість й економічну безпеку. Крім того, її можна ідентифікувати лише шляхом порівняння сільськогосподарських підприємств певної галузі у межах регіону, країни, всесвітнього аграрного ринку.

Організаційно-економічний механізм управління підвищення конкурентоспроможності аграрних підприємств охоплює методи зміцнення їх фінансової стійкості й економічної безпеки [4, с. 8]. Крім того, він включає заходи щодо забезпечення вітчизняних виробників з точки зору регуляторної та законодавчої підтримки; бюджетної допомоги; цінової політики продуктів харчування; фінансової та кредитної підтримки основних видів діяльності й сільськогосподарської інфраструктури та нагляду за оподаткуванням; стандартизації якості сировини та готової продукції; сільськогосподарська продукція; моніторингу аграрного ринку та маркетингових стратегій для підвищення конкурентоспроможності.

Література.

1. Ігнатенко М.М., Леваєва Л.Ю., Романюк І.А. Інформаційне забезпечення організаційно-економічних пріоритетів розвитку фермерських господарств і сільськогосподарських підприємств. *Ефективна економіка*. 2020. № 5. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7854>

2. Мармуль Л.О. Роль стратегічного аналізу в управлінні виробничою діяльністю сільськогосподарських підприємств *Наукові праці Полтавської державної аграрної академії*. 2011. Вип. 2, Т. 1. С. 152-156.

3. Мармуль Л.О., Романюк І.А., Полегенько А.С. Конкурентоспроможність плодоовочевої продукції та маркетингові стратегії розвитку її ринку. *Причорноморські економічні студії*. Вип. 1. 2016. С. 95-98.

4. Ігнатенко М.М. Управління органічним виробництвом аграрних підприємств на засадах здійснення соціальної відповідальності. *Економіка і фінанси*. 2015. № 12. С. 4-11.

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНІ ІНСТРУМЕНТИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РЕЛОКАЦІЇ БІЗНЕСУ В УМОВАХ ВІЙНИ

**Мульська О.П., Д.Е.Н., С.Д.,
ДУ «ІНСТИТУТ РЕГІОНАЛЬНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ
ІМЕНІ М.І. ДОЛІШНЬОГО НАН УКРАЇНИ»**

Новітні виклики та загрози, які сформувався унаслідок російсько-української війни, призвели до порушення стійкості соціально-економічної системи країни, зниження ефективності

процесів господарювання, лімітування конкурентоспроможності вітчизняних виробничо-господарських комплексів, а також посилення дисоптимуму трансформацій у сфері суспільно-економічних відносин. Забезпечення соціально-економічної стабілізації областей Карпатського регіону України є фундаментальною передумовою не лише гарантування відповідної якості життя населення в умовах війни, але й мінімізації конфліктного середовища в суспільстві, зниження соціальної напруги та зростання рівня задоволеності інтересів громадян.

Відсутність або подальше суттєве зниження ділової активності бізнесу в країні призведе до стагнації національної і регіональних економік зокрема. Оскільки підприємницький сектор є каталізатором активізації процесів індустріалізації, економічного та інноваційно-технологічного поступу, інструментом нівелювання загроз і ризиків національній і фінансово-економічній безпеці регіонів, збереження і розвиток бізнес потенціалу та промислового капіталу є пріоритетним напрямом реалізації економічної політики в умовах війни.

Неоднозначним серед детермінант соціально-економічної стабілізації ситуації є вплив масштабування міграційних процесів бізнесу до областей Карпатського регіону, які, з одного боку, дозволяють зберегти бізнес і робочі місця, однак, критичні ризики яких формалізуються у значній втраті ресурсного (фінансово-інвестиційного, інтелектуально-кадрового, інноваційно-технологічного) забезпечення регіональних економік, звідки бізнес мігрує. Потреба активізації та вдосконалення інструментарію державної підтримки місцевого бізнесу та релокованих елементів господарської системи в умовах виникнення екзистенційних викликів сьогодення [1] зумовлена необхідністю збереження і розвитку потенціалу підприємницького сектору задля відновлення економічного зростання і безпеки країни та її територій, капіталізації факторів виробництва й інноваційного поступу.

Згідно результатів дослідження польського агентства з працевлаштування «EWL», на початок 2019 р. близько третини трудових мігрантів з України до Польщі планували відкриття тут власної справи (перспективними видами економічної діяльності розглядалися роздрібна торгівля та сектор споживчих послуг, будівельні послуги, готельно-ресторанний бізнес, транспорт і логістика, сфера розваг); за даними дослідження польського агентства зайнятості «Gremi Personal» на початок 2021 р. близько 80 % економічних українських мігрантів у Польщі мали намір розпочати

власний бізнес і частка таких осіб за останній рік зросла на третину; за інформацією, яку подає «Rzeczpospolita» з посиланням на реєстри ZUS, чисельність українців – власників суб'єктів малого підприємництва в Польщі з 2020 по 2021 рік збільшилася на близько 20 %, досягши 5,9 тис. осіб [2]. При цьому, якщо раніше українці пробували працювати на засадах субпідряду (будівництво, сектор клінігу), то тепер це все частіше офіційно зареєстровані суб'єкти господарювання, більше того часто зі змішаним капіталом – українським, польським, німецьким, нідерландським.

Для України ці тенденції критично загрозливі, адже особи, здібні до підприємництва, – особливий клас суспільства – креативні люди, що схильні до ризику, вміють долати труднощі на шляху від започаткування до розвитку власної справи, створюють нові робочі місця та генерують інноваційні ідеї, рішення. Фактично, разом з міграцією бізнесу відбувається й переміщення капіталу та інших активів, серед яких особливе значення відводиться нематеріальним, а особливо – об'єктам інтелектуальної власності, які, фактично, є узаконеними результатами інноваційної діяльності і набуття їх власниками статусу нерезидента збіднює інноваційно-технологічну компоненту конкурентоспроможності національної економіки.

В умовах війни центральними та місцевими органами державної влади реалізовані численні заходи щодо стабілізації діяльності підприємницького сектору в Україні, організаційно-фінансової підтримки релокованого бізнесу та зменшення поточних і потенційних ризиків, загроз. Зокрема, прийнято:

– постанову КМУ № 305 від 17.03.2022 р., що регламентує безоплатне перевезення майна вітчизняних підприємств, установ та організацій згідно з переліком, який формується Міністерством економіки України і передається до Міністерства інфраструктури України [3];

– розпорядження КМУ № 246-р від 25.03.2022 р, яке передбачає план невідкладних заходів з переміщення у разі потреби виробничих потужностей суб'єктів господарювання з територій, де ведуться бойові дії та/або є загроза бойових дій, на безпечну територію [4];

– програму Міністерства економіки України з релокації підприємств, яка передбачає надання пакету державної підтримки щодо підбору місця розташування для потужностей підприємства, перевезення на нову локацію; сприяння в розселенні працівників та пошуку нових співробітників; відновлення логістики, закупівлі сировини та пошуку ринків збуту [5].

У Львівській області розроблено Програму підтримки бізнесу на період воєнного стану, якою можуть скористатися, як релоковані з інших областей України підприємства, так і підприємці, які працювали в області до війни. За результатами реалізації Програми планується створити понад 2,5 тис. додаткових робочих місць, охопити 250 суб'єктів господарювання. В інших областях Карпатського регіону не спостерігається активності щодо розробки регіональних програм підтримки бізнесу, які б сприяли релокації чи евакуації підприємств.

За ініціативи уряду здійснено інші інформаційно-організаційні заходи щодо підтримки та забезпечення функціонування релокованого бізнесу в Україні, зокрема на:

центральному рівні:

– розроблено інформаційні платформи з допомоги в релокації бізнесу (restartbusiness.in.ua), основними завданнями яких є гарантування швидкого процесу пошуку місць для відновлення бізнес-процесів та налагодження прямих контактів між територіальними громадами і бізнесами, готовими до релокації;

– уведено в дію безоплатну платформу щодо підтримки релокації бізнесу, яка призначена як для бізнесу, який подав заявки на релокацію, так і для підприємств, які мають наміри допомогти іншим з релокацією;

на регіональному рівні створено:

– telegram-канал, основною метою якого є здійснення моніторингу потреб релокованого та у процесі переміщення бізнесу (Львівська область);

– чат-бот для комунікації владних регіональних органів і релокованих підприємств (Закарпатська область);

– платформу Save Business Now, предметом функціонування якої є інформаційна підтримка релокованого бізнесу (Івано-Франківська область).

Література.

1. An, Y., Kang, Y., & Lee, S. (2014). A study on the impact of soft location factors in the relocation of service and manufacturing firms. *International Journal of Urban Sciences*, 18(3), 327–339. URL: <https://doi.org/10.1080/12265934.2014.893834>

2. Желіховський С. Бізнес-міграція. Українці масово стають польськими підприємцями. URL: https://lb.ua/world/2021/04/01/481246_biznesmigratsiya_ukraintsi_masovo.html

3. Про особливості роботи акціонерного товариства «Укрпошта» в умовах воєнного стану. Постанова КМУ від 17 березня 2022 р. № 305. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/305-2022-%D0%BF#Text>

4. Про затвердження плану невідкладних заходів з переміщення у разі потреби виробничих потужностей суб'єктів господарювання з територій, де ведуться бойові дії та/або є загроза бойових дій, на безпечну територію. Розпорядження КМУ від 25 березня 2022 р. № 246-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/246-2022-%D1%80#Text>

5. Програма релокації підприємств. Міністерства економіки України. URL: <https://me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=3e766cf9-f3ca-4121-8679-e4853640a99a&title=ProgramaRelokatsiiPidprimstv>

6. Львівська ОВА запускає Програму підтримки бізнесу в області на період воєнного стану. URL: https://loda.gov.ua/news?news_departments=21&id=66809

РИНОК СТРАХОВИХ ПОСЛУГ

***ПЕТРЕНКО В.С., Д.Е.Н., ДОЦЕНТ,
ХЕРСОНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ***

На сьогодні загальний страховий ринок оцінюється в 2072,4 мільярда доларів США і становить значну частку світової індустрії фінансових послуг поряд із банківськими справами та страхуванням життя. Індустрія фінансових послуг включає широкий спектр фінансових установ, що пропонують широкий спектр продуктів і послуг. У 1995 році, коли був опублікований перший номер JFSM, ринок фінансових послуг був просто структурований. В основному, обмежена кількість фінансових установ було організовано на основі продуктів, які вони надавали споживачам. Наприклад, у Великобританії банки зосереджені на поточних рахунках, створюючи товариства з іпотеки та ощадних продуктів, а страхові компанії – страхування. Після дерегуляції наприкінці 2000-х і зростання конкуренції на ринку ця чітка диференціація за наданням страхових послуг почала змінюватися. Сьогодні фінансові установи більше не прив'язані лише до свого початкового вузького асортименту. Банки та будівельні товариства пропонують загальне страхування своїм клієнтам, а нові учасники з роздрібною торгівлі та інших секторів також продають страхування. Загальне страхування зараз є як різновидом страхової фінансової установи, так і продуктом у всій фінансовій сфері.

Однак страхування є складним і фрагментованим сектором. Міжнародні вчені виділяють п'ять різних видів страхування, а саме: страхування життя, загальне, складове страхування, страхування здоров'я та морське страхування (синдикати Ллойда) (рис. 1).

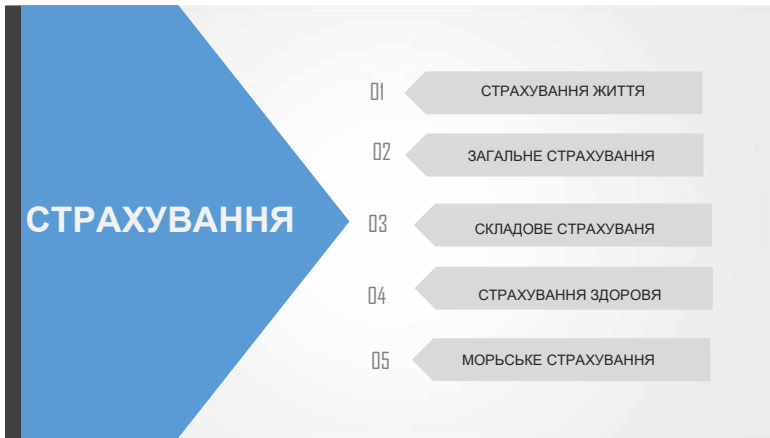


Рис. 1. Види страхування за Енью Вайтом [1]

Деталі кожного із видів страхування відображено в табл. 1., Загальне страхування включає особисте страхування фізичних осіб (наприклад, автотранспорт, будинок, подорожі та домашні тварини), а також комерційне страхування для бізнесу (наприклад, відповідальність, майно, переривання в діяльності).

Таблиця 1

Ринок загального страхування

Вид страхування	Обсяг і продукти
Життя	Страхує життя особи або групи людей на втрату доходу в разі смерті
Загальні	Поділяються на особистий та комерційний. Особисте страхування охоплює приватних осіб, напр. двигун, будинок, подорожі, нещасний випадок і домашня тварина. Комерційне страхування охоплює підприємства, напр. майно, відповідальність, припинення діяльності, кібер, автопарк тощо.
Виробниче	Страхує спеціалістів та робітників, переважно виробничої сфери
Охорона здоров'я	Покриває витрати на медичні послуги у разі хвороби або нещасного випадку. Може надаватись спеціалізованими медичними страховими компаніями. Постійне медичне страхування також надається загальними страховими компаніями, а критичними захворюваннями – страховими компаніями
Морське (Lloyds Specialist)	Покриває ризики у морській сфері страхування від нещасних випадків, майна, морського транспорту, енергетики, автомобілів, авіації та перестраховування.
Такафул	Ісламське страхування, засноване на релігійних (шаріатських) принципах. Включає загальне та сімейне страхування

Страховики пропонують як страхування життя, так і загальне страхування. Хоча медичне страхування часто надається окремим спеціалізованим медичним страхувальником, постійні медичні поліси доступні у загальних страхових компаній. Крім того, вони надають загальні страхові продукти, хоча для більш спеціалізованих ризиків. Вони визначили додаткову категорію страхування: брокери та радники, які представляють посередників, які діють на загальному ринку та ринку життя відповідно. Проте існують інші форми страхування та організації, зокрема перестраховування; Такафул (ісламське страхування); і суміжні професії, наприклад, коригувальників збитків.

Страхованням сьогодні займається також широкий спектр організацій чия основна діяльність була (і може залишатися) поза фінансовими послугами. Деякі зараз працюють як загальні страховики, тоді як інші, по суті, є посередниками, використовуючи сильний бренд для забезпечення страхові продукти для своїх клієнтів. Як прямий результат, ринок сьогодні значно складніший і конкурентоспроможний, ніж 20 років тому.

Література.

1. Waite N. (2001). New entrants in the financial services sector: the case of Kwik-Fit insurance services. *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 19, Issue 5, pp. 213-216.

ПРОГНОЗУВАННЯ ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ

**ШИБАЄВА Н.В., Д.Е.Н., ДОЦЕНТ,
СТОРОЖЕНКО І.П., Д.ФІЗ.-МАТ.Н., ПРОФЕСОР,
БАБАН Т.О., К.Е.Н., ДОЦЕНТ,
ДЕРЖАВНИЙ БІОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Аналіз сучасного стану і прогнозування тенденцій розвитку регіонів є одним з етапів формування політики стійкого розвитку національної економіки та регіональної політики зокрема. Вирівнювання розвитку країн або регіонів всередині країн все частіше стає предметом наукових досліджень. Провідне місце у таких дослідженнях посідає конвергенція. Під конвергенцією розуміють зближення рівня розвитку країн/регіонів у часі.

Питання наявності конвергенції між країнами з різним рівнем економічного розвитку актуалізувалися у 60-70 рр. ХХ ст. Поштовхом

стала модель економічного зростання Р. Солоу, один з висновків якої полягає в тому, що темпи рівноважного економічного зростання будуть вищими за умови вищого показника капіталоозбросності. Згодом, економіки що відстають за показниками, наздоганяють розвинуті.

Дослідження, присвячені розвитку регіонів, активізувалися наприкінці XIX ст. і набули поширення у XX – поч. XXI ст. Це сприяло формуванню неокласичних теорій регіонального розвитку (Дж. Борте, А. Маршал, Х. Зіберт) і теорій кумулятивного зростання (Р. Мюрдаль, А. Вебер, Х. Річардсон).

У дослідженні соціально-економічного розвитку регіонів України було поставлено завдання визначити наявність або відсутність конвергенції за доходами між регіонами з використанням методів сігма і бета конвергенції. Економічні показники, що обрані як база дослідження – валовий регіональний продукт (ВРП) на душу населення (у грн) та коефіцієнт Джинні у розрізі регіонів за період 2004-2019 рр.

У дослідженні в якості методичної основи використана абсолютна конвергенція. Абсолютна конвергенція передбачає однорідність об'єктів і можливість єдиної траєкторії розвитку. Погоджуючись з можливістю наявності суттєвих розбіжностей між регіонами країни за рівнем забезпеченості ресурсами, інституційною спроможністю, вважаємо, що такі розбіжності в середині країни є значно меншими ніж між країнами. Тому вірогідність наявності абсолютної конвергенції між регіонами країни суттєво вище, ніж між країнами. Для визначення тенденції зближення економічних показників між регіонами було застосовано методи сігма (для з'ясування динаміки нерівності) та бета конвергенції (для з'ясування можливості відносно бідних регіонів наздогнати багаті).

Економічний розвиток регіонів України у 90-ті роки XX і на початку XXI ст. відбувався під впливом ендегенних (кількість і якість ресурсів, переваги геополітичного розташування) та екзогенних факторів (інструменти державної регіональної політики). Для підвищення ефективності регіональної політики, як екзогенного фактору регіонального розвитку, в Україні із 2005 р. запроваджено стратегічне планування регіонального розвитку шляхом реалізації Державних Стратегій регіонального розвитку (ДСРР). У 2021 р. прийнято вже третю ДСРР на період до 2027 р. У цьому аспекті важливими є два питання: 1) як впливає нерівномірність на соціально-економічний розвиток регіонів; 2) яка роль держави у нівелюванні розбіжностей розвитку окремих регіонів.

В економічній науці і практиці немає однозначних відповідей на ці питання. Якщо зменшення диспропорцій на рівні регіонів підвищує економічну, екологічну, соціальну ефективність національної економіки, то суттєве збільшення уваги до функціональних та інституційних аспектів реалізації регіональної політики, визначення у якості самостійних цілей/задач регіонального вирівнювання є необхідною складовою державних заходів.

Тому було протестовано динаміку нерівності розвитку регіонів України у період з 2004-2019 рр. Період охоплює роки у яких регіональна політика проводилася за відсутності стратегічного планування (2004-2005) та з його використанням (2006-2019). Перевірка проводилася на наявність σ -конвергенції та абсолютної β -конвергенції. Залежною змінною був ВРП на душу населення у поточних цінах. Аналіз у фактичних цінах дозволив визначити рівень диференціації регіонів у поточний момент.

Для всього аналізованого періоду не була виявлена абсолютна бета конвергенція. Відповідно, можливості відносно бідних регіонів наздогнати багаті регіони України у середньостроковому періоді відсутні.

На основі розрахунків визначено, що середньостатистичному регіону для подолання половини відстані до стійкого стану потрібно 14,6 років, що відповідає швидкості конвергенції 3,37 % на рік.

Цілі ДСРР на період 2006-2015 рр. та ДСРР на період 2015-2020 рр. не було досягнуто, але це ускладнюється за виявлених тенденцій. Отримані результати важливі у контексті підвищення рівня життя в регіонах та відповідно в економіці країни та мають прикладне значення у процесі формування і реалізації ДСРР.

Література.

1. «Про затвердження Державної стратегії регіонального розвитку на 2021-2027 роки» Постанова Кабінету міністрів України від 5 серпня 2020 р. № 695. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/695-2020-%D0%BF#Text>

2. Гур'янова А.С. Моделі оцінки впливу факторів циклоутворень на конвергентно-дивергентну динаміку розвитку регіонів. *Інтелект XXI*. 2015. № 6. С. 37-45.

3. Козирева О.В., Кизим М.О. Оцінка β -конвергенції соціально-економічного розвитку регіонів України. *Проблеми економіки*. 2016. № 3. С. 104-114.

4. Офіційний веб-сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

5. Ропотан І.В. Конвергенція сталого розвитку: поняття та сутність термінології. *Економічний форум*. 2013. № 3. С. 65-67.

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ СПОЖИВЧОГО ПОПИТУ НА ПРОДУКТИ ХАРЧУВАННЯ У СІЛЬСЬКИХ ДОМОГОСПОДАРСТВ

*Шиян Д.В., д.е.н., професор,
Севрюкова Є.О., аспірант,
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ*

Агресія Росії проти нашої держави відсуває на другий план багато інших проблем та питань які були актуальні у мирний час. Разом з тим, після завершення військових дій наша держава повернеться до звичайного життя, відродження економіки та зруйнованого господарства. Все це дасть можливість повернутись до економічного зростання та підвищення якості життя населення. Відтак питання які були актуальні на передодні війни знову будуть потребувати свого вирішення вже нових умовах. Одне цих питань, які завжди знаходяться в центрі уваги як науковців, так і суспільства, пов'язане з рівнем харчування та відповідно якістю життя сільського населення в залежності від рівня доходів. Крім того, в Україні, ще з радянських часів продовжує зберігатися різниця в рівні життя сільського та міського населення. Це в значній мірі, стосується і особливостей формування попиту на продукти харчування.

Проблеми якості життя населення виступають центральним елементом формування людського капіталу [1-4]. Дана проблема має різні аспекти та складові. Нами були вирішено дослідити яким чином споживання продуктів харчування пов'язане з рівнем доходів домогосподарств на сільських територіях та у великих містах. В якості бази дослідження були використанні дані державних статистичних спостережень домогосподарств за основними показниками щодо доходів, витрат та умов життя. Результати даного обстеження отримали назву «Анонімні мікродані по особах, які входять до складу домогосподарства» за 2020 рік [5]. Файл по домогосподарствах сформовано на підставі опитування 7849 домогосподарства. В процесі обстеження були отриманні дані по доходам та ресурсам, окремі соціально-демографічних характеристики домогосподарств, витрат домогосподарств, споживання домогосподарствами продуктів харчування, окремих характеристик житла, наявності товарів тривалого користування, самооцінки респондентами рівня своїх доходів тощо Також респонденти відповідали на питання відносно типу населеного пункту де вони мешкають. На дане питання було три варіанта відповіді: велике місто, мале місто та сільська місцевість. Саме за даним критерієм

та рівнем доходів домогосподарств і було вирішено поділити досліджувану сукупність. Отримані результати наведені в таблиці.

Таблиця

**Вплив рівня доходів домогосподарств
на рівень споживання окремих продуктів харчування в
домогосподарствах України у 2020 році**

Показники	Величина доходу, грн										
	до 40000	40000,1- -60000	60000,1- -80000	80000,1- -100000	10000,1- 120000	120000,1- -140000	140000,1- -160000	160000,1- -180000	180000,1- -200000	20000,1- 240000	більш 240000
Грошовий дохід, грн											
велике місто	30701	50221	70165	89567	109675	129753	149197	169640	189413	217366	328831
сільська територія	32331	49628	69838	90217	108854	128880	149683	170193	189319	219210	306570
Кількість											
велике місто	205	379	316	288	261	215	186	144	106	152	206
сільська територія	420	578	515	405	320	212	215	154	106	136	157
М'ясо, грн											
велике місто	4336	6414	8432	10470	11798	13415	13741	16573	16081	17961	19462
сільська територія	3169	3969	5334	6315	6751	7492	8413	9410	10535	11250	14148
Риба, грн											
велике місто	1075	1448	1928	2605	2632	3215	3147	3530	3751	3873	4663
сільська територія	1031	1423	2007	2407	2497	2859	2946	3402	3434	4197	4762

Було встановлено, що має місце тісна залежність між рівнем доходу рівнем споживання окремих продуктів харчування. Крім того, встановлено, що рівень доходів та споживання продуктів харчування у великих містах суттєво перевищував його величину в сільській місцевості. Це є свідченням того, що різниця в якості життя сільського та міського населення залишається суттєвим фактором, формування міграції з сільських територій.

Література.

1. Мельничук Д.П. Людський капітал: пріоритети модернізації суспільства у контексті поліпшення якості життя населення. Житомир: Полісся, 2015. 564 с.
2. Грیشнова О.А. Людський капітал: формування в системі освіти і професійної підготовки. Київ: «Знання», 2001. 254 с.
3. Грیشнова О.А., Брінцева О.Г. Конкурентоспроможність вищої освіти і працівників: як створюється фактивний людський капітал? *Ринок праці та зайнятість населення*. 2018. № 1. С. 15-20.
4. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования. Москва: Academia, 1999. 956 с.
6. Анонімні мікродані по особах, які входять до складу домогосподарства. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 13.06.2022).

СУЧАСНИЙ СТАН І ПРОБЛЕМИ ХАРЧУВАННЯ НАСЕЛЕННЯ

*ЯЦУН Л.М., Д.Е.Н., ПРОФЕСОР,
ДЕРЖАВНИЙ БІОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ*

Кафедрами Державного біотехнологічного університету (ДБТУ) проводяться обстеження стану харчування українців та зокрема харків'ян, які свідчать про наявність багатьох проблем як у споживанні, так і на всьому шляху руху продовольства від вирощування агросировини рослинного та тваринного походження, її переробки, виробництва харчової продукції, експорту та імпорту, реалізації в оптовій та роздрібній торгівлі, організації споживання різних верств населення в закладах ресторанного харчування до кінцевого пункту – сімейного столу. При калорійності добового раціону українців у 2860 ккал як загально визнаний індикатор обсягів харчування і не такий критичний (3200 ккал за фізіологічними нормами), якість харчування – незадовільна. Традиційно українці недостатньо споживали білкових продуктів (м'яса, риби, молока) та свіжих овочів і фруктів, в той час як хлібобулочних виробів, картоплі та жирів споживали більше фізіологічних норм.

Харчування є первісною необхідною умовою існування всіх живих істот, виконує функції біо-енерго-імунно-пластико-інфо-реабілітаційного забезпечення людського організму, на 60-85 % впливає на стан здоров'я, тривалість життя, самопочуття, емоції, аліментарні хвороби та інші цінності нашого існування, рівень, якість та вартість життя. Витрачають українці на досить скромне харчування більше 55 % всіх витрат домогосподарств, порівняно з 9-12 % в інших країнах, але в абсолютних показниках всього біля 2-3 доларів США на добу.

Забезпечує наше харчування багато операторів харчового ланцюга – від агросектору, переробної та харчової промисловості до продовольчої торгівлі та ресторанного господарства, яких поєднують в досить розгалужену вертикально та горизонтально інтегровану структуру агропродовольчого комплексу (кластер) країни чи окремої області і який в ринкових умовах суттєво трансформується як за складом учасників, так і за видами діяльності. Частка АПК у ВВП країни складає 37 %, 47 % експорту, податків – 14 %. Щоб нагодувати 1 тис. населення в агросекторі працює 7 осіб, в переробній та харчовій

промисловості – 6, в продовольчій торгівлі – 10, в ресторанному господарстві – 2 і всього більше 30 працюючих, тобто майже 40 % всіх зайнятих в економіці країни.

Детальний аналіз вказує на загрозові тенденції падіння виробництва життєво важливих видів продовольства, яке після 1990 р. так і не відновилось. Звідси випливають і різні сценарії – від песимістичних до оптимістичних. На шляху розвитку секторів АПК постійно з'являються нові виклики, бар'єри та проблеми: в секторі торгівлі – це невідповідність якості продуктів стандартам ЄС, тінізація ринку, неузгодженість взаємодії з виробниками та постачальниками продовольства, нестача оборотних коштів та кредитів, низька продуктивність праці та багато інших.

Національна економічна стратегія «Україна 2030» передбачає масштабні завдання прискореного розвитку країни та АПК – підвищити частку переробленої харчової продукції з сьогоднішніх 12 % до 50 %, обсяг експорту АПК – довести до 150 млрд. дол. США, з 1 га виробляти не менше ніж на 1,5 тис. дол. США експортної та органічної продукції, обсяг високотехнологічних сервісів збільшити до 1 млрд. дол. США, підняти міжнародну репутацію та рейтинги України як світового виробника та «екологічного продовольчого супермаркету Європи».

Вирішенням проблем харчування українців та харків'ян можуть стати узгоджені цільові стратегії розвитку всіх секторів продовольчого комплексу за участю науки, освіти і влади, а також регіональні стратегії АПК, які б давали відповіді на питання моніторингу стану ринку продовольства, визначення балансів виробництва, переробки, продажу та споживання, узгодження механізмів реалізації секторальних стратегій розвитку, інвестиційного, наукового та кадрового забезпечення. Такі цільові Програми, галузеві (секторальні) Концепції розвитку будуть розширювати та доповнювати загальні Стратегії соціально-економічного розвитку країни та регіонів, що і пропонується започаткувати на основі приватно-публічного партнерства та взаємодії науки, бізнесу та влади.

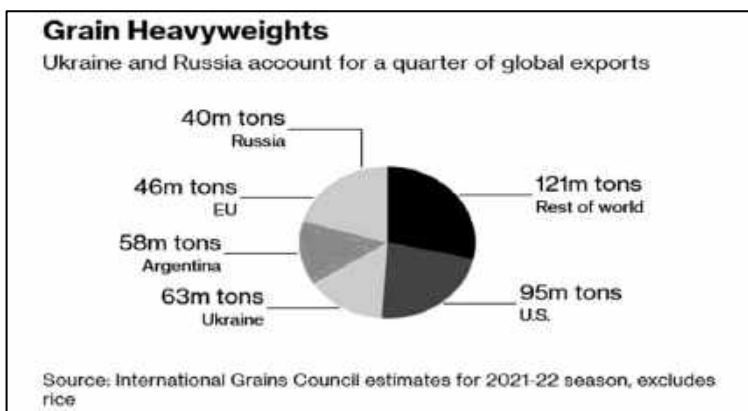
Література.

1. Черевко О.І., Михайлов В.В., Яцун Л.М. Методологічні засади формування регіональних концепцій розвитку харчової промисловості. *Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг*: зб. наук. пр. у 2-х ч. Ч. 1. Харків: ХДУХТ. 2018. Вип. 2(28). С. 12-17.

EXACERBATION OF THE PROBLEM OF FOOD SECURITY IN THE WORLD THROUGH THE RUSSIAN-UKRAINIAN WAR

*CHEREDNICHENKO O.O., PH.D., ASSOCIATE PROFESSOR,
NATIONAL UNIVERSITY OF LIFE AND
ENVIRONMENTAL SCIENCES OF UKRAINE*

Protecting the vital interests of the citizen, in particular, unimpeded access to food is a guaranteed priority of any country in the world [1].



**Fig. 1. Leading countries in grain exports
in the season 2021-2022, excluding rice**

Eastern Europe is a leader in the supply of agricultural products to the world market. In general, the countries of the region, primarily Ukraine and Russia, account for about 30 % of world wheat exports, 20 % of corn exports and 80 % of sunflower oil exports.

Exports of grain from Ukraine in the current season (July 2021 – June 2022) were estimated at 56-60 million tons, of which more than 30 million tons were exported at the end of last year. Russia's export potential for the current season is 43 million tons, more than half of which is exported [2].

It is estimated that the number of people in the world who directly or indirectly depend on the supply of these products is at least half a billion. If the Russian invasion continues, it will make it impossible to produce and export. The situation could provoke the collapse of global food markets [3].

The hot phase of the war began at 4:44 on February 24, 2022. The consequences of the invasion of Ukraine will be felt in various situations from problematic to catastrophic. The poorer sections of the population, who generally spend a significant percentage of their income on food, now feel even more stressed. Perhaps rising food prices - based on other economic, social and political frustrations - could help fuel social unrest, as happened in Libya in 2011.

Also, the destruction of logistics routes for the transportation of mineral fertilizers will have negative consequences, especially given that Russia is one of the world's largest suppliers of fertilizers and related raw materials, including natural gas, potassium and ammonia.

Human Rights Watch has warned that Russia's war against Ukraine could exacerbate famine in North Africa and the Middle East, leading to a new wave of illegal migration to Europe and America, as well as possible disease outbreaks, including COVID-19 [4].

Moreover, disrupted communications, sales channels and less food supply will particularly affect developing countries. Failure to take the necessary measures, such as reimbursement of fertilizer costs, will lead to a new economic crisis.

Food is not only a need without which people cannot exist, but also one of the factors that affect a person's ability to work.

Ukraine needs to be provided with access to a port in the Mediterranean for safe grain exports in the near future. It will not be superfluous to increase oil production to reduce the price of fuel and all goods transported.

The EU has set aside € 500 million to support farmers and food producers, but that amount is not enough, it needs to be doubled, or tax breaks need to be introduced and critical infrastructure developed. Additional land for cultivation will also be introduced [5].

Without a safe sky and sea routes, one cannot expect stable food supplies. The Ukrainian authorities have already responded to the situation and given Ukrainian farmers the opportunity to obtain a loan of up to UAH 60 million at 0 % under the expanded program «Affordable Loans 5-7-9 %».

It is clear that a full end to the war will improve the food situation, investors will have more confidence that their assets in Ukraine will not be affected, and will invest more money. But until the war is over, the state can introduce insurance for all foreign capital in the agricultural, reproductive, nuclear, IT economies, because these industries are critical in the war and postwar periods. Also, Kyiv, Kharkiv, Mariupol must introduce a reduction in income taxes for a period of 10 years. For urban activities, this will help their recovery and attract both financial and human capital.

Also in the long run, humanity must replace gas consumption with electricity, in particular, generated by renewable and nuclear energy.

Literature.

1. Грузинська І. Продовольча безпека: як війна Росії проти України загрожує всьому світу? URL: <https://brdo.com.ua/news/prodovolcha-nebezpeka-yak-vijna-rosiyi-proti-ukrayiny-zagrozhuve-vsomu-svitu>
2. Databank: Ukraine production and trade (main grains & oilseeds/products). URL: <https://www.igc.int/en/downloads/2022/gen2122misc1.pdf>
3. Квітка Г. Відлуння війни в Україні: світ готується до продовольчої кризи. URL: <http://www.golos.com.ua/article/357190>
4. Piñeiro V., Elverdin P. Global food and water security, trade, and market stability. URL: https://www.g20-insights.org/policy_briefs/global-food-and-water-security-trade-and-market-stability/
5. O'Donnell C. MEP argues €500 million EU support package 'not enough'. URL: <https://www.agriland.ie/farming-news/mep-argues-e500-million-eu-support-package-not-enough>

TRANSFORMATION OF THE EDUCATIONAL SPHERE IN RESPONSE TO CURRENT GLOBAL CHANGES AND TRENDS

***GORBACHOV P., STUDENT,
STATE UNIVERSITY OF TRADE AND ECONOMICS***

In the last 10-15 years, the education sector has been reforming in both developed and developing countries. This is due to the fact that education is turning from a method of transferring knowledge into a powerful mechanism for adjusting society to a rapidly changing economic and social environment. Social innovations are becoming important elements of development, as social processes are now becoming more dynamic. At the same time, the education system itself must change in order to provide an effective solution to new problems in itself. Thus, the earlier challenges associated with technological development and powerful economic changes were supplemented by social ones. The development of education is increasingly seen as a condition and prerequisite for the qualitative development of the economy and the social sphere [1]. Human capital plays an increasingly important role in the modern economy.

* Supervisor – Zhuk O.S., PhD in Economics, associate professor

Lifelong learning is one of the trends in education. One of the most significant places in the modern education system is occupied by continuous professional development, professional retraining and reskilling. This ensures that the labor skills of employees are adjusted to the new conditions of economic activity, including the transition to fundamentally new areas, and solves the problems of personal growth, meeting the need for self-realization and, at the same time, adapting to a rapidly changing social environment, new opportunities and risks.

How to prepare the education system for the perception, learning and values of the next generations?

After all, if you do not think two steps ahead, then the system runs the risk of starting to stall, catching up with more adaptive social institutions.

In the implementation of this task, the following sequence should be distinguished: personalized learning, an independent assessment system, self-learning using artificial intelligence systems, the implementation of interaction in the field of big data, and the development of skills for the future.

Nowadays, the main trend in the global labor market is the increase in positions that require non-routine skills and abilities. It not only gives impetus to an innovative economy, but also leads to the need for highly developed adaptive skills among workers. To remain relevant in the age of artificial intelligence, young people will have to constantly learn, acquire new skills and change the type of activity [2].

The following promising areas of future education can be distinguished: big data analytics, artificial intelligence, autonomous robots, autonomous vehicles and UAVs, cloud computing, quantum computing, the Internet of things, augmented reality, virtual reality and the metaverse, modeling and simulators, 3 D printing, nanotechnologies and neurotechnologies, blockchain, information security [3].

One of the current challenges for education nowadays is political and social instability in the world. According to new UN data, 5.5 million people have left the country since Russia's attack on Ukraine on February 24. Thousands of Ukrainian students have been forced to relocate to another city or country due to the war, and many universities in hotspots are unable to study even remotely. Due to this fact, a number of Ukrainian universities offer academic support to students who cannot attend classes. Foreign universities are joining in helping Ukrainian refugees. A number of universities in Spain, the Baltic States, Poland and Switzerland have stated that they are ready to accept our students. The public universities of Castile and Leon (region in northwestern Spain) are ready to offer 100 places for

Ukrainian students with bachelor's, master's and doctoral degrees this semester. Students from Ukraine will be provided with free housing (dormitory, room or apartment), as well as a monthly allowance for general expenses in the amount of 250 to 500 euros.

Minister of Education and Science Serhiy Shkarlet said that during a meeting of the EU Council of Ministers for Education, Youth, Culture and Sport, EU Commissioner Maria Gabriel said that the EU was currently focused on ensuring the sustainability of the European educational space and national education systems in times of crisis. € 200 million from the Erasmus + 2027 budget is reallocated to 2023 to support Ukrainian students and teachers next year; € 25 million is earmarked for scholarships for Ukrainian researchers through a new initiative under the Marie Skłodowska-Curie program - MSCA4Ukraine. This will allow 200 researchers to continue their research for 2 years at the university of an EU member state or a country that is an associate member of Horizon Europe [4].

The Ministry of Education and Science has formed an international coalition whose main goal is to involve a wide range of Ukraine's partners in the defense and restoration of Ukrainian education and science in the face of Russian aggression. The platform for dialogue with international partners is the Sectoral Working Group «Education and Science».

Opportunities for online learning are open to Ukrainian students and universities. In particular, the educational platforms Coursera and EdX open free access to their courses for Ukrainian higher education institutions and their students.

Governments and the international community have a responsibility to remain true to the principles and implement the necessary reforms to not only enable children and youth to have the promised future, but to ensure that all educators do their part to achieve this goal.

Literature.

1. United Nations (2020). Concept Note: Education in the era of COVID-19 and beyond. URL: https://www.un.org/sites/un2.un.org/files/policy_brief_-_education_during_covid-19_and_beyond_russian.pdf

2. OECD (2021), Education at a Glance 2021: OECD Indicators, OECD Publishing, Paris. URL: <https://doi.org/10.1787/b35a14e5-en>

3. Klaus Schwab, Nicholas Davis, Shaping The Fourth Industrial Revolution, World Economic Forum, 320 p.

4. Ministry of Education and Sciences of Ukraine. URL: <https://www.mon.gov.ua>

THE MAIN CAUSES OF UNEMPLOYMENT IN UKRAINE AND MEASURES AIMED AT INCREASING THE LEVEL OF EMPLOYMENT

HRIDIN O. V.,

*CANDIDATE OF ECONOMIC SCIENCES, ASSOCIATE PROFESSOR,
STATE BIOTECHNOLOGICAL UNIVERSITY*

Unemployment is one of the main socio-economic problems that significantly hinders the development of the economy of any country. It is all-encompassing, leads to socio-political tension, causes social instability, due to the deterioration of the level and quality of life of the population. In Ukraine, unemployment is gradually moving towards a critical level and today it has already turned into a real threat to the economic security of the state, which requires the implementation of an appropriate set of measures to reduce it.

It should be noted that unemployment is a problem of the macroeconomic level, due to the influence of a number of factors, the main of which are [4, p. 19-20]: existing structural changes in the economy; significant gaps in legislation; inadequate to the existing situation level of employment program; constant deterioration of the demographic situation; low internal mobility of the labor force; general slowdown in the development of the national economy; negative dynamics and imbalance of prices for basic factors of production; insufficient level of aggregate effective demand; steady growth in inflation; significant seasonal fluctuations in production volumes; low development of scientific and technological progress; low level of professional training and advanced training; the presence of certain discriminatory manifestations in the labor market, etc. The impact of a combination of these factors requires the state to apply a comprehensive and systematic approach to solving the problem of employment.

It should be noted that unemployment leads to certain negative socio-economic consequences and increases the level of social tension in society, affects the decline in the standard of living of the population and professional qualifications. An equally important consequence of it is labor migration, which has now reached significant proportions in Ukraine and poses a significant threat to the future of Ukrainian society, since it not only reduces the human potential of the population of the regions, but also

negatively affects the competitiveness of the country's economy as a whole [4, p. 21].

At the same time, it is an erroneous opinion to consider the only and main reason for migration to be the low level of wages. The global labor market is constantly being transformed, and for many people working abroad today is an opportunity to reach their own potential, gain new modern competencies, achieve career growth, gain a certain social experience, and so on. All this, in order to reduce the outflow of population, requires the introduction of a system of urgent measures to stabilize the national socio-political and socio-economic system of Ukraine [2-3].

Undoubtedly, unemployment as a socio-economic phenomenon is present in every country, since it has not only negative, but also significant positive aspects. In particular, the positive aspects of the growth of the unemployment rate can be attributed [1; 4]: increased competition in the labor market; increased efforts to increase the intensity, productivity of Labor, improve its quality; increase the social value of the workplace; increase the social significance of Labor; stimulate individual entrepreneurial activity; the formation of a favorable investment climate for creating new jobs, etc. At the same time, negative aspects are associated with: the deterioration of the financial situation and, as a result, the living standard of the population; an increase in the burden on the public sector, due to the need to allocate additional allocations to support the unemployed; a reduction in tax revenues; a reduction in GDP production; an increase in social tension in society; a deepening of the problem of social inequality; a decrease in labor activity; an increase in labor migration of the population, etc.

Analyzing the dynamics of the unemployment rate in Ukraine for the period from 2000 to 2021, we note that during these years, according to the state statistics service of Ukraine [6-7] and the Ministry of Finance of Ukraine [5], there was a significant reduction in both the total population, its economically active part, and the number of employed people. At the same time, the share of the economically active population in its total number in 2000 was 43.23 %, while in 2021 only 40.49 %. At the same time, the share of the employed population as a percentage of the economically active population increased by 2.17 % from 87.57 % in 2000 to 89.74 %. The official unemployment rate remained relatively stable before the start of large-scale military operations with slight fluctuations over the years, but the

military situation in the country already has a very negative impact on these processes, but the degree of this impact will directly depend on the duration, scale and level of military escalation. It should also be noted that the lowest unemployment rate was observed in 2006-2007 and amounted to 6.9 %, and the highest in 2000 – 12.4 %. The situation with the dynamics of registered unemployed people and their share in the total number is interesting. Thus, the share of registered unemployed people has decreased by more than 2.5 times in more than twenty years. In 2000, it was 44.82 %, in 2005 it reached the highest level for this period of 55.91 % and began to gradually decline, reaching the lowest level in 2021 – 17.26 %.

The mechanism of social protection of the unemployed in Ukraine today is complex and provides for the interaction of tools of both active and passive influence. In particular, the main tools of active influence include [1; 4]: employment and outplacement; creation of new jobs; training, retraining and advanced training; promotion of self-employment, etc. Tools of passive influence include: providing monetary assistance for unemployment; providing social assistance; providing material assistance during professional training; providing unpaid leave, and so on. At the same time, the tools of active influence on employment are aimed at intensifying efforts, increasing the competitiveness of the unemployed in the labor market, and passive – at compensating for lost labor income during the period of unemployment. Taking this into account, it is the tools of active influence that have a higher level of both economic and social efficiency.

Conclusions. So, it is advisable to identify the following main reasons for the high level of unemployment in Ukraine: structural changes and the decline of the national economy; loss, due to large-scale military operations, a significant part of the production potential, destruction of infrastructure; difficult, dangerous and sometimes harmful working conditions; low level of wages; low level of efficiency of employment services; lack of an effective system of retraining of employees, improving their skills, etc.

Priority measures aimed at increasing the level of employment in the state should be: ensuring the stable development of all spheres of the national economy; creating a favorable investment climate in the country; promoting the development and restoration of high-tech industries on an innovative and investment basis; promoting the creation of new jobs in the field of small and medium-sized businesses; popularizing and state support for self-employment of the population; implementing a set of measures to overcome shadow employment and accelerate the processes of shadowing

the economy; improving working conditions and creating an effective social protection system; improving the remuneration system and increasing its real level; eliminating any discrimination; focusing on the implementation of career guidance measures; developing youth employment programs, in particular through the development of dual education; organizing job fairs; improving the existing system for forecasting the needs of the labor market; introducing an effective mechanism for long-term forecasting of the needs of the economy in the context of professional and qualification groups; creating socio-economic and legal conditions for promoting employment in rural areas, etc. All the proposed measures should be addressed comprehensively and systematically, which will significantly improve the overall employment situation in the country and will contribute to improving both the economic and social levels of development of society.

Literature.

1. Головченко О.М., Головченко М.Ф. Сучасний стан та шляхи подолання безробіття в Україні. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Економіка і менеджмент.* 2020. Вип. 46. С. 56-64. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvmgu_eim_2020_46_9

2. Грідін О.В. Особливості організації та ефективного управління процесом праці в сільськогосподарських підприємствах. *Причорноморські економічні студії.* 2021. Вип. 63. С. 105-110. DOI: <https://doi.org/10.32843/bses.63-16>
URL: http://bses.in.ua/journals/2021/63_2021/18.pdf

3. Грідін О.В. Формування вітчизняної системи управління персоналом у сучасній парадигмі розвитку національної економіки. *Електронний науково-практичний журнал «Інфраструктура ринку».* 2022. Вип. 63. С. 117-123. DOI: <https://doi.org/10.32843/infrastruct63-22> URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2022/63_2022/24.pdf

4. Ревко А., Приходько Н. Соціально-економічні наслідки безробіття населення регіонів України. *Проблеми і перспективи економіки та управління.* 2021. № 2. С. 18-24. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ppeu_2021_2_4

5. Рівень безробіття в Україні / Міністерство Фінансів України. URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/labour/unemploy/2021/> (дата звернення: 29.05.2022).

6. Статистичний щорічник України за 2020 рік: статистичний збірник / Державна служба статистики України. Київ, 2021. 455 с.

7. Україна у цифрах 2020: статистичний збірник / Державна служба статистики України. Київ, 2021. 46 с.

РОЗРОБКА ІНСТРУМЕНТАРІЮ ХЕДХАНТИНГУ В УПРАВЛІННІ ПРОЦЕСОМ ПІДБОРУ ПЕРСОНАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

***БАЗАЛІЙСЬКА Н.П., К.Е.Н., ДОЦЕНТ,
МІЗЮК С.В., СТУДЕНТ,
ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ***

Максимально ефективне використання персоналу є одним із найважливіших факторів успіху діяльності підприємства. Персонал – це той ключовий ресурс, від якого залежить продуктивність функціонування підприємства загалом. Через це виникає необхідність впровадження управління персоналом, здатного сформувати середовище, в якому буде сповна реалізуватися трудовий потенціал, розвиватимуться здібності працівників, зростатиме рівень задоволеністю своєю працею.

Проте рівень роботи з персоналом сьогодні не відповідає завданням кардинальної перебудови управління економікою, впровадження в життя активної соціальної та кадрової політики.

Керуючи кадровими процесами керівництво може дотримуватися одного з варіантів. Перший – самим вирощувати грамотних і кваліфікованих кадрів. Другий варіант – хедхантинг. Менеджерам варто визначитися з можливостями фінансування обраних варіантів.

Використовуючи технологію хедхантингу, ми виходимо на ринок людського капіталу в пошуках лімітованого ресурсу – інтелектуального капіталу, який прямо впливає на конкурентоспроможність підприємства, його капіталізацію, репутацію і швидкість отримання поставлених завдань, а й коштує чимало.

Підбір персоналу для будь-якого підприємства є дуже відповідальним і складним процесом, який неможливий без дотримання певного алгоритму, який використовується незалежно від використовуваних технологій підбору кадрів (рис. 1). На рисунку 1 зазначено основні характеристики цих трьох сучасних технологій підбору персоналу [1, с. 111].

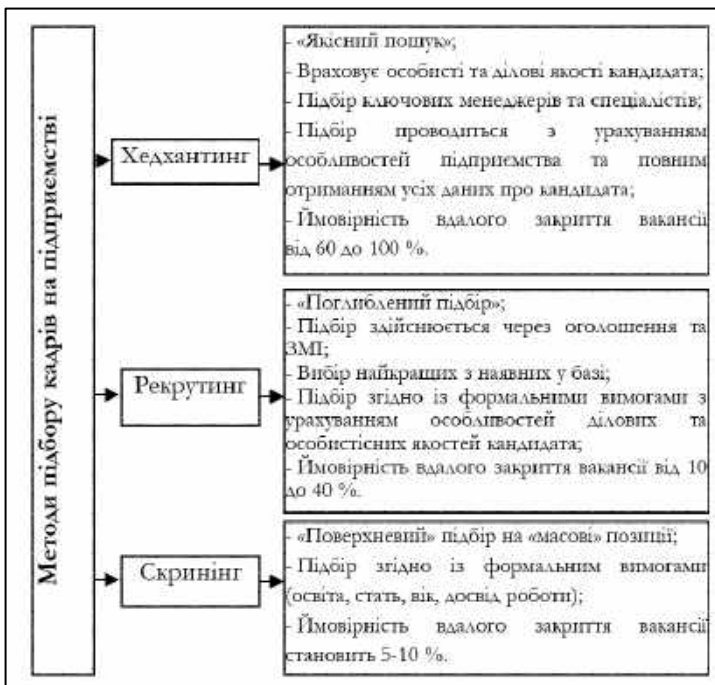


Рис. 1. Основні характеристики сучасних технологій підбору персоналу на підприємстві

Хедхантинг – це метод підбору рідкісних, ключових та високопрофесійних спеціалістів з унікальними компетенціями (наприклад, керівників підприємств, топ-менеджерів, юристів, бухгалтерів, фахівців рідкісних спеціальностей та ін.) [2, с. 7]. Застосування такої технології передбачає точне врахування потреб підприємства та проводиться шляхом прямого контакту з потенційним працівником або шляхом нетворкінгу.

Хибним є уявлення про хедхантинг як виключно «переманювання» потрібного кандидата. Хедхантинг не обмежується лише «полюванням за головами», його необхідно розглядати як складний бізнес-процес, що включає в себе сукупність послідовних взаємопов'язаних операцій і процедур.

Основними етапами даного процесу є: глибокий аналіз діяльності компанії та її ринку, аналіз потреб у персоналі, визначення зони пошуку кандидатів, «вербування» потенціального працівника, організація і проведення співбесіди з консультантами і роботодавцем, і,

нарешті, безпосередньо укладення контракту та гарантійний супровід обраного кандидата на робочому місці.

Саме процесний підхід до реалізації процедур хедхантингу забезпечує ефективне досягнення мети – підбір висококласного спеціаліста. Сьогодні зростає попит на хедхантинг. Очевидно, що зараз бізнес-середовище розвивається швидше, ніж 5-7 років тому, глобалізація прискорює цей процес, у зв'язку з цим посилюється конкуренція на різних ринках. Ключових менеджерів не вистачає для виконання різномірних завдань.

Хедхантинг допомагає хорошим фахівцям зрозуміти, чого вони варті. Багато компаній не цінують своїх співробітників, використовують їх як робочий матеріал, ніяк не цікавлять, не спонукають їх, що кілька аморально. Погодьтеся, простіше звинуватити сам метод, ніж постаратися зробити комфортним робоче місце, збільшити заробітну плату, створити сприятливу атмосферу в колективі, стимулювати розвиток і надавати більш широкі професійні перспективи, удосконалити соціальний пакет і т.д. хедхантинг надає можливість перейти на більш влаштовується роботу, в цьому нічого поганого немає.

Література.

1. Шишуліна В.О. Новітні підходи до залучення кадрових ресурсів. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2016. № 3. Т. 2. С. 111-117.
2. Гавкалова Н.В. Кадровий потенціал як основа розвитку кадрового менеджменту. *Економіка та управління підприємствами машинобудівної галузі: проблеми теорії та практики*. 2014. № 3. С. 7-15.

ДОВОЄННІ ТА ПОВОЄННІ ПЕРСПЕКТИВИ ПЛАНУ МАРШАЛАА ДЛЯ УКРАЇНИ: АКЦЕНТИ В ОПОДАТКУВАННІ

**БАРАБАШ А.В., К.Е.Н., ДОЦЕНТ,
УМАНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ САДІВНИЦТВА**

Україна як країна з високим, але нереалізованим, потенціалом вже давно привертає увагу міжнародної спільноти. Її особливого звучання риторика західних країн набула після 2014 року, під час початку збройного конфлікту.

Перші згадки про «План Маршалла» для України зафіксовані у 2007 році. Серед його пріоритетів – боротьба з бідністю за рахунок розвитку мікропідприємництва, швидкісний і доступний інтернет по

всій країні, розвиток соціального підприємництва тощо [1]. У 2014 році Тімоті Бартон-Еш запропонував 10-річний план дій для України, в рамках якого пропонувалася підтримка України поставками озброєння, надання країні безвізового режиму з ЄС і низка економічних кроків, покликаних стабілізувати економіку. Того ж року власне бачення даної позиції представив Бернар-Анрі Леві, який запропонував створення спеціальної страхової компанії, донорами якої стануть страхові компанії з країн ЄС, а також наголосив, що, окрім санкцій для агресора, слід, перш за все, надати допомогу постраждалому [2]. Саме на допомозі, переважно у сфері інтеграції України до європейської спільноти, були зосереджені петиція громадської ініціативи Німеччини (2015 р.) і Резолюція Європейської народної партії (2017 р.) [3]. Однак найреальніший і найдетальніший план підтримки України був розроблений у 2017 році з ініціативи Литовської Республіки. В його основу ліг досвід реформ Литви після набуття незалежності, а серед охоплених ним сфер були активізація малого та середнього бізнесу на основі розвитку кредитування даного сегменту підприємницької діяльності та фінансово-кредитної сфери зокрема; стимулювання сільськогосподарської сфери виробництва та надання імпульсу економіці за рахунок внутрішнього та зовнішнього інвестування [4].

Під час війни питання розробки плану Маршалла для України на повосенний час набуло нової актуальності. Однак пріоритети повосенного плану та його довосенного попередника багато в чому співпадають. Це, зокрема, увага до аграрної сфери. Однак наразі це не просто пріоритетна сфера діяльності, а насамперед – гарантія продовольчої безпеки, і не лише України. А також інвестиційна сфера – тільки на перспективу це мають бути вливання коштів в оновлення виробництва, у його технічну та технологічну складові. Окремо слід означити й нові акценти: кваліфікована управлінська вертикаль (тобто якісні, освічені кадри, а відтак – увага освіті); актуалізація ідеологічних основ, що об'єднують пріоритети розвитку у гармонізації взаємодії різних сфер і галузей національного господарства; активізація економіки шляхом нарощення внутрішнього споживання та роздрібного товарообороту [5].

Висвітлена еволюція та ключові моменти плану Маршалла для України знаходили своє відображення в податковій системі держави. Зокрема, відповідно до умов 2007 р., відбулося прийняття Податкового кодексу та численні трансформації єдиного податку в частині груп і визначених умов їх функціонування. Пропозиції 2014-2017 рр. означалися низкою спроб наблизити податкове законодавство України до європейського, в тому числі і за рахунок загальності

земельного оподаткування, впровадження оподаткування нерухомості, підвищення ставок податку для платників фіксованого сільськогосподарського податку, а потім відміна останнього і віднесення таких платників до категорії 4 групи єдиного податку тощо. Відповідно до векторів плану 2017 р., була активізована фінансово-кредитна складова (кредитування, страхування), а оподаткування пасивних доходів населення у даній сфері, а також доходів і прибутків таких установ. В цілому ж слід відзначити підвищення рівня податкового навантаження на вітчизняного виробника та пом'якшення умов для зарубіжних партнерів, продовження ігнорування національних інтересів і потенційних можливостей, втрату довіри платників податків.

Повоєнний план Маршалла з позиції податкової системи має реалізовуватися в контексті превалювання принципу соціальної справедливості з метою створення ідеї національної й особистої податкової відповідальності. Реалізувати її можливо за рахунок впровадження прогресії в оподаткуванні, зокрема і в сфері непрямого оподаткування, створення механізмів дієвих податкових пільг і прозорої системи адміністрування податків і зборів.

Література.

1. Hallman Terry (2007). Microeconomic Development and Social Enterprise in Ukraine: A «Marshall Plan» for Ukraine. People-Centered Economic Development. URL: <https://web.archive.org/web/20170829175038/http://www.p-ced.com/projects/ukraine/national/> (дата звернення: 01.05.2022).
2. Лазарева А. Бернар-Анрі Леві: «Доля Європи вирішується сьогодні в Україні». *Український тиждень*. 25.10.2014. URL: <https://tyzhden.ua/World/121985> (дата звернення: 01.05.2022).
3. Драпак М. Резолюція європейських політиків: чи реальне прийняття «Плану Маршалла» для України. 24 канал. 10.04.2017. URL: https://24tv.ua/rezolyutsiya_yevropeyskih_politikiv_chi_realne_priynyattya_planu_marshalla_dlya_ukrayini_n804349 (дата звернення: 02.05.2022).
4. «План Маршалла для України»: 5 млрд євро на рік забезпечать зростання економіки до 6-8 %. Міністерство економіки України. 14.09.2017. URL: https://24tv.ua/rezolyutsiya_yevropeyskih_politikiv_chi_realne_priynyattya_planu_marshalla_dlya_ukrayini_n804349<https://www.me.gov.ua/News/Detail?lang=uk-UA&cid=7f85c61e-6837-4694-aa9b-9c25d69a998d&title=PlanMarshallaDliaUkraini-5-MlrdvroNaRikZabezpechatZrostanniaEkonomikiDo6-8> (дата звернення: 02.05.2022).
5. Данилишин Б. Про «план Маршалла для України» і не тільки Який курс для післявоєнної відбудови економіки краще обрати Україні? *Економічна правда*. 11.04.2022. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/04/1/685066/> (дата звернення: 03.05.2022).

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА: КРАЩІ КЕЙСИ В УКРАЇНІ

БЕЛЕНЦОВ Д.В., СТУДЕНТ,
УНІВЕРСИТЕТ ПРИКЛАДНИХ НАУК ISMA*

Соціальне підприємництво набуло широкої популярності в розвинутих країнах світу, оскільки дозволяє вирішувати нагальні проблеми суспільства у колаборації із різними державними та недержавними інституціями. Нами проведено дослідження ефективності функціонування та розвитку соціального підприємництва в країнах Балтії, вказано переваги таких організаційних утворень, які демонструють кращі практики впровадження програм та проєктів підтримки різних верств населення та надання якісно необхідних послуг [1-3].

З розвитком суспільства та необхідності подальшої соціалізації інституціональних процесів соціальне підприємництво набуває все більшої популярності в Україні. Керівник Всеукраїнського ресурсного центру розвитку соціального підприємництва В. Назарук виокремлює п'ять парадоксів, що виникли в Україні в сфері соціального підприємництва [4]:

- 1) головним джерелом доходів підприємці, які працюють в соціальній сфері, вважають гранти;
- 2) безпечність підприємців, які не переймаються за майбутнє компанії, створеної на чужі кошти;
- 3) абсолютна відсутність підтримки з боку держави;
- 4) соціальні підприємці не шукають підтримки громадськості і вважають за краще «працювати лише для себе»;
- 5) надлишок законів в країні, які суперечать один одному.

В Україні зацікавленість займатися соціальним підприємництвом більше стосується працівників громадського сектору, соціально вразливих груп населення, які прагнуть покращити суспільство, представників бізнесу у межах корпоративної соціальної відповідальності.

Необхідно зазначити, що в країнах Європи університети достатню увагу приділяють навчальним програмам із соціального підприємництва. В Україні такі програми лише починають впроваджувати. Однією з таких програм є Акселератор соціального

* Науковий керівник – Рященко В. П., д.е.н., професор

підприємництва, яку реалізує Українська соціальна академія. Це програма інтенсивного розвитку бізнесу для соціальних стартапів та діючих підприємств. Її мета – допомогти учасникам удосконалити власні продукти та послуги, прокачати бізнес і підприємницькі компетенції, масштабуватись та залучити інвестиції, навчитися заробляти стабільно і вирішувати при цьому соціальні проблеми. Програма складається з п'яти модулів [5]: організаційний дизайн: перевірка стартапу на готовність до запуску та аналіз існуючої бізнес-моделі; маркетинг та продажі: маркетингова стратегія, атрибути бренду, канали продажів та комунікацій; фінанси: бізнес-план підприємства, процес бюджетування, пошук інвестицій; менеджмент команди: профіль ролі, постановка цілей та задач, оцінка ефективності та мотивації команди; інвестиції: як і де шукати інвесторів та як презентувати їм власний проект.

Найбільш успішними кейсами соціального підприємництва в Україні є наступні [5]:

1. Студія транскрибування та обробки тексту «Конспектус» – ця ініціатива покликана розв'язати соціальну проблему зайнятості осіб з інвалідністю по зору в Україні. Основною послугою студії, яка надаватиме робочі місця таким людям, є аудіо- транскрибування – розшифрування аудіо- та відео- файлів у текстовому форматі.

2. Green Bean Bag – підприємство здійснює виготовлення та реалізацію крісел-мішків із використанням переробленого пінопласту як екологічного наповнювача. Соціальний вплив підприємства полягає у зменшенні кількості відходів, які потрапляють на звалище.

3. Очі Тари – це навчальний центр, де жінки з інвалідністю по зору безкоштовно навчаються професії масажиста, та масажний кабінет, де незрячі майстрині пропонують послугу масажу тіла для жінок.

4. Gradus DOBRA – це свічкова майстерня, де молодь із ментальною інвалідністю створює парфумовані соєві свічки з ефірними оліями з використанням перероблених скляних пляшок. Підприємство реалізує соціальний вплив у двох напрямках: екологічному та соціальному.

5. Агенція кадрових рішень «Адвокація» – сприяє розв'язанню проблеми низького рівня працевлаштування людей з інвалідністю. Мета діяльності – створення ефективної робочої моделі працевлаштування людей з інвалідністю та підвищення рівня обізнаності працедавців та працівників щодо інклюзії.

Подальший розвиток соціального підприємництва відіграватиме важливу роль у воєнний та післявоєнний період в Україні. Задіяно громадянське суспільство та волонтерські рухи, які допомагають

вимушеним переселенням, дітям-сиротам, саодиноким людям; залучаються внутрішні та зовнішні фінансові ресурси для вирішення соціальних проблем країни.

Література.

1. Bielientsov D. Functioning and development of social entrepreneurship in a pandemic COVID-19 // Studējošo pētnieciskā darbība: Teorija un prakse 2021: konferences tēžu krājums, Riga, 03.04.2021, Riga, Ekonomikas un kultūras augstskola, Alberta koledža, 2021. P. 170.

2. Bielientsov D. Social entrepreneurship in the Baltic states // Global and regional dimensions of international economic relations: proceedings twenty-fifth student scientific and practical conference, Svishtov, 14-16 May 2021, Svishtov, Dimitar A. Tsenov Academy of Economics, 2021. P. 138-143.

3. Беленцов Д.В. Функціонування та розвиток соціального підприємництва (досвід Латвії) // Праці ХХ Міжнародної наукової конференції студентів, аспірантів та молодих вчених «Управління розвитком соціально-економічних систем: глобалізація, підприємництво, стає економічне зростання» (м. Вінниця, 24-25 листопада 2020 р.). Том 2. Ред. кол. Хаджинов І.В. та ін. Вінниця: ДонНУ імені Василя Стуса, 2020. С. 90-93.

4. 5 парадоксів соціального підприємництва в Україні. URL: <https://gurt.org.ua/blogs/Василь%20Назарук/1288/bull/> (дата звернення: 02.05.2022).

5. Як в Україні розбудовують соціальне підприємництво: 5 кейсів. URL: <https://happymonday.ua/yak-v-ukrayini-rozbudovuyut-sotsialne-pidpryemnytstvo-5-kejsiv> (дата звернення: 02.05.2022).

РОЛЬ ЕКОНОМІЧНОГО АНАЛІЗУ В ПІДВИЩЕННІ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

***БОБЛОВСЬКИЙ О.Ю., К.Ф.Н., ДОЦЕНТ,
ДЕРЖАВНИЙ БІОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ***

В сучасних умовах основним завданням керівників є забезпечення успішної роботи підприємства. Але воєнний стан, який було введено Указом Президента України № 64 від 24 лютого 2022 року, зумовив переорієнтацію економіки країни на воєнні рейки і забезпечення, в першу чергу, обороноздатності країни. Це суттєво загальмувало економічне зростання країни і, як наслідок, відчувається скорочення виробничої діяльності в більшості галузей економіки. Через захоплення значної території та знищення або пошкодження інфраструктури діяльність багатьох підприємств зупинена або значно скорочена.

Для відновлення та стабілізації діяльності підприємств в країні необхідно багато чого змінити як на державному рівні, так і на рівні кожного окремого підприємства. Першочерговою задачею на державному рівні є необхідність підтримки кожного бізнесу та коригування законодавчо-нормативної бази, а на рівні підприємства необхідно провести ретельний аналіз і визначити основні чинники, які будуть сприяти відновленню нормального функціонування підприємства.

Підприємство повинно врахувати всі можливості та знайти необхідні резерви підвищення ефективності своєї діяльності й розробити заходи щодо їх впровадження. Це можна здійснити лише за умов проведення комплексного системного економічного аналізу, який дозволить виявити актуальні резерви, що дозволить обґрунтувати свої зобов'язання, скласти виробничий план та розробити заходи з підвищення продуктивності праці, впровадження ресурсозберігаючих технологій і підвищити якість продукції. На основі різних методик аналізу розробляються варіанти управлінських рішень, які дають змогу загальмувати розвиток негативних тенденцій і створити сприятливі умови для прогресивного сталого розвитку підприємства [3, с. 228].

Останнім часом керівники підприємств не приділяли уваги проведенню аналітичної роботи й зосереджувались лише на деяких аспектах своєї діяльності. Приватні невеликі підприємства звертали увагу на аналіз прибутковості, а більші підприємства намагались втримати досягнуті позиції і зводили аналіз лише до певних формальностей. Застосування ж комплексного підходу дозволило б усім підприємствам значно покращити результати своєї діяльності.

Для суттєвого підвищення результатів діяльності підприємства в першу чергу слід приділити увагу попередньому аналізу на якому є можливість виявити невикористані резерви та оцінити що вони можуть дати для вирішення поставлених задач.

Комплексний економічний аналіз є системним дослідженням господарської діяльності в тісному взаємозв'язку та обумовленості всіх його розділів, дає достовірну оцінку та дає змогу виявляти наявні резерви з урахуванням кінцевих результатів [2, с. 267]. Але для отримання бажаних результатів необхідно мати достовірну і повну інформацію про внутрішнє та зовнішнє середовище підприємства, на основі чого формується модель. Щоб інформація стала базою для

аналізу, її слід перевірити й опрацювати [3, с. 225]. Підготовка інформації полягає у збиранні даних з різних джерел, їх обробку та подання. Основними джерелами інформації для аналізу на підприємстві є планові та облікові документи.

Для найбільш доцільного забезпечення аналізу необхідною інформацією потрібно визначити її зміст, джерела, організувати збирання і визначити в якій формі й де вона зберігається і як вона використовується. Виходячи з цього, важливим аспектом інформаційного забезпечення діяльності підприємства є створення єдиної інформаційної мережі, яка виконує ці задачі й забезпечує реальний інформаційний обмін між керівниками та підрозділами й між окремими підрозділами.

Інформаційне забезпечення є базою, на якій ґрунтується управлінська діяльність. Відомості, які є зібраними, систематизованими і перетвореними в придатну для використання форму відіграють в управлінні важливу роль.

Створенням відповідного інформаційного забезпечення полегшується використання інформації, чітко показується дійсна потреба у вихідних даних, виключається дублювання, полегшується групування їх у блоки для одночасної обробки. Крім того, формалізація задач стає безпосередньо об'єктом математичного моделювання, що суттєво підвищує глибину і точність аналізу [1, с. 685-686].

Таким чином, проведені дослідження показують, що саме комплексний системний аналіз спроможний суттєво підвищити ефективність діяльності підприємства і забезпечити вирішення основних завдань, пов'язаних з якістю управління. Комплексний аналіз охоплює всі сторони діяльності підприємства, що дасть можливість менеджеру знайти та ухвалити правильне управлінське рішення.

Література.

1. Гончаренко Н.Г. Роль комплексного системного аналізу в управлінні підприємством. *Економіка і суспільство*. 2017. Вип. 12. С. 683-686.
2. Купалова Г.І. Теорія економічного аналізу: навчальний посібник. К., 2008. 639 с.
3. Пугенцейло П.Р. Інформаційне забезпечення аналітичної діяльності в управлінні підприємством. *Науково-інформаційний вісник. Серія «Економіка»*. 2015. С. 224-232.

ОСНОВНІ ВИКЛИКИ ДЛЯ УКРАЇНСЬКОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ВІЙНИ

БОРИСОВ Д.О., СТУДЕНТ,
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ*

Повномасштабна війна, яку розв'язала держава-агресор проти України, завдає нищівних руйнувань нашій економіці. Світовий банк передбачає, що ВВП України в 2022 р. скоротиться на 45 %, тобто суттєво зменшиться фінансова спроможність у звичайних громадян та стрімко зросте економічне навантаження на державу [1]. Одним з пріоритетних завдань держави в цей час є заохотити підприємства відновлювати свою діяльність та продовжувати функціонування. Для вирішення даної проблеми Уряд України запровадив низку пакетів фінансової допомоги та пільг для підтримки бізнесу.

Окрім цього, державні підприємства та соціальні об'єднання теж беруть на себе ініціативу, докладаючи свої зусилля для добробуту населення. Так, прикладом є проєкт Made in UA Support Project за підтримки програми USAID «Конкурентоспроможна економіка України», АТ «Укрпошта» та ГО TECHBUREAU. У його рамках 100 українських крафтових виробників, які готові залишатися в країні та шукають шлях для продовження діяльності, зможуть отримати по 1 тис. дол. на підтримку брендів. За результатами опитування Європейської Бізнес Асоціації, у березні частка організацій, що зупинили свою роботу становила 42 %, а у квітні – 26 % [3].

Підприємства стикаються з серйозними перешкодами: опитування компаній-членів Американської торговельної палати після 50 днів війни відзначило, що представники їхньої бізнес-спільноти стикнулись з проблемами безпеки та захисту співробітників (79 %), логістики та транспорту (50 %), відсутності клієнтів, замовлень (36 %), в експортно-імпорتنих операціях (26 %), релокації (14 %), пошкодженні майна (10 %) тощо [2]. Варто відзначити, що виникли й такі проблеми, як обмежена кількість правоохоронних, судових, податкових та інших органів влади, що зумовлює збільшення випадків недобросовісної поведінки постачальників та можливих бізнес-партнерів в умовах війни.

* Науковий керівник – Дунда С.П., к.е.н., доцент

Але основна проблема відновлення виробництва – це людський капітал. За даними ООН, до 15 березня з України виїхали 3 млн. громадян, серед яких близько половини – працездатне населення [5]. Велика кількість чоловіків працездатного віку була мобілізована або переїхала в більш безпечні регіони країни.

Також важливим є те, що умови бізнесу унеможливають довгострокове планування, тобто зростає роль гнучкості та адаптивності компанії. Тому рішенням компанії-членів Американської торговельної палати стає зміна бізнес-моделі. Опитувані зазначили, що їм довелося швидко пристосуватися: змінити бізнес-модель (52 %), скоротити витрати (40 %), запустити нові бізнес-напрямки, послуги (20 %), взяти проекти з офісів в інших країнах (17 %), здійснити пошук нових клієнтів за межами України (13 %), здійснити пошук фінансування в інших країнах (9 %). І лише 17 % не зазнали змін [2].

Основним чинником успішності українських компаній за даних обставин виступає високий рівень гнучкості та адаптивності. Порівняємо рівень гнучкості підприємств сфери ІТ та харчової промисловості. Так, фірма «Genesis», яка входить до 15 найбільших ІТ-компаній України, евакуювала понад 2 тис. своїх співробітників та відновила роботу з другого тижня військових дій. Важливу роль зіграв високий рівень її гнучкості та наявність такої організаційної структури, яка дозволила релокацію [4].

Щодо діяльності підприємств харчової промисловості, то на тимчасово окупованих територіях та місцях ведення бойових дій підприємства змушені були або повністю припинити свою діяльність, або суттєво скоротити асортимент продукції. Конфігурація більшості крупних виробників харчової промисловості тяжіє до механістичної бюрократії. Таким чином, велику роль у їх діяльності відіграють виробничі цехи, а підприємства не мають настільки високої гнучкості, як ІТ-компанії. Однак, продукція підприємств харчової промисловості, особливо яка забезпечує базові потреби населення, має постійно високий рівень попиту. Важливо відзначити те, що ресторанний бізнес, що мав великі фінансові втрати під час пандемії, достатньо швидко адаптувався у воєнні часи до нових складних умов роботи. Так, ресторани і кафе переглянули асортимент страв, що пропонуються населенню, а також оперативно пристосовуються щодо їх доставки в умовах комендантської години. Велика кількість ресторанів та кафе змінили свій профіль роботи та займаються волонтерством – годують бійців територіальної оборони міст, готують безкоштовні обіди для тимчасово переміщених осіб та тих, хто залишився без доходів.

Отже, налагодження та забезпечення діяльності рентабельного бізнесу в Україні в умовах воєнного стану – це складний процес, що змушує швидко адаптуватися до таких різких та потужних змін у макросередовищі. Цьому сприятимуть зміна бізнес-моделі, скорочення витрат, запуск нових бізнес-напрямків, вирішення проблем у безпеці та захисті працівників, логістиці тощо.

Література.

1. Час до роботи: як ввімкнути бізнес у часи війни. *УНІАН*: веб-сайт. URL: <http://surl.li/bwppqa> (дата звернення 27.04.2022).
2. Названо ТОП-3 викликів для українського бізнесу під час війни. *AgroPortal*: веб-сайт. URL: <http://surl.li/bwppqh> (дата звернення 24.04.2022).
3. 100 виробників України отримують 100 тис. дол. як підтримку під час війни. *Укрпошта*: веб-сайт. URL: <http://surl.li/bwppql> (дата звернення 27.04.2022).
4. IT-індустрія під час війни. *Reactor.ua*: веб-сайт. URL: <http://surl.li/bwppqo> (дата звернення 22.04.2022).
5. Бізнес в умовах війни. *Економічна правда*: веб-сайт. URL: <https://www.epravda.com.ua/publications/2022/03/23/684549/> (дата звернення 23.03.2022).

СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ЯК СКЛADOVA БІЗНЕС-ПРОЦЕСУ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

***ВОЛЯНСЬКА-САВЧУК А.В., К.Е.Н., ДОЦЕНТ,
ДИДЮК Б.С., ЗДОБУВАЧ ВИЩОЇ ОСВІТИ,
ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ***

В ринкових умовах ефективно побудована система управління персоналом має вирішальний вплив на якість людських ресурсів та сприяє майбутньому успіху будь-якої організації. Саме від кваліфікації та досвіду персоналу, соціально-психологічного клімату в колективі, винахідливості окремих співробітників залежить якість продукції або послуг, ефективність прийнятих управлінських рішень, а отже, кінцеві результати діяльності підприємства. Найбільшу актуальність система управління персоналом отримує в умовах процесного управління. Даний підхід представляє процес розробки системи управління персоналом у вигляді складової бізнес-процесу в прив'язці до

стратегічної мети і бізнес-стратегії організації. Таким чином, актуальною є розробка системи управління персоналом як складової бізнес-процесу управління підприємством.

Бізнес-процес являє собою комплекс взаємопов'язаних і взаємозалежних видів діяльності, спрямованих на виконання конкретних завдань. Таким чином, процесний підхід до управління розглядає підприємство як мережу пов'язаних між собою бізнес-процесів.

Структура бізнес-процесів – це модель бізнес-процесів організації, яка відбиває ієрархію процесів і зв'язку між ними, підрозділами і зовнішнім оточенням через входи і виходи. Усі входи/виходи мають свого постачальника/одержувача: процес, підрозділ, конкретного працівника, зовнішнього контрагента.

Процесний принцип управління – це формування бізнес-процесів, що охоплюють всю діяльність підприємства, і передача повноважень і відповідальності від верхнього рівня управління керівникам бізнес-процесів.

Перехід від функціонального принципу системи управління персоналом до процесного дозволяє забезпечити ефективну взаємодію учасників бізнес-процесу, своєчасно забезпечити підприємство якісним людським ресурсом і використовувати методи реінжинірингу при удосконаленні структури управління.

Управління персоналом набуває інший зміст при застосуванні процесного підходу. Так змінюється:

- вимоги до персоналу, зокрема, кожен співробітник, виступаючи виконавцем або власником процесу, відповідає не тільки за функції, а за якість процесу в цілому, встановлює і підтримує горизонтальні і вертикальні зв'язки з іншими учасниками, сприяє задоволенню попиту споживачів результатів процесу;

- діяльність з управління персоналом, представлена у вигляді процесу, передбачає виділення і керування такими складовими, як «входи», «виходи», «ресурси», «постачальники», «споживачі» та ін.

- статус і зв'язок управління персоналом з іншими процесами, обов'язкове включення його в єдину систему процесів організації;

- зміст та нормативно-методичне забезпечення технологій управління персоналом, зокрема, доповнюються критерії, методи та суб'єкти оцінки, відбору, адаптації персоналу, коригується склад показників аудиту субпроцесів управління персоналом тощо.

Система управління персоналу як складова бізнес-процесу управління підприємством не може бути локалізована в межах одного

підрозділу, є наскрізною, проходячи через всю організацію, завдання виконують як фахівці відповідного підрозділу, так і фахівці, керівники інших структурних підрозділів. Головною метою є забезпечення ефективності взаємодії структурних підрозділів і розподіл відповідальності їх керівників за реалізацію даного процесу. Впровадження процесного підходу передбачає зміну вимог до співробітників, структури взаємодії персоналу, методів навчання і мотивації, отже, без переведення системи управління персоналом на цей підхід неможливо успішне його впровадження у всій організації.

Найчастіше опис процесу управління персоналом відбувається за основними блоками: планування чисельності кадрів, розвиток персоналу, експлуатація і аналіз роботи кадрів, оплата результатів праці і впровадження додаткових стимулів, організація умов праці і соціального пакету, дотримання правових і трудових взаємовідносин, формуючи, таким чином, модель з управління персоналом.

Схема управління персоналом ґрунтується на принципі системності, що дозволяє впливати на персонал за допомогою внутрішніх і зовнішніх чинників. Така система так само може ґрунтуватися на процесному принципі, який полягає в розподілі повноважень зверху вниз, дотримуючись ієрархії. Застосування системи, ґрунтованої на процесному принципі дозволяє ефективно організувати роботу підприємства, управляючи взаємовідносинами між учасниками бізнес-процесу.

На підставі вищевказаного можна зазначити, що для українських підприємств раціональним підходом до побудови системи управління персоналом підприємства повинні стати саме інжиніринг бізнес-процесів управління персоналом що надасть змогу зменшити витрати у сфері управління персоналом за рахунок підвищення ефективності процесів, підвищити показники організації за рахунок підвищення мотиваційної складової, що в цілому сприятиме підтримці стану економічної стабільності організації.

Література.

1. Калина А.В. Економіка праці та соціально-трудові відносини: навч. посіб. для студентів вищ. навч. закл. Київ: Персонал, 2014. 498 с.
2. Voynarenko M., Vedernikov M., Volianska-Savchuk L., Zelena M., Bazaliyska N. and Baksalova O. Modeling of Controlling Activity as an Instrument of Influence on Motivation in the Personnel Management System of Industrial Enterprises. 2020 10th International Conference on Advanced Computer Information Technologies (ACIT), Deggendorf, Germany, 2020, pp. 601-606.

ЛЮДСЬКИЙ КАПІТАЛ: СПЕКТР ВПЛИВУ НА СОЦІАЛЬНИЙ ТА ЕКОНОМІЧНИЙ ДОБРОБУТ

*ГЕРАСИМОВА Т.І., ВИКЛАДАЧ,
ВСП «КАМ'ЯНЕЦЬ-ПОДІЛЬСЬКИЙ ФАХОВИЙ КОЛЕДЖ»
НРЗВО «КАМ'ЯНЕЦЬ-ПОДІЛЬСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ІНСТИТУТ»
ГОНЧАРУК К.В., СТУДЕНТКА,
КИЇВСЬКА МУНІЦИПАЛЬНА АКАДЕМІЯ
ЕСТРАДНОГО ТА ЦИРКОВОГО МИСТЕЦТВ*

В новочасному світі суспільною стала точка зору про те, що наступний крок до розвитку економіки та суспільства в цілому вимагає набуття ними сучасної важливої якості, що пов'язана із акумуляцією та використанням знань [3, с. 37].

Просування України у напрямку виробництва високотехнологічної економіки нереальне без належного піднесення індивіда як носія фронтальних та фахових знань і навичок, а отже, виняткової важливості набуває робота відносно створення новочасної системи середньої, професійної та вищої освіти, перекваліфікації та підвищення кваліфікації, розросту науки як засади для інноваційного, технологічного, інформаційного, освітньо-місткого розвитку суспільства. В цьому випадку, і є актуальним проаналізувати соціальну ефективність освіти в Україні, рівень її «економічної віддачі», вплив на людський капітал та його розвиток, макроекономічну динаміку та розвиток інноваційних процесів.

Людський капітал є ключовим фактором економічне зростання, а нові дані свідчать про те, що це також пов'язано з цілим рядом неекономічних вигод, таких як покращення здоров'я та благополуччя. Інвестиції в людський капітал та освіту є надважливими [2, с. 22].

Таким чином, залучення до освіти зайняло центральне місце у стратегіях спрямованих на сприяння економічного процвітання, повній зайнятості та соціальній згуртованості. Як наслідок, освіта все більше розглядається як інвестиція в колективне майбутнє суспільств і націй, а не лише успіх окремих людей.

Однак, щоб отримати максимальну користь, потрібно більше, ніж ці очікування, необхідно впливати на збільшення інвестицій у людський капітал. Потрібно чітко розуміння суті та ролі людського капіталу і способів розробки конкретні дії для збільшення їх доступності. Ці питання недосконало досліджені з точки зору розуміння людського капіталу в його різних формах, аналізі її взаємозв'язку з

індивідуальними та суспільними здобутками, а також вимірюванні людського капіталу, його запасів та прибутку. Поки що, вдалося створити лише обмежені непрямі виміри капіталу людини за формою початкової формальної освіти [1, с. 341].

Отже, потрібно розробити методи збору, вимірювання та аналізу взаємозв'язку між людським капіталом та повним спектром його впливу на особистий, соціальний та економічний добробут. Незважаючи на це, вдалося зібрати важливі дані про роль людського капіталу, а отже, і ролі освіти у стимулюванні економічного благополуччя як окремих людей, так і суспільства в цілому.

Більш освічені люди мають більшу ймовірність участі на ринку праці так, як вони економічно активні і рідше залишаються безробітними. У багатьох країнах, коефіцієнт участі робочої сили зростає з ростом освіти, досягнутої окремими людьми. Краща кваліфікація також пов'язана з підвищенням заробітної плати для працівників. У багатьох країнах, ці пільги по заробітній платі дуже високі, що відображає більш широкий діапазон заробітної плати на ринку праці і, можливо, більші переваги для певного рівня освіти.

Література.

1. Бандур С.І., Заяць Т.А., Куценко В.І. Соціальний розвиток України: сучасні трансформації та перспективи; монографія. Черкаси: Брама-Україна, 2006. 620 с.

2. Лавриненко А.М. Інноваційний розвиток трудового потенціалу в сучасних умовах. *Сталий розвиток економіки. Міжнародний науково-виробничий журнал*. Хмельницький. 2014. № 1 (23). С. 18-25.

3. Назаркевич І.Б., Кривень О.В., Ревко А.М. Еволюція структурних трансформацій в світовій економіці: досвід для України. *Проблеми і перспективи економіки та управління: науковий журнал, ЧНТУ*. 2019. № 1 (17). С. 33-40.

СТРАТЕГІЧНІ ОРІЄНТИРИ СТВОРЕННЯ HR-БРЕНДУ РОБОТОДАВЦЯ

**ГРИЦАЄНКО М.І., К.Е.Н., ДОЦЕНТ,
ГРИЦАЄНКО Г.І., К.Е.Н., ДОЦЕНТ,
ТАВРІЙСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРОТЕХНОЛОГІЧНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ДМИТРА МОТОРНОГО**

Створення позитивного бренду роботодавця є ключовим завданням з формування ефективної системи управління персоналом в багатьох провідних компаніях світу. Це обумовлюється тим, що

позитивний HR-бренд є значною конкурентною перевагою компанії не тільки на ринку праці через скорочення вартості та строків підбору персоналу, а також залучення більш кваліфікованих фахівців. Через ріст вмотивованості працівників також підвищується ступінь задоволеності споживачів, внаслідок чого покращуються показники фінансово-господарської діяльності.

Формування позитивного HR-бренду повинно мати чіткі стратегічні орієнтири, адже системна робота зі створення бренда є передумовою побудови ефективної системи управління персоналом, за допомогою якої компанія отримає конкурентні переваги внаслідок забезпечення безперервного зростання вартості людського капіталу та інших активів. Через такий підхід внаслідок використання особливих HR-технологій створюється позитивний імідж компанії на ринку праці, підвищується рівень її конкурентоспроможності як роботодавця, забезпечується більш висока ступінь лояльності працівників.

Через те, що саме працівники формують імідж бренду продукції та/або самих компаній, останні мають власну діяльність здійснювати у відповідності до принципів соціальної відповідальності [1], яку «... доцільно розглядати як інститут сталого розвитку економіки, який функціонує завдяки закріпленню законодавчих та соціальних норм впливу бізнесу на суспільство та навколишнє середовище» [4]. Одночасно «... першоосновою для імплементації засад соціальної відповідальності бізнесу» [1, с. 24] є формування та ефективне використання соціального капіталу, який «... створюється на різних рівнях національної економіки, об'єднуючі як формальні, так і неформальні стосунки, що сприяє обміну інформацією, досвідом, надає доступ до ресурсів інших учасників або можливість більш ефективного використання власних ресурсів з їхньою допомогою» [2, с. 11].

Соціальна відповідальність бізнесу потребує побудову HR-бренду роботодавця – тобто, «... формування образу компанії як роботодавця в очах наявних та потенційних працівників, місцевої громади та суспільства в цілому» [1], що вимагає значних інвестицій. Вони необхідні для реалізації заходів у двох основних розрізах створення HR-бренду роботодавця:

– зовнішньому (формування в громаді позитивного образу відповідного роботодавця);

– внутрішньому (підвищення вмотивованості працівників компанії, які вже існують у штаті компанії, а також створення в колективі необхідних умов для посилення взаємних поваги та довіри) [3, с. 226].

Досвід багатьох компаній свідчить про те, що при побудові HR-бренду роботодавці часто обирають зовнішній напрямок, який сприяє підтримці на ринку праці власного позитивного іміджу, що приваблює потенційного працівника. Вважаємо, що внутрішній напрямок сприятиме найбільш ефективному використанню людського капіталу компанії. Одночасно наголошуємо на тому, що найкращою була б стратегія побудови HR-бренду в обох напрямках.

Формування HR-бренду вимагає здійснення інвестицій, а також «... переорієнтування підприємств з реалізації виключно фінансових цілей, пов'язаних з максимізацією прибутку, на задоволення багатьох суспільно важливих потреб, в тому числі підтримку прозорих механізмів ведення бізнесу, боротьбу з корупцією, захист прав працівників, споживачів, постачальників і партнерів, а також підтримку екологічних та етичних стандартів ведення підприємницької діяльності» [5, с. 187]. Відповідні заходи одночасно вплинуть на формування та ефективне використання соціального капіталу компанії. На жаль, «... концептуальна невизначеність моделі формування та використання соціального капіталу стримує можливості його позитивного впливу на інклюзивний, сталий розвиток аграрної сфери та вітчизняної економіки в цілому» [6, с. 117]. Внаслідок цього актуалізуються подальші дослідження питань оцінки соціального капіталу компанії та його ролі в формуванні HR-бренду роботодавця.

Література.

1. Грицаєнко М.І. Роль соціального капіталу аграрного підприємства в імplementації засад корпоративної соціальної відповідальності. *Економіка АПК*, 2021. № 5. С. 17–29. URL: <https://doi.org/10.32317/2221-1055.202105017>
2. Грицаєнко М.І. Соціальний капітал в системі аграрного ресурсного потенціалу. *Науковий вісник ТДАТУ*, 2021. Вип. 11, Том 1. URL: <http://www.tsatu.edu.ua/tsst/wp-content/uploads/sites/6/naukoviy-j-visnyk-tdatu-2021-vypusk-11-tom-1.pdf>
3. Грицаєнко М.І. Формування HR-бренду компанії як фактор впливу на її соціальний капітал. *Інновації управління продуктивністю та поліпшення якості зерна пшениці озимої, присвячена пам'яті професора Г.П. Жемели*: матеріали Всеукр. наук.-практ. інтернет-конф. (Полтава, 30 вересня 2021). Полтава: ПДАУ, 2021. С. 225-229.
4. Грицаєнко М.І. Формування соціальної відповідальності в економічному механізмі реалізації соціального капіталу підприємства. *Науковий вісник Одеського національного економічного університету*, 2021. Вип. 7-8 (280-281). С. 130-142.

5. Грицаєнко М. Інвестиції в соціальний капітал як інструмент реалізації соціальної відповідальності бізнесу. *Socially competent management of corporations in a behavioral economy*: Collection of scientific papers / European institute of further education, Podhájaska, 2021. Chapter II. S. 187-188.

6. Димчак Р., Шпикуляк О., Грицаєнко М., Саковська О., Грицаєнко Г. Соціальний капітал аграрної сфери: індикатори виміру умов формування та результатів використання. *Agricultural and Resource Economics*, 2021. Vol. 7. No. 4. P. 115–137. <https://doi.org/10.51599/are.2021.07.04.07>

СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ УПРАВЛІННЯ КАДРОВИМ ПОТЕНЦІАЛОМ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

***ГРИЦЕНКО Н.В., АСПИРАНТ*,
ДЕРЖАВНИЙ БІОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ***

В даний час успішно функціонують організації, формуючі сучасний менеджмент на основі пріоритетного потенціалу - людських ресурсів. Обумовлено це тим, що управління людськими ресурсами у формі використання людського капіталу спрямоване на вирішення стратегічних завдань, а не оперативних, як при управлінні персоналом.

В аграрному секторі економіки через свою специфіку (виробництво продуктів харчування людини) здійснення цих процесів більшою мірою відбивається на якості життя і здоров'я людей. Тому формування стратегії ефективного управління людськими ресурсами в сільському господарстві є об'єктивною необхідністю і залежить від ряду проблем, що виникають під впливом факторів внутрішнього і зовнішнього середовища сільськогосподарських організацій, що визначають формування економічних умов для їх вирішення.

Стратегія управління кадровим потенціалом – це комплекс організаційних та економічних заходів, спрямованих на формування трудового колективу, повне використання його трудового і творчого потенціалу у виробничому процесі з метою забезпечення зростання продуктивності праці і якості роботи, задоволення матеріальних і моральних потреб людини, соціальної відповідальності організації.

Протягом багатьох років змінювалися підходи до управління кадровим потенціалом у напрямі розширення якісних властивостей людини, людських відносин, які проявляються в процесі праці. Це призводило до ускладнення функцій управління, а людський капітал став продуктивною силою.

* Науковий керівник – Власенко Т.А., д.е.н., професор

Серед інших виділяється концепція управління кадровим потенціалом з позиції теорії підсистем, де працівники (людські ресурси) виступають як найважливіша підсистема. Тут чітко виділяються дві групи систем: економічна (виробництво, обмін і розподіл матеріальних благ), де працівники (персонал) розглядаються як трудовий ресурс або організація людей (колектив); соціальна (відносини людей, соціальні групи, духовні цінності й аспекти розвитку особистості), де персонал сприймається як головна система, що складається з неповторних з різними якостями особистостей.

На основі аналізу даного дослідження можна сказати, що стратегія управління кадровим потенціалом (а це відкрита соціально-економічна система) повинна здійснюватися в взаємозалежній єдиній системі стратегії управління галуззю народного господарства, в конкретному аспекті – сільського господарства.

Підхід до персоналу організації, як ресурсу, означає: індивідуальний підхід до всіх працівників в межах сполучення інтересів організації і працівника; усвідомлення організацією проблеми кваліфікованого персоналу на ринку праці; розуміння організацією, що персонал - це капітал, що має вартісну ціну за пошук, збереження і використання; поява стратегічного виміру в управлінні персоналом.

Головна відмінність концепції управління людських ресурсів від концепції управління персоналом полягає у визнанні економічної доцільності вкладень капіталу в сфері: залучення найкращих за якістю працівників; безперервного навчання персоналу; створення сприятливих умов праці та організаційної культури, що дозволяють реалізувати трудовий потенціал працівника; визнання внеску організації у розвиток професіоналізму працівника.

Стратегія управління кадровим потенціалом є найбільш важливою складовою загальної системи управління, що визначає її економічний успіх в тимчасовому, виробничому і стратегічному аспектах функціонування організації. Стратегія управління кадровим потенціалом заснована на взаємозалежній єдиній системі управління організацією, а також комплексній, взаємопов'язаній системі особистісних характеристик працівників, зовнішніх і внутрішніх умов роботи та необхідних організаційних дій, спрямованих на ефективну діяльність і формування соціальної відповідальності організації (табл. 1).

Зміст стратегії ефективного управління кадровим потенціалом в сучасних умовах

Стратегія ефективного управління організацією			
Мета: підвищення ефективності управління			
Формування стратегії кадрової політики управління кадровим потенціалом на основі принципів менеджменту якості ISO 9000: 2000			
Зміст стратегії ефективного управління кадровим потенціалом			
<i>Розробка і проведення кадрової політики</i>	<i>Оплата і стимулювання праці</i>	<i>Групове управління, взамовідносини в колективі і з профспілками</i>	<i>Соціальні та психологічні аспекти управління</i>
Методи і принципи підбору і розстановки персоналу	Форми оплати праці	Залучення працівників в управління на низовому рівні	Мотивація працівників і творча ініціатива
Умови найму та звільнення	Шляхи підвищення продуктивності праці	Робочі бригади та їх функції. Гуртки якості.	Організаційна культура організації
Навчання та підвищення кваліфікації	Заохочувальні системи оплати праці	Взаємини в колективі. Організаційна поведінка.	Вплив управління персоналом на діяльність організації
Оцінка персоналу з урахуванням результатів діяльності	Заохочення за творчий внесок. Забезпечення просування.	Взаємовідносини з профспілками	Психологічний клімат у колективі. Соціальна відповідальність організації.

Таким чином, стратегія управління кадровим потенціалом організації – це комплекс організаційних та економічних заходів, спрямованих на оптимальне формування трудового колективу, повне використання його трудового і творчого потенціалу у виробничому процесі з метою забезпечення зростання продуктивності праці і якості роботи, задоволення матеріальних і моральних потреб людини.

Література.

1. Швець Н.К. Методи виявлення і збереження кадрової безпеки, бо як перемогти зловживання персоналу. *Персонал*. 2018. № 5. С. 31-36.
2. Романова Т.В., Іваницька С.Б., Галайда Т.О. Формування стратегії управління кадровим потенціалом підприємства. *Економіка і регіон*. Полтава: ПНТУ, 2019. Т. 1(72). С. 83-90.

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ПІВОВАРНОЇ ГАЛУЗІ

*ДУНДА С.П., К.Е.Н., ДОЦЕНТ,
РИБАЧУК-ЯРОВА Т.В., К.Е.Н., ДОЦЕНТ,
БОЛОТІНА І.М., К.Е.Н., ДОЦЕНТ,
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ*

Галузь українського пивоваріння включає 125 пивоварень загальною потужністю близько 2,5 млрд. дол на рік. У 2019 р. серед усіх алкогольних напоїв пиво посідало перше місце за продажами і становило 35 % ринку алкогольних напоїв. Більшість продукції на українському ринку представлена іноземними компаніями, виробництво яких знаходиться в Україні. Ринок пива України є олігополістичним: 83 % в грошовому еквіваленті і 84% – в натуральному. Імпортне пиво займає 1-2% ринку і позиціонується як категорія «преміум». Протягом багатьох років його ділять 4 найбільші компанії:

– AB InBev Efes (ТМ «Чернігівське», «Bud», «Янтар», «Рогань», «StellaArtois», «Staropramen», «Beck's» та ін.);

– Carlsberg Ukraine (ТМ «Львівське», «Славутич», «Арсенал», «Tuborg», «Holsten», «Carlsberg» та ін.);

– Оболонь (ТМ «Оболонь», «Zibert», «Hike», «Zlata Praha», «Carling», «Десант», «Охтирське», «Жигулівське»);

– Альянс ППБ і Oasis CIS (ТМ «Перша приватна броварня», «Галицька корона», «Жигулі Барне», «Stare Misto»).

Близько 20 % товарів реалізується безпосередньо завдяки знижкам, що пов'язано із сезонністю його споживання. Середня знижка складає 22 % від ціни товару, при чому найбільші знижки пропонуються для найбільшого сегменту всього ринку пива (43,4 %) – середньо цінового.

Залежно від сегменту споживачів, виробники повинні обирати пакування пива: пляшки об'ємом 0,5 л та жерстяні банки обирають споживачі середнього класу, пластикові пляшки об'ємом більше за 1 л – споживачів з низьким рівнем доходів. Внаслідок пандемії споживачі намагались уникати великого скупчення людей та частих контактів, що спричинило купівлю пива великими партіями у легкій тарі та користування супермаркетами, що великі за площею.

Щодо смакових вподобань, то існує тенденція виробників привертнути увагу до продукції через випуск «нішевих» видів напою з оригінальними смаковими добавками, позиціонуванням через

прив'язку до різних країн. Але найпопулярнішим видом пива залишається світле, що займає 86 % ринку, спеціальне пиво – 7 %, темне та біле – 4 % і 3 % відповідно.

Існують також тенденції до щорічного зростання споживання безалкогольного пива – це пов'язано із трендом суспільства на здоровий спосіб життя. Останніми роками темпи росту продажів безалкогольного пива перевищують темпи росту традиційного пива: у 2016-2018 рр. обсяги споживання безалкогольного пива зросли на 21,5 %, а у 2019 р. приріст обсягів реалізації становив 11,3 % порівняно з 2018 р.

Тенденції розвитку підприємств пивоварної галузі тісно пов'язані з рівнем доходів українців. Негативно на розвиток підприємств вплинула світова економічна криза 2008-2010 рр., політична криза, що розпочалась з 2013 р., внаслідок якої індекс реальної заробітної плати за період 2014-2015 рр. скоротився на 24 %. Проведені дослідження показали, що до 2020 р. споживачі відмовлялися від дешевого пива, тому продажі з економічного сегмента перетікали в low mainstream. Поступово розвивався сегмент upper mainstream, який в основному представлений локальними українськими брендами. Паралельно відбувалося зміщення фокусу споживання на більш прибуткові ліцензійні сорти. Під час пандемії COVID-19 заробітна плата зменшилась у 30 % українців. У травні 2020 р. індекс реальної заробітної плати становив 92,8 відносно 2019 р., що свідчить про скорочення купівельної спроможності на 7,2 %. Споживачі почали потерпати від скорочення доходів, безробіття і невизначеності. Зміни в поведінці споживачів були пов'язані з поєднанням жорстких карантинних обмежень та психологічними ефектами. Як наслідок, частка ринку дешевого пива перестала скорочуватися і стабілізувалася – на нього у 2020 р. припало близько 1/3 продажів у натуральному вираженні. Згідно з Указом Президента України «Про введення воєнного стану в Україні» №64/2022 від 24.02.2022 р. у багатьох областях країни введена заборона на торгівлю алкогольними напоями, у т.ч й пивом, що стало економічним ударом для підприємств галузі. Діяльність підприємств галузі у 2022 р. внаслідок військових дій спрямована на перехід з дорогих на більш дешеві сорти пива, активізацію попиту споживачів, збереження активів та зв'язків з постачальниками. Соціологічні та статистичні дослідження показують, що в кризові часи зростає споживання міцних спиртних напоїв, тобто споживачі використовують міцний алкоголь як товар-замінник для пива.

Отже, головними ринковими трендами з 2021 р. стали зростання споживання та випуску безалкогольного пива, збільшення частки пива у кегах, збільшення споживання пива у банках. Поява цікавих напоїв на ринку, фінансова стійкість підприємств і системний бренд-маркетинг є основою успішної реалізації продукту. Тому тенденції розвитку підприємств пивоварної галузі будуть зберігатися після закінчення війни, стабілізації доходів населення у країні.

Література.

1. Державна служба статистики України: веб-сайт. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
2. Обсяги виробництва за 12 місяців 2020 р. *Укрпиво*: веб-сайт. URL: <http://ukrpivo.com/obsyag-virobnitstva-za-12-misyatsiv-2020/>
3. Ринок пива в Україні. *Пивное дело*: веб-сайт. URL: <https://pivnoe-delo.info/2021/10/16/rynok-piva-ukrainy-2021/>

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ МОНІТОРИНГУ СТРАТЕГІЧНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ

ЗАБРОДСЬКА Л.Д., К.Е.Н., ДОЦЕНТ,

ЗАБРОДСЬКА Г.І., К.Е.Н., ДОЦЕНТ,

ДЕРЖАВНИЙ БІОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Розвиток є однією з найважливіших категорій методологічного базису стратегічного розвитку підприємства. Розвиток як об'єктивний закон характеризує перехід від одного буття до іншого, причому наступний стан буття буде іншим за попередній за кількісними та/або якісними характеристиками. Розвиток як явище є протилежним до буття, яке знаходиться в незмінному стані. Отже, розвиток для підприємства розглядається, з одного боку, як такий тип змін, що підвищує ступінь організованості системи, а з іншого – як виділена у складі підприємства система, в якій об'єднані інноваційні процеси, що ведуть до кількісних та якісних змін у всіх функціональних галузях підприємства, а також контури її управління на основі зворотних зв'язків, у яких розв'язуються задачі стратегічного й тактичного управління й запускаються механізми самоорганізації оперативного управління розвитком [1].

Моніторинг стратегічного розвитку підприємства туристичної галузі можна визначити як систему управління зв'язками з середовищем функціонування організації. Розмежування завдань внутрішнього моніторингу стратегічного розвитку може бути представлено таким чином:

1. В межах стратегічного управління.
2. В межах поточного управління.
3. В межах оперативного планування.

Виділення трьох рівнів моніторингу: стратегічний, поточний та оперативний, що відповідає сучасному підходу до стратегічного планування та концепції стратегічного управління підприємством [2].

Розглядаючи підприємства туристичної галузі як систему і виходячи з того, що об'єктом моніторингу є елементи внутрішнього середовища (бізнес-процеси), можна визначити основні принципи моніторингу стратегічного розвитку :

– системність, тобто моніторинг розглядають як складну систему, що містить взаємопов'язані елементи і безпосередньо впливає на процес управління діяльністю підприємства; моніторинг є результатом взаємодії всіх зацікавлених підрозділів і служб підприємства;

– адаптивність: моніторинг підприємства, що не відособлений рамками виробничої системи, а постійно враховує зміни зовнішнього середовища і своєчасно вносить корективи в систему;

– тотожність: між об'єктом, що спостерігається, і моніторингом наявна тотожність (відповідність). Інакше кажучи, моніторинг відповідає основним характеристикам досліджуваного об'єкта;

– комплексність: моніторинг припускає спостереження за всіма сторонами діяльності підприємства, усебічне вивчення причинних залежностей;

– динамічність: моніторинг відстежує вибрані для спостереження індикатори (показники) в динаміці, з урахуванням дії різних чинників на спостережуваний об'єкт;

– дієвість: моніторинг повинен активно впливати на процес управління діяльністю підприємства і його результати, своєчасно виявляти недоліки, упущення та інформувати про це керівництво підприємства. Звідси випливає потреба практичного застосування даних спостережень для управління діяльністю підприємства і розробки конкретних заходів обґрунтування, коригування і уточнення стратегічних показників;

– плановість: систематичне здійснення моніторингу, При здійсненні моніторингу повинен діяти принцип безперервності спостереження за

станом об'єкта внутрішнього моніторингу з урахуванням фактичного стану і тенденцій розвитку його потенціалу, а також загального розвитку економіки і дії інших зовнішніх чинників [3].

Теоретико-методичні засади моніторингу стратегічного розвитку підприємства туристичної галузі задовольняють такі вимоги:

– системність і комплексність за рахунок поєднання показників оцінки елементів внутрішнього середовища, що дозволяє проводити оцінку за локальними завданнями;

– можливість на основі причинно-наслідкових зв'язків оцінити характер впливу окремих чинників і показників на розвиток за кожним напрямом оцінки за локальними завданнями як на окремому підприємстві туристичної галузі, так й в конкурентній групі;

– можливість отримати наочне уявлення про стан стратегічного розвитку підприємств туристичної галузі, щодо змінних умов розвитку;

– простота застосування, яка не потребує специфічних навичок та технічних засобів.

Таким чином, теоретико-методичні засади моніторингу стратегічного розвитку підприємства туристичної галузі, орієнтовані на використання інформаційної системи управління підприємством та його науково-методичне забезпечення, і може використовуватися не лише як складова оцінки стратегічного розвитку, а і як самостійна методика. Це дозволяє здійснювати оцінку стратегічного розвитку практично в безперервному режимі як для окремого підприємства, так і сукупності підприємств галузі.

Література.

1. Чорна М.В. Науково-методичний підхід до оцінки особливостей розвитку підприємства роздрібної торгівлі. *Фінансова система України в умовах трансформації соціально-економічних відносин*: колективна монографія / М.В. Чорна, Т.Б. Кушнір, А.Д. Забродська, О.С. Шуміло. Харків: Панов А.М., 2019. С. 253-277.

2. «Національна економічна стратегія на період до 2030 року, затверджена Кабінетом Міністрів України від 3 березня 2021 р. № 179. URL: <https://ips.ligazakon.net/document/view/kp210179?an=1242>

3. Пічугіна Т.С., Забродська Г.І., Забродська А.Д. Організаційно-економічне забезпечення функціонування туристичного підприємства. *Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг*: зб. наук. пр. / [редкол.: О.І. Черевко (відпов. ред.) та ін.]. Харків: ХДУХТ, 2018. Вип. 1 (27). С. 183-196.

УПРАВЛІННЯ КОНФЛІКТНОЮ СИТУАЦІЄЮ НА ПРОМИСЛОВОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

***ЗЕЛЕНА М.І., К.Е.Н., ДОЦЕНТ,
НАГАЙЧУК Ю.О., ЗДОБУВАЧ ВИЩОЇ ОСВІТИ,
ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ***

В умовах розвитку організаційних структур особливе місце в будь-якому сучасному колективі займає конфлікт, адже він є невід'ємною частиною життєдіяльності кожного промислового підприємства. Саме тому виникає необхідність у поглибленому дослідженні сучасних закономірностей формування конфліктів на підприємстві, шляхів ліквідації та боротьби з їх наслідками. Разом з тим, доцільно зауважити, що ключовим результатом ефективного управління конфліктами на промисловому підприємстві стане формування системи заходів завчасного попередження розвитку конфліктних ситуацій та чіткому алгоритму ліквідації конфліктів, які вже виникли.

Варто відмітити, що конфлікти які виникають на промисловому підприємстві, спричиняють зміни у результативності підприємства та впливають на його внутрішнє середовище, яке, як відомо, сприяє підвищенню рівня його конкурентоспроможності. Саме майстерне, професійне управління конфліктами спроможне забезпечити необхідний рівень результативності та підсилюватиме слабкі та сильні сторони підприємства. Діяльність будь-якого промислового підприємства в умовах трансформації ринкової економіки неможливо уявити без оцінки ним дій своїх конкурентів, зокрема щодо займаної ними частки ринку, ціни товару, якісних та кількісних характеристик інших атрибутів конкуренції тощо. Доцільно зауважити, що одним із важелів, що впливає на конкурентоспроможність промислового підприємства, є система та методи управління ним, які в свою чергу впливають на формування таких конкурентних переваг, як ефективні стратегії розвитку, висока кваліфікація персоналу тощо. Правомірно стверджувати, що саме кваліфікований персонал є одним із ключових аспектів на шляху до створення та утримання конкурентних переваг. Управління конфліктами займає чільне місце в системі управління персоналом та вимагає ґрунтовного підходу та значний час. Проте, лише витрата часу є помилковим баченням, адже управління

конфліктами є затратним процесом у грошовому чи іншому кількісному вираженні з точки зору, що час, витрачений на управління конфліктами міг би бути розподілений на управління іншими процесами. Крім визначених наслідків, конфлікт може порушити ефективну комунікацію між працівниками чи групами працівників, створюючи зайве емоційне напруження, яке в результаті призведе до зниження рівня продуктивності праці, а далі як наслідок до безпосередніх економічних втрат, зниження рівня прибутку та рентабельності [1].

Проблеми підвищення конкурентоспроможності підприємств, питання виявлення та утримання конкурентних переваг в умовах конкурентного середовища звичайно ж не є новими та широко представлені в науковій літературі. Варто ж зазначити вагомі внески у дослідження за цими напрямком таких науковців, як: М. Портер, І. Ансофф, Р. Фатхундінов, Р. Акофф та ін. Поряд із дослідженнями за вищезгаданими напрямками існує не менша кількість досліджень у сфері управління конфліктами [2].

Однак віднайти спроби науковців провести взаємозв'язки між управлінням конфліктами та конкурентоспроможністю підприємства в науковій літературі не вдасться. Однією із причин цього можна назвати недостатньо чітко виражений зв'язок між конфліктами та конкурентоспроможністю підприємств, однак беручи до уваги той факт, що в сучасних умовах конкурентоспроможність підприємства не може ґрунтуватися тільки на абсолютних перевагах, виникає абсолютно природна потреба у пошуку неявних, відносних, прихованих переваг у внутрішньому та зовнішньому середовищах, зокрема у побудові ефективної системи управління підприємством, елементом якої є управління конфліктами [3].

Управління конфліктами як складний процес містить такі види діяльності, як по-перше, прогнозування конфліктів і оцінка їхньої функціональної спрямованості, по-друге, попередження або стимулювання конфлікту та по-третє, регулювання конфлікту та розв'язання конфлікту. Основним джерелом прогнозування конфліктів є вивчення об'єктивних і суб'єктивних умов та факторів взаємодії між людьми, зокрема стиль управління, рівень соціальної напруженості, психологічний клімат, лідерство й мікрогрупи, а також їхніх індивідуально-психологічних особливостей. Особливе значення на

цьому етапі має аналіз загальних та часткових причин конфліктів. Отже, попередити конфлікт можливо наступними напрямками: на основі даних прогнозування починається активна діяльність із нейтралізації дії всього комплексу детермінуючих його чинників, або іншими словами вимушена форма запобігання конфлікту; конфлікти можуть попереджуватись на основі здійснення ефективного управління в цілому та стимулювання конфлікту, тобто винесення проблемного питання для обговорення на зборах, нараді чи критика ситуації.

Література.

1. Смельяненко Л.М. Конфліктологія: навч. посіб. / За заг. ред. В.М. Петюха, Л.В. Торгової. К.: КНЕУ, 2013. 315 с.
2. Мантур-Чубата О.С., Сайко А.М. Особливості управління конфліктами в трудовому колективі. *Інфраструктура ринку: електронний науково-практичний журнал*. Одеса, 2018. Вип. 23. С. 230-233.
3. Дуткевич Т.В. Конфліктологія з основами психології управління: навч. посібник. К.: Центр навчальної літератури, 2005. 456 с.

ЕКОНОМІЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ HR-МЕНЕДЖМЕНТУ АГРАРНОГО ФОРМУВАННЯ

***ЗЕМЛЯНА А.С., ЗДОБУВАЧКА*,
ДЕРЖАВНИЙ БІОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ***

Стратегічним завданням виробничих процесів в системі менеджменту організацій є ефективне використання кадрового потенціалу, що обумовлюється зростанням попиту на науково кваліфіковані кадри в економіці АПК. Для вирішення цього завдання необхідним є побудова гнучкої, адекватної системи HR-менеджменту, здатної не лише ефективно реагувати на зовнішні виклики, а й сприяти формуванню перспективних напрямів розвитку економіки країни як підґрунтя її суспільно-економічного прогресу [3]. Система HR-менеджменту являє собою комплекс наукових закономірностей, принципів, методів та прийомів управління персоналом підприємств і організацій. Ця система поєднує у собі теорію, практику і мистецтво управління людьми, потоками матеріальних, фінансових та трудових ресурсів [2, с. 230].

* Науковий керівник – Власенко Т.А., д.е.н., професор

Аналіз сучасного стану аграрних формувань та стратегічних напрямів розвитку сільського господарства України доводить необхідність дієвого підвищення ефективності системи HR-менеджменту, управлінських процесів у всіх галузях АПК. Для досягнення цієї мети велику роль відіграє система HR-менеджменту, рівень якої проаналізовано на прикладі Приватного підприємства «Агропрогрес» Кегичівського району Харківської області.

Поряд із високим загальним рівнем розвитку підприємства, його підсистема кадрового менеджменту за останні три роки зазнає зменшення основних показників. Так, середньорічна чисельність працівників зменшилася на 16,2 %. При цьому зменшення чисельності кадрового складу відбувається як за рахунок рядового (14,3 %), так і управлінського (18,6 %) персоналу. Поряд з тим, скорочення чисельності працюючих сприяло підвищенню показників продуктивності. Наприклад, збільшилася виробництво валової та товарної продукції у розрахунку на 1-го працівника у виробництві та в управлінні (на 65,4 % та 49,3 % відповідно), а відношення цих показників на 1- люд.-годину – в 1,9 та 3,2 рази.

Розглядаючи систему HR-менеджменту даного господарства ми визначили, що більшість працівників мають вищу освіту, достатній стаж роботи і досвід. У господарстві простежується прагнення спеціалістів до підвищення кваліфікаційного рівня. Керівник та головні спеціалісти є професіоналами з гарними організаторськими здібностями. На підприємстві нами проведено експертну оцінку системи якості персоналу, яка склала 4,2 бали (коефіцієнт якості становить 0,84). При цьому у групі загального керівництва кваліфікаційні вимоги виконуються на 92 %, у групі керівників з тваринництва – на 87 %. Найбільшу оцінку мають такі показники якості: професійний інтерес до роботи, творчий характер роботи (4,7). Найнижчі показники: рівень справедливості при винагороді, гарантія робочого місця, рівень інформаційного забезпечення. Але в силу постійних змін, що відбуваються в різних сферах життєдіяльності нашої країни, працівникам треба устигати за нововведеннями і постійно підвищувати свою кваліфікацію. Загальний коефіцієнт кваліфікації управлінського персоналу у ПП «Агропрогрес» дорівнює 0,78. Цей показник свідчить про дотримання якісних вимог в системі HR-менеджменту знаходиться на середньому рівні.

Далі проаналізуємо підсистему організації управлінської праці у господарстві за методикою М.О. Бессідіна [1]. Проведений моніторинг

вказав, що: загальний коефіцієнт організації управлінської праці у ПП «Агропрогрес» дорівнює 0,78. Найвищим показником є коефіцієнт трудової дисципліни персоналу (0,915). Найменше значення має коефіцієнт плановості (0,5) та регламентації управлінських функцій (0,59). Слід відзначити, що високий показник трудової дисципліни визначався проведеними в останній час організаційно-економічними заходами щодо стимулювання високопродуктивної роботи персоналу. Низький коефіцієнт плановості попереджає керівництво про необхідність вносити зміни, які стосуються розробки виробничих програм по підрозділах, а також розробки індивідуальних планів роботи персоналу. Також, за даними спостережень маємо низький коефіцієнт регламентації управлінських функцій. Це пов'язано з тим, що значна кількість працівників не має затверджених посадових інструкцій.

Висновок. З метою удосконалення системи HR-менеджменту на підприємстві доцільно розробити проект організації робочих місць, що включатиме: покращення умов змісту праці; оптимізацію інформаційних зв'язків в системі управління; оптимальне забезпечення необхідними ресурсами; визначення кваліфікаційно-професійних вимог до працівників.

Для аграрних формувань пропонуємо звернути увагу на процес планування організаційних заходів в системі HR-менеджменту. Основні пропозиції з удосконалення системи HR-менеджменту знайшли своє відображення у наступному:

1. Впровадження системи організаційно-методичного інструктування з відновлення організації проведення інструктажів, забезпечення працівників методичними рекомендаціями.

2. Удосконалення організації робочих місць і режиму праці, що передбачає правильне планування робочих приміщень, виходячи з технологічності процесу управлінської праці.

3. Розробка індивідуальних графіків планування робочого дня, що допоможе раціонально використати робочий час для підвищення продуктивності праці.

4. Удосконалення процесів регламентації управлінських функцій завдяки розробки (уточнення) посадових інструкцій, положень про підрозділи і виробничі процеси.

5. Впровадження системи нормування виробничих і технологічних процесів, що повинно знайти відображення у розробці (уточненні) норм керуваності, обслуговування, чисельності персоналу, виробітку (часу).

Література.

1. Бесседін М.О., Нагаєв В.М. Основи менеджменту. Оцінно-ситуаційний підхід: підручник. К.: ЦУА, 2005. 496 с.
2. Грідін О.В. Концептуальні підходи до створення ефективної системи управління персоналом. *Вісник ХНТУСГ імені Петра Василенка: Економічні науки*. Харків: ХНТУСГ, 2017. Вип. 188. С. 228-236.
3. Нагаєв В.М. Формування професійно-творчої компетентності фахівця аграрної сфери. *Наукові праці Полтавської державної аграрної академії*. 2012. № 2(5). Т. 1. С. 184-189.

ОСОБЛИВОСТІ ТА ПОСЛІДОВНІСТЬ СТАНОВЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЙ, ЩО САМОНАВЧАЮТЬСЯ

***ІППОЛІТОВА І.Я., К.Е.Н., ДОЦЕНТ,
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ***

Перехід суспільства від індустріального типу розвитку до інформаційного висуває нові вимоги до забезпечення конкурентоспроможності підприємств. Розвиток та довгострокове функціонування забезпечується імплементацією інновацій та постійним оновленням знань, носіями яких є компетентні співробітники. Постійне формування нових навичок та розширення компетентностей персоналу є ключовими характеристиками, що дозволяють підприємствам та організаціям бути інтегрованими в економіку знань.

Саме тому, організація, що самонавчається – являє собою сучасний вид підприємства, на якому кожен окремий співробітник є по-справжньому розвинутим, вмотивованим до навчання та є залученим до загальної справи. Сендж П. розглядає організацію, що самонавчається як місце, де співробітники постійно розширюють свій потенціал в процесі досягнення результатів, де швидко впроваджується нове мислення, і люди постійно навчаються тому, як необхідно організувати навчання, щоб далі розвиватися [1].

Якщо організація вже знаходиться на цьому шляху, то вона повинна запроваджувати кардинальні зміни, і не тільки в управлінні та розвитку персоналу а, й в методах адаптації і управління змінами, що запроваджуються [2]. Організації, що покращують свою діяльність шляхом безперервного навчання працівників, які зацікавлені власним розвитком та мають талант, стають найбільш цікаві для інвесторів.

Зміни, що з'являються в результаті отриманих персоналом знань та навичок, дозволяють організаціям, що самонавчаються швидко адаптуватися до будь-яких змін. Для досягнення високої продуктивності та підвищення рівня конкурентоспроможності всі методи менеджменту і стратегії організації орієнтовані створення умов для навчання всіх співробітників.

Свідоме та цілісне навчання призводить до не тільки інтелектуального, але й психологічного, духовного зростання особистості, що, в свою чергу впливає на можливість прискорити трансформаційні процеси в організації і, в результаті, довести її до стійкого розвитку в умовах постійних динамічних змін. В іншому випадку вона стає консервативною, що неминуче призведе до погіршення її становища на ринку [3]. Тому таким організаціям мають бути притаманні риси живого організму, здатного до самонавчання під впливом реакції навколишнього середовища на його дії. Діяльність організацій, що самонавчаються ґрунтується на культурі, системі й навичках самонавчання. Сендґ П. виділив п'ять основних понять, властивих організаціям, що самонавчаються [1]: системне мислення як здатність сприймати складні системи; особиста майстерність, яка полягає у безперервному осмисленні, поглибленні особистого бачення, оцінці поточної ситуації, прагненні особистісного вдосконалення; інтелектуальні моделі – ті переконання, установки, які впливають на світосприйняття людини, її судження та способи дій, вони вимагають виявлення та вивчення для того, щоб з'явилася можливість проводити зміни; загальне бачення як запорука досягнення організацією успіху, що спонукає людей до діяльності, розвитку; групове навчання, коли ціле стає більшим, ніж сума його частин. У сучасних організаціях одиницею, здатною діяти та вчитися, стає група, а не окрема людина.

Звісно, що процес становлення організації, що самонавчається це не одномоментна дія. Для цього організація має пройти через чотири етапи:

1) «організація, що знає» – це організація, яка має добре налагоджене виробництво та відрізняється передбачуваністю зовнішніх та внутрішніх процесів;

2) «організація, що усвідомлює» – має візію, місію, характеризується єдністю корпоративних цінностей, визначеністю організаційної культури;

3) «організація, що думає» – організовує поточну діяльність як процес вирішення низки проблем, для цього постає необхідність навчання персоналу, інтегруючи механізми критичного мислення;

4) «організація, що самонавчається» – характеризується безперервним навчальним процесом для постійного удосконалення та здатністю до трансформації, швидкої адаптації. В такій організації персонал має спільну мету, акумулює нові колективні знання, які співробітники спрямовують на створення інноваційної продукції та послуг для задоволення постійно виникаючих нових потреб клієнтів.

Але для набуття та подальшого аналізу отриманого нового досвіду організації необхідно імплементувати значну кількість нововведень, які запропоновані безпосередньо працівниками. Цю умову неможливо реалізувати без розвитку інноваційного потенціалу кожного співробітника. Перетворення ідей у практичну діяльність є, по-перше, здатність організації своєчасно виявляти невідповідність між поточним та бажаним станом справ та максимально ефективно її усувати; по-друге, наявність ресурсів для здійснення експерименту та апробації інновацій, по-третє, здатність виявляти, аналізувати, осмислювати отриманий досвід, позитивний чи негативний, та керуватися ним у подальшій діяльності.

Таким чином, конкурентною перевагою, яку отримує організація, що самонавчається є стратегічна гнучкість, сформована постійним отриманням нового досвіду та знань через колективне навчання та його своєчасними запровадженням в діяльність. Динамічність, гнучкість, адаптивність організації та її постійна готовність до змін, в такого типу організаціях, стануть ключовими факторами розвитку в мінливому середовищі.

Література.

1. Senge P. The Fifth Discipline: The Art and Practice of the Learning Organization. New York: Bantam Doubleday Dell P, 2006. 464 p.

2. Бикова А.А., Лобза А.В. Управління знаннями персоналу як передумова конкурентоздатності організації. *Молодий вчений*. 2017. № 12.(52). С. 572-576.

3. Аніщенко В.О., Падалка О.С. Феномен самонавчальних організацій у контексті проблеми неперервної освіти. *Освіта дорослих: теорія, досвід, перспективи*. 2014. Вип. 1(8). С. 6-12. URL: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/OD_2014_1_3.pdf (дата звернення: 05.06.2022).

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ СВІТОВОГО РИНКУ СТРАХУВАННЯ

*КАРНАУШЕНКО А.С., К.Е.Н.,
ХЕРСОНЬСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ
АГРАРНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ*

Страховий ринок є одним із найбільш динамічно розвинених світових ринків капіталів, що характеризується специфічним предметом ринкових відносин його учасників. В понятті страхування є безліч підходів до його трактування, на зміст поняття вплинула досить тривала історія розвитку інституту страхування, його активну підтримку урядами різних країн, а також елементи страхових відносин супроводжували господарську діяльність людини починаючи з перших товарних відносин. Деякі науковці вважають, що при формуванні більш загального визначення поняття дефініції «страхування» втрачається глибина розкриття всіх проявів цієї категорії, адже відносини, які виникають між учасниками соціально-економічних систем не передбачають попередніх платежів та мають характер страхового забезпечення.

Науковці виділяють два підходи до трактування суті поняття «страхування» (рис. 1).

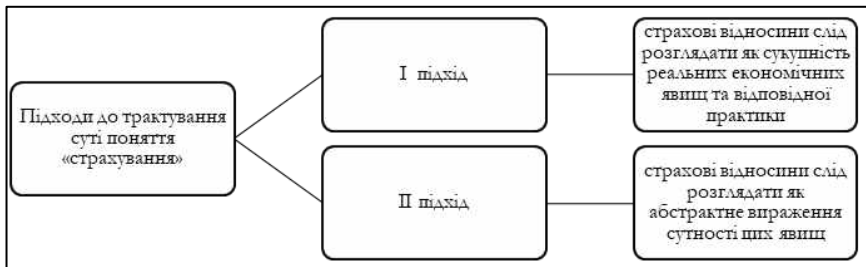


Рис. 1. Підходи до трактування суті поняття «страхування»

В українському законодавстві є наступне визначення страхування: «Страхування – це вид цивільно-правових відносин щодо захисту майнових інтересів фізичних осіб та юридичних осіб у разі настання певних подій (страхових випадків), визначених договором страхування або чинним законодавством, за рахунок грошових фондів, що формуються шляхом сплати фізичними особами та юридичними особами страхових платежів (страхових внесків, страхових премій) та

доходів від розміщення коштів цих фондів» [1] Як зазначає С.І. Дробязко: «З прийняття основного закону щодо страхових відносин в Україні пройшло майже 22 роки, тому для подальшого дослідження термін «страхування» потребує певного уточнення, у зв'язку різноманіттям термінології в науковому середовищі серед вітчизняних і зарубіжних дослідників, законодавчому полі, нормативно-правових актах страховиків» [2].

Але в науковій літературі можна зустріти наступне узагальнене визначення дефініції «страхування»: «сукупність замкнених перерозподільних відносин між суб'єктами страхової діяльності з приводу утворення та витрачання фонду грошових коштів (страхового фонду) з метою забезпечення безперервності суспільного відтворення та створення необхідних умов розвитку особистості при настанні несприятливих подій» [3].

Різноманітність підходів до визначення сутності страхування вказує на те на скільки різноманітні прояви страхування, адже інститут страхування впливає на різноманітні сфери соціально-економічної системи кожної країни. При цьому можна припустити, що в межах одного емного визначення сутності страхування розглядати всі його прояви є доволі складно. Наприклад, страхування може одночасно виступати як засіб відшкодування прямої шкоди, як засіб майбутнього матеріального забезпечення, та як джерело фінансування реального сектора економіки [4, 5].

Однією з головних рис розвитку світової економіки на сучасному етапі є швидкі темпи глобалізаційних процесів. Найчастіше термін «глобалізація» використовується разом з поняттям «світова економіка», можливо також виокремити політичний, культурний, комунікаційний аспекти глобалізації. Таким чином, глобалізаційні процеси виходять за економічні рамки і охоплює майже всі сфери діяльності.

Сучасна фінансова система складається з національних фінансових ринків (що включають страхові). Одним із результатів глобалізації є зближення, конвергенція фінансових систем та глобалізація міжнародних ринків. Так, міжнародний страховий ринок може розглядатися як сукупність економічних відносин між його учасниками щодо трансграничних угод купівлі-продажу страхових послуг. Об'єктивною передумовою, що визначила глобалізацію світового ринку страхових послуг, став розвиток та поглиблення міжнародного поділу праці. У цілому глобалізаційні процеси переважають у всіх галузях, означає інтернаціоналізацію економіки, злиття ринків, концентрацію капіталу, створення загальних умов законодавчої бази бізнесу.

Сьогодні на світовому ринку відбувається посилена інтеграція страхування як наслідок глобалізаційного процесу, тому розробляються загальні умови страхування та перестраховування. Важливу роль в запозиченні механізмів страхування відіграють різні партнери страхових компаній до яких відносять перестраховиків, аварійних комісарів та асистентські служби [4, 6].

Процеси глобалізації світових фінансових ринків тягнуть за собою ризики, які пов'язані з неконтрольованим рухом капіталу, транскордонними торговими операціями, розподілом та перерозподілом фінансових ресурсів між учасниками міжнародних економічних відносин. У зв'язку з цим значно зросла роль національного та міжнародного регулювання світового фінансового ринку в т.ч. і страхового. Основною причиною втручання держави в економічні відносини суб'єктів господарювання служать «ринкові провали», коли ринок без зовнішнього впливу, тільки за рахунок конкуренції, не може генерувати ефективні соціально-економічні рішення. Саме втручання держави потребує український страховий ринок.

Виділити універсальну загальноприйнятую модель розвитку страхового ринку у світі майже не можливо, адже кожна національна економіка унікальна та перебуває у постійному пошуку найбільш прийнятної моделі саме для конкретної держави, що поєднує саморегулювання ринку, державний вплив на нього та вільне функціонування ринкових суб'єктів. Для будь-якого ринку, співвідношення аспектів державного регулювання та саморегулювання залежить від стадії розвитку на якій знаходиться ринок і специфічних особливостей поведінки його учасників.

Гармонійне поєднання різних методів формує гарні умови інтенсивного розвитку страхового ринку. Сучасна українська практика формування інфраструктури ринку відображає посереднє втручання з боку держави разом із досить низькою активністю учасників ринку.

Центральне місце у системі регулювання страхового ринку будь-якої країни займають органи страхового нагляду, які мають статус державних органів виконавчої влади, функціонально відокремлені та поєднують функції регулювання та контролю страхового ринку. У різних країнах органи страхового нагляду можуть підпорядковуватися або вклучатися до структури різних відомств, проте при цьому вони мають достатній ступінь самостійності в прийнятті рішень. У багатьох країнах Європейського Союзу органи страхового нагляду інституційно

відокремлені та повністю незалежні, у тому числі у Франції (комісія страхового контролю), Німеччини (федеральне відомство з нагляду за страховою діяльністю) та Швеції (страховий інспекторат). У всіх регіонах діють відділи з нагляду за страховими операціями. У Великобританії ці функції покладені на департамент торгівлі, та промисловості, що входить до його складу, а страховий відділ веде регулюючу діяльність. У Канаді регулювання страхового ринку здійснюється структурами, підвідомчими міністерству фінансів.

Розвиток інформаційних технологій усуває або набагато зменшує тимчасові та географічні бар'єри між страховими компаніями та покупцем страхових послуг, що дозволяє відмовитися від особистого контакту, що збільшує попит на послуги страховиків, а споживач отримує більш високу корисність у розрахунку на одиницю витрат.

Проаналізувавши наукові джерела щодо теоретичних аспектів розвитку світового ринку страхування можна зробити висновок, що сутність поняття «страхування» характеризується різносторонньою складовою, бо поєднує в собі різні елементи такі як економічні, фінансові та правові. Отже, узагальнюючи різні визначення поняття «страхування», автор наукової роботи пропонує розглядати страхування як унікальну галузь економіки, яка пов'язана з розподілом та перерозподілом доходу, накопиченням, збільшенням та інвестуванням коштів в обєригання користувачів страхових послуг від несприятливої події, а також від їх негативних наслідків.

Література.

1. Про страхування. Закон України від 07.03.1996 № 85/96-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/85/96-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення: 10.01.2022).
2. Дробізько С.І. Теоретико-методичні аспекти страхового ринку в системі ринкової економіки. *Ефективна економіка*. 2018. № 6.
3. World insurance: the recovery gains pace. Swiss Re sigma. No 3/2021. URL: <https://forinsurer.com/files/file00707.pdf>
4. Світовий ринок страхування на кінець 2022 року перевищить \$7 трлн. Звіт Sigma Swiss Re. URL: <https://forinsurer.com/news/21/08/04/40140>
5. Карнаушенко А. С. Страхування в системі економічної безпеки аграрних підприємств. *Ефективна економіка*. 2021. № 8.
6. Боровік А.В., Карнаушенко А.С., Петренко В.С. Факторинг: сутність, види та його переваги в фінансовій діяльності. *Ефективна економіка*. 2021. № 11.

УДОСКОНАЛЕННЯ КАДРОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВА НА ОСНОВІ ВИВІЛЬНЕННЯ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ

ЛЯМІНА А.О., СТУДЕНКА,
ДНІПРОВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ОЛЕСЯ ГОНЧАРА*

Формування трудового потенціалу є найважливішим елементом в системі управління персоналом підприємства, і відбувається під впливом безлічі чинників, що визначають тенденції його відтворення і результативність використання.

Особливе значення в системі управління трудовим потенціалом необхідно приділяти чинникам, які відносяться безпосередньо до підприємства. Це чинники використання і формування трудового потенціалу.

До чинників використання трудового потенціалу відносять:

- формування корпоративної культури і прихильності персоналу;
- управління фондом оплати і стимулювання праці;
- нормування праці, винагорода персоналу;
- регулювання складу і чисельності персоналу [4].

Трудові норми, що склалися на підприємстві, зразки поведінки, цінності і відношення персоналу до роботи і підприємства є складовими елементами корпоративної культури. Тоді як сприятливий стан основних складових корпоративної культури сприяє зростанню робочих показників персоналу, несприятливий їх стан може привести до зниження міри прихильності персоналу своєму підприємству, послабленню трудової мотивації і, як наслідок, до падіння ефективності використання трудового потенціалу, зниження готовності працівників підвищувати свій професійний рівень і працювати з високою ефективністю.

Управління фондом оплати і стимулювання праці робить значний вплив на міру зацікавленості працівників в досягненні високих результатів. При цьому стимулювання праці підрозділяється на матеріальне стимулювання (заробітна плата, премії, пільги, бонуси) і нематеріальне стимулювання.

* Науковий керівник – Дзур О.Є., к.т.н., доцент

Винагорода персоналу сприяє появі додаткових стимулів до здійснення своєї професійної діяльності працівниками. Винагорода, за які або заслуги або показники формує у працівників почуття значущості і зацікавленості в подальшій роботі. Склад і чисельність персоналу визначаються переліком посад, що встановлюються менеджментом для забезпечення потреб виробництва залежно від його функціональної, технологічної і організаційної структури. Його якісні параметри обумовлені вимогами до рівня кваліфікації працівників, а кількісні – об'ємом випуску, трудомісткістю, складністю продукції, мірою автоматизації і комп'ютеризації технологічних процесів.

До чинників, що роблять вплив на формування трудового потенціалу з боку підприємства слід віднести [2]:

- стиль управління підприємством та умови праці;
- стиль керівництва;
- організаційна структура та імідж підприємства.

Стиль управління на підприємстві. Порівняння підприємства, побудованого жорстко централізованим чином, на відміну від тієї, що віддає перевагу принципу децентралізації показує, що цим організаціям потрібно різний склад працівників.

Умови праці. Міра шкідливості роботи для здоров'я, місце розташування робочих місць, графік роботи, ступінь свободи при ухваленні рішень. Як правило, наявність навіть невеликого числа непривабливих для працівників чинників вимагає від керівництва підприємства створення спеціальних програм залучення і утримання співробітників [1, 5].

Стиль керівництва. Переважаючий на підприємстві або в окремих її підрозділах стиль керівництва (авторитарний або демократичний), практика планування, що склалася, оцінки і контролю трудових показників немінуче відбивається на якості роботи персоналу. Крім того, що неадекватний стиль керівництва і низька якість управління знижують трудову віддачу і погіршують відношення виконавців до роботи і підприємства, послабляючи їх трудову мотивацію.

Організаційна структура. Структура управління, що склалася, чинить безпосередній вплив на ефективність роботи підприємства та його підрозділів. Кількість рівнів управління, пavidкість ухвалення рішень і їх гнучкість, ефективність координації роботи підрозділів – усі ці аспекти управлінської діяльності створюють умови, від яких трудові результати залежать безпосереднім чином [3]. Імідж підприємства впливає на працевлаштування працівників. Великі підприємства, що

мають високий імідж підприємства роблять набір на конкурсній основі. Розглянуті чинники, що впливають на управління трудовим потенціалом на різних рівнях, можуть бути доповнені чинниками формування трудового потенціалу самого працівника.

Література.

1. Грішнова О.А. Економіка праці та соціально-трудові відносини. Київ: Знання, 2018. 559 с.
2. Лазненко О.В. Сучасні проблеми оцінки трудового потенціалу підприємства. *Управління розвитком*. 2019. № 22. С. 33-35.
3. Марценюк А.В. Розвиток трудового потенціалу як основний елемент підвищення ресурсного потенціалу підприємства. *Економічний журнал Одеського політехнічного університету*. 2020. № 2. С. 102-107.
4. Шура Н.О., Шахно А.Ю., Поліщук І.Г., Мамедова А.А. Оцінка соціально-трудового потенціалу підприємства. Інвестиції: практика та досвід. 2021. № 20. С. 18-24.
5. Джур О.Є., Румянцева Г.О., Лисихін О.Г. Мотиваційний складник трудових процесів у сучасній виробничій системі. Глобальні та національні проблеми економіки. 2017. № 20. URL: <https://global-national.in.ua/issue-20-2017>

МЕТОДОЛОГІЯ ОРГАНІЗАЦІЯ ВИРОБНИЧОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В КОНТЕКСТІ СУЧАСНОЇ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ АГРАРНОГО СЕКТОРА

**МАЙБОРОДА М.М., К.Е.Н., ДОЦЕНТ,
ДЕРЖАВНИЙ БІОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Сучасний аграрний сектор України на сьогодні займає провідне місце в забезпеченні продовольчої безпеки як нашої країни, так і багатьох країн світу, ця тенденція набиратиме все більшого оберту як у воєнний час так і післявоєнний.

В табл.1 ми розглянули зміни, які відбулися з основними експортними зерновими культурами за проміжок в тридцять років.

Отримані результати показують нам, що в структурі посівних площ відбулися певні зміни за цей проміжок у тридцять років. А саме суттєво змінилась посівна площа під кукурудзою – зросла на 4,2 млн га, під пшеницею за цей період зменшилась на 0,8 млн га така ж ситуація і з ячменем, але тут не дуже значне зменшення – всього на 0,1 млн га. Така ж ситуація спостерігається і з урожайністю цих культур:

збільшення є тільки по кукурудзі на 1,8 т/га, по інших бачимо зменшення. Що стосується виробництва то збільшення ми бачимо тільки по кукурудзі на 25,6 млн т, по пшениці і ячмені обсяг виробництва зменшився відповідно на 5 та 1,3 млн т.

Таблиця 1

Порівняння посівних площ, урожайності, виробництва та експорту з України основних зернових культур у 1990/91 МР та 2020/21 МР*

Показники	1990/91 МР			2020/21 МР			Відхилення 2020/21 МР від 1990/91 МР, +/-		
	кукурудза	пшениця	ячмінь	кукурудза	пшениця	ячмінь	кукурудза	пшениця	ячмінь
Посівні площі, млн га	1,2	7,6	2,7	5,4	6,8	2,6	+4,2	-0,8	-0,1
Урожайність, т/га	3,8	4,0	3,4	5,6	3,7	3,1	+1,8	-0,3	-0,3
Виробництво, млн т	4,7	30,4	9,2	30,3	25,4	7,9	+25,6	-5	-1,3
Експорт, млн т	0,4	2,0	0,4	23,8	16,8	4,1	+23,4	+14,8	+3,7

*джерело: сформовано автором на основі [1].

За тридцять років суттєвих змін зазнав експорт основних зернових культур, він значно збільшився. Так по кукурудзі збільшення становить 23,4 млн т, по пшениці – 14,8 млн т, по ячменю – 3,7 млн т (табл. 1).

На протязі останніх років Україна постійно підвищує та зміцнює свої позиції на міжнародному ринку аграрної продукції та знаходиться в десятці лідерів експортерів зернової продукції за даними FAO [2].

В аграрному секторі, останнім часом, відбувається переоснащення та застосування у виробничому процесі сучасних засобів та методів діджиталізації (дрони, автопілоти, датчики контролю і т.п.), які підвищують ефективність та скорочують час на виконання певних операцій, підвищуючи ефективність використання трудового потенціалу. В цьому контексті виникає потреба в додаткових коштах на закупку таких засобів та підвищення кваліфікації або наймання спеціалістів в цій сфері.

В нашій державі існують програми державної підтримки аграрного сектора, звісно їх поки не достатньо для повної діджиталізації аграрного сектора, але вони сприяють розвитку аграрного сектора в певних напрямках (табл. 2).

Таблиця 2

**Програми державної підтримки в аграрному секторі
України та обсяг їх фінансування (млн грн)**

Програми	Роки		Відхилення
	2020	2021	2021р від 2020 р +, -
Часткова компенсація вартості с-г техніки та обладнання вітчизняного виробництва	1457,64	1000,0	- 457,64
Фінансова підтримка заходів в АПК шляхом здешевлення кредитів	1048,71	1200,0	+151,29
Фінансова підтримка розвитку садівництва, виноградарства та хмелярства	291,95	450,0	+158,05
Фінансова підтримка розвитку фермерських господарств	134,76	200,0	+65,24
Державна підтримка розвитку тваринництва та переробки сільськогосподарської продукції	1046,92	1150,0	+103,08
Відшкодування втрат від пошкодження посівів с.-г. культур від НС	-	240,0	+240,0
Державна підтримка нішевих культур	-	50,0	+50,0
Державна підтримка виробників картоплі	-	50,0	+50,0
Разом	3968,0	4500,0	+532,0

Джерело: розраховано на основі даних Держбюджету за 2020-2021 р., звіт про виконання Бюджету (ДКСУ).

Література.

- 2020/2021 Інфографічний довідник. Агробізнес України. Випуск з нагоди 30-річчя незалежності України.
URL: https://agribusinessinukraine.com/get_file/id/the-infographics-report-ukrainian-agribusiness-2021.pdf (дата звернення: 24.01.2022).
- Food and Agriculture Organization (FAO).
URL: <https://www.fao.org/about/en/>
- Бакум М.М. Підвищення ефективності виробництва зерна: ресурсні та техніко-технологічні аспекти. *Вісник ХНАУ ім. В.В. Докучаєва «Економіка АПК і природокористування»*. ХНАУ. 2009. № 14, С. 248-256.
- Бакум М.М. Напрями та інструменти управління ефективністю виробництва зерна. *Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка: Економічні науки*. 2011. Вип. 112. С. 17-27.

ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ КРЕДИТНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

*МАЛИЙ О.Г., К.Е.Н., ДОЦЕНТ,
ДЕРЖАВНИЙ БІОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ*

Аграрний сектор української економіки відіграє вагомую роль у формуванні ВВП, експортного потенціалу, продовольчій безпеці країни та світу. Протягом останнього десятиріччя, включно з роками кризових періодів сільськогосподарське виробництво демонструє позитивний фінансовий результат та має великий потенціал щодо зростання. Однак, сільське господарство є кредитомісткою галуззю і її нормальне функціонування без кредитних ресурсів практично неможливе. Це зумовлено специфікою сільського господарства: нестачею вільних фінансових коштів; сезонністю виробництва та значною тривалістю виробничого циклу. Аграрії на період посівної завжди потребують додаткового фінансування. Сьогодні в наслідок повномасштабної російської агресії сільгоспвиробники не мають можливості реалізувати на експорт зібраний минулого року врожай, оскільки вся портова інфраструктура країни заблокована. Як наслідок - криза ліквідності обігових коштів для сільськогосподарської діяльності. За оцінками Міністерства аграрної політики та продовольства - загальна потреба в коштах для проведення весняно-польових робіт складає близько 100 млрд гривень [2].

Обмеженість власних коштів змушує аграрні підприємства сподіватися на підтримку з боку держави та розвивати відносини з комерційними банками й іншими учасниками фінансового ринку.

Відомо, що вертикально інтегровані агроформування мають ширші можливості зовнішнього фінансування порівняно з малими та середніми за розмірами підприємствами [1].

Для підтримки проведення комплексу весняно-польових робіт Кабінетом Міністрів України прийнято Постанову від 12 березня 2022 р. № 274 «Про внесення змін до постанов Кабінету Міністрів України від 24 січня 2020 р. № 28 та від 14 липня 2021 р. № 723» [4], якою запроваджено механізм надання пільгових кредитів сільськогосподарським товаровиробникам. Кредити видаватимуться виключно малим та середнім аграрним виробникам з оборотом не більше 20 мільйонів євро в рік, що є еквівалентом підприємства, яке обробляє до 10000 га [2, 4].

Урядова програма підтримки посівної реалізується силами Кабінету Міністрів, Міністерства аграрної політики, Міністерства фінансів, Міністерства економіки, Національного банку та банківського сектору.

Так, станом на 13 квітня банки, у рамках державної програми щодо підтримки посівної кампанії в умовах військового вторгнення РФ, надали кредити більш ніж двом тисячам сільгоспвиробникам на суму більше 5,4 млрд грн. [2]. На цей момент 80 % (4,4 млрд грн) наданих позикових коштів становлять портфельні гарантії, а доступ до фінансування отримали 20880 сільськогосподарських товаровиробників із різних регіонів країни.

Найбільше кредитів за зазначений період залучили аграрії Кіровоградської – 1,8 млрд грн (33,3 % від загальної суми), Вінницької – 0,94 млрд грн (17,4 %), Дніпропетровської – 0,74 млрд грн (13,7 %), Одеської – 0,55 млрд грн (10,2%) та Львівської – 0,35 млрд грн (2,0 %) областей.

За даними Мінагрополітики, кредити до 60 млн грн за цією програмою видаються під 0 % річних (за програмою державної фінансової підтримки «Доступні кредити 5-7-9 %»). Термін такого кредитування – до 6 місяців, а після його завершення відсоткова ставка для позичальників становитиме 5 % річних.

Так, у рамках портфельного кредитування агровиробники зможуть отримати позики на купівлю добрив, засобів захисту рослин, пестицидів та агрохімікатів, палива, запасних частин для сільськогосподарської техніки, а також на поповнення основних засобів та нематеріальних активів, оплату праці, оренду нерухомого та рухомого майна, роботи та послуги для операційної діяльності.

Загальний бюджет програми на підтримку посівної кампанії 2022 року становить 50 млрд грн.

На сьогодні аграрні кредити можуть надавати 22 банки України. Лідерами є такі надвеликі банки, як Приватбанк, Райффайзен Банк Аваль, Опцадбанк, Укрексімбанк, Креді Агріколь Банк, ПУМБ, Укргазбанк, Кредобанк, в основному завдяки розгалуженій мережі відділень цих банків.

Таким чином, вирішення проблеми банківського кредитування сільськогосподарських виробників має важливе значення для фінансового забезпечення їх інноваційного розвитку, операційної

діяльності, продовольчої безпеки. Основними напрямками стабілізації механізму кредитування мають стати: збільшення бюджетних асигнувань, раціональне використання бюджетних коштів, залучення іноземних кредитів, зниження процентних ставок для сільськогосподарської галузі.

Література.

1. Малій О.Г. Аналіз сучасної системи кредитного забезпечення сільськогосподарських підприємств в Україні. *Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка: Економічні науки*, 2018. Вип. 191. С. 285-297.

2. Міністерство аграрної політики та продовольства України. Веб-сайт. URL: https://minagro.gov.ua/news/banki-vidali-agrariyam-kreditiv-majzhe-na-5-mlrd-434-mln-grn?v=6257d8306cb54&fbclid=IwAR2xOIsT-pWD8tUUF9ySjp2nYH69FEPXBxmpuHkf_pMX02vj8Yb8sdTHqI

3. Постанова Кабінету Міністрів України «Деякі питання надання державних гарантій на портфельній основі» від 14 липня 2021 р. № 723. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/723-2021-%D0%BF#Text>

4. Постанова Кабінету Міністрів України «Про внесення змін до постанов Кабінету Міністрів України від 24 січня 2020 р. № 28 та від 14 липня 2021 р. № 723» від 12 березня 2022 р. № 274. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/274-2022-%D0%BF#Text>

5. Постанова Кабінету Міністрів України «Про надання фінансової державної підтримки» від 24 січня 2020 р. № 28. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/28-2020-%D0%BF#Text>

ВИЗНАЧЕННЯ ВПЛИВОВИХ ФОНДОВИХ ІНДЕКСІВ НА СВІТОВИХ ФОНДОВИХ РИНКАХ

***МЕЛЬНИКОВА К.В., К.Е.Н., ДОЦЕНТ,
ХЕРСОНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ***

Необхідність зрозуміти складні зв'язки між світовим фондовим ринком зростає після поширення недавньої світової фінансової кризи на світових фондових ринках та фінансових установах. Наявність великої кількості неоднорідних взаємодіючих елементів і нелінійність їх поведінки призводять до складної емерджентної поведінки фондових ринків. Поведінка окремих фондових індексів зазвичай

контролюється за допомогою даних часового ряду. Тимчасовий аналіз таких даних стає дуже складним, оскільки кількість індексів для моніторингу зростає. Зосередження на мережевому підході як життєздатному варіанті вивчення складних взаємозв'язків між фондовими ринками шляхом представлення інформації, прихованої у величезному обсязі часових рядів даних про ринок акцій, у керований спосіб. Такий підхід може допомогти розкрити внутрішню структуру різних фондових ринків у світі. Це може сприяти міжнародній диверсифікації портфеля та покращенню глобальних фінансових систем.

Мережа фондового ринку, отримана з цінових прибутків, має безмасштабний розподіл ступенів, і ця властивість була використана, щоб запропонувати індекс на основі ступенів як індикатор ефективності ринку. Концепція мереж була застосована для вивчення поведінки корейського, китайського, індійського та бразильського фондових ринків.

Більшість літератури щодо мережевих моделей вивчає поведінку фондових ринків з використанням акцій певної країни, яка не в змозі відобразити поведінку світових фондових ринків. Впливові фондові індекси можуть впливати на рішення інвестора під час екстремальних подій, і, отже, індекси часто мають тенденцію рухатися разом. Важливість фондових індексів зазвичай відображається ринковою капіталізацією акцій, включених до індексу, але рух фондових індексів не враховується при оцінці їх важливості. Крім того, не існує встановленого методу ранжування глобальних фондових індексів та визначення найвпливовішого з них.

Мережне представлення фондового ринку може бути представлено таким зображенням (рис. 1.) на якому відображена множина вузлів, що представляють фондові індекси, та набір ребер, що представляють взаємозв'язки між парами фондових індексів [1].

Взаємозв'язок між парою фондових індексів визначається рівнем подібності між прибутковістю індексу. Передбачається, що обидва індекси поведуться однаково, якщо кореляція між показниками індексу більша або дорівнює деякому заданому порогу. MST використовується для зведення повної мережі в просту мережу, що допомагає отримати краще візуальне уявлення про мережу.

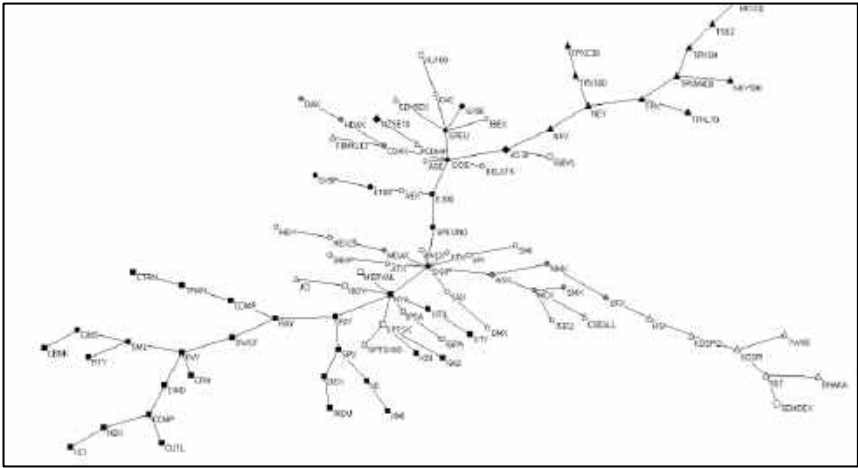


Рис. 1. Мережне представлення фондового ринку (MST)

Ми дослідили еволюцію кореляційної мережі, а також MST, отриману з кореляційної мережі. Спостерігається різка зміна еволюційної моделі після падіння Lehman Brothers, що відповідає даному періоду. Еволюційна поведінка довжини MST показана на рисунку 2. чітко відображає підвищений рівень синхронізації на світовому фондовому ринку на початку останньої фінансової кризи, викликаної крахом Lehman Brothers, як зменшення тривалості MST викликаний підвищеним рівнем кореляції між фондовими індексами.

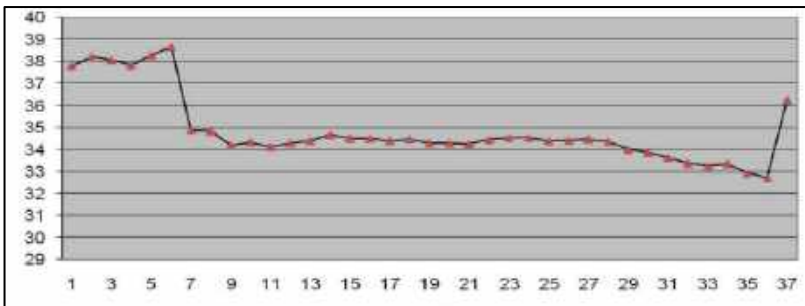


Рис. 2. Еволюція тривалості MST
(період 37 представляє повний 5-річний період)

Подібну еволюційну поведінку спостерігали в нашому нещодавньому дослідженні динаміки прибутковості акцій на різних фондових ринках на початку недавньої кризи [2]. Вплив краху Lehman Brothers та різних інших подій на мережу фондового ринку виражається в значному зменшенні тривалості MST. Це показує, що кореляція між n фондовими індексами по всьому світу значно зросла після цієї події. Остання точка на малюнку, що відповідає періоду 37, представляє довгострокову поведінку довжини MST, обчисленого з використанням усіх даних за 260 тижнів за весь п'ятирічний період. Рисунок чітко показує контрастну різницю між короткостроковою поведінкою акції ринкової мережі до і після краху Lehman Brothers.

Дослідження також показує підвищений рівень синхронізації доходності фондового індексу навколо краху Lehman Brothers. Дослідження надає емпіричні докази регіонального впливу на динаміку мережі. Регіональні моделі кластеризації вказують на наявність різних типів міжринкової взаємодії та механізмів комунікації, що впливають на поведінку фондового ринку. Такі зміни фондових індексів можуть бути пов'язані з більшою торгівлею або соціальними зв'язками між фондовими ринками різних регіонів всієї земної кулі.

Література.

1. WSJ. URL: <https://wsj.com/marketdata/quotes/index/US/DOW%20JONES%20GLOBAL/DJIA> (дата звернення: 14.05.2022).
2. Markets Insider. URL: <https://markets.businessinsider.com/news/stocks/stock-market-performance-under-president-donald-trump-dow-jones-sp500-2021-1-1029987163> (дата звернення: 14.05.2022).

СУТНІСТЬ ТА ПОРЯДОК ВИЗНАННЯ ДОХОДІВ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

***ОЛЕКСЕНКО А.К., ЗДОБУВАЧ ВИЩОЇ ОСВІТИ,
ПОЛТАВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ***

В умовах ринкової конкуренції основною метою діяльності будь-якої підприємницької структури є одержання найбільшого прибутку, що безпосередньо залежить від величини доходів та витрат. Підприємства агробізнесу є унікальним у цьому розумінні, оскільки

* Науковий керівник – Пономаренко О.Г., к.е.н., доцент

мають унікальне джерело отримання доходів – біологічні перетворення активів у межах сільськогосподарської діяльності.

Відповідно П(С)БО 15 «Дохід» доходи – це збільшення економічних вигод у вигляді надходжень активів або зменшення зобов'язань, які призводять до зростання власного капіталу (крім зростання власного капіталу за рахунок внесків учасників (власників) [3].

На основі узагальнення та систематизації концептуальних основ і практики ведення обліку доходів, вчені обґрунтовано поняття «дохід від сільськогосподарської діяльності» у розмаїтті його складових як надходження економічних вигод в результаті ефективного управління біологічними перетвореннями.

Згідно МСФЗ 18 «Дохід» доходи поділяються на два види: дохід від основної діяльності та прибуток від інших операцій. Така класифікація є більш обмеженою порівняно з класифікацією П(С)БО 15 «Дохід» [3].

Відповідно до П(С)БО 15 «Дохід» з метою визнання доходу та визначення його суми розрізняють такі види доходів [3]: реалізації продукції, товарів, інших активів, придбаних з метою продажу (крім інвестицій у цінні папери); надання послуг; використання активів підприємства іншими фізичними та юридичними особами, результатом якого є отримання процентів, дивідендів, роялті.

В П(С)БО 15 «Дохід» зазначена і інша класифікація доходів: дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг); інші операційні доходи; фінансові доходи; інші доходи; надзвичайні доходи. Порядок визнання доходів у вітчизняній та міжнародній практиці представлено в табл. 1.

Згідно ст. 4 Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність» встановлено принцип нарахування та відповідність доходів і витрат – для визначення фінансового результату звітного періоду необхідно порівняти доходи звітного періоду з витратами, що були здійснені для отримання цих доходів [4]. Отже, аналіз вітчизняної і зарубіжної практики обліку виявив деякі різночитання у трактуванні і аспектах визнання доходів. Однак, незаперечним є факт, що доходи та витрати відображаються у бухгалтерському обліку та фінансовій звітності в момент їх виникнення, незалежно від дати надходження та сплати грошових коштів.

**Порядок визнання доходів у національній
та зарубіжній системах обліку**

Джерело	Порядок визнання	Примітка
НП(С)БО № 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності», ПСБО 15 «Дохід»	Доходи визнаються, як збільшення економічних вигод у вигляді надходження активів або зменшення зобов'язань, які призводять до зростання власного капіталу (за винятком зростання капіталу за рахунок внесків власників), за умови, що оцінка доходу може бути достовірно визнана	Національні стандарти обліку дають аналогічні визначення доходів, які слід визнавати лише у разі, якщо їх оцінка може бути достовірно визначена
МСФЗ (IAS) 18 «Виручка»	Дохід (виручка) – це валове нагромадження економічних вигід протягом періоду, що виникає в ході звичайної діяльності суб'єкта господарювання, коли власний капітал зростає в результаті цього надходження, а не в результаті внесків учасників	Міжнародний стандарт фінансової звітності визнає дохід як виручку в результаті надходжень, що виникають у ході звичайної діяльності
Податковий Кодекс України	Доходи – загальна сума доходу платника податку від усіх видів діяльності, отриманого (нарахованого) протягом звітного періоду в грошовій, матеріальній або нематеріальній формах як на території України, й континентальному шельфі у виключній (морській) економічній зоні, так і за їх межами	ПКУ розширює порядок визнання доходів порівняно із бухгалтерськими стандартами, але не конкретизує порядок визнання доходів для цілей обліку та контролю

Література.

1. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності»: Наказ Міністерства фінансів України № 73 від 07.02.2013 р. *Верховна Рада України*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13>
2. Податковий кодекс України № 2755-VI від 02.02.2010 р. *Верховна Рада України*. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>
3. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 15 «Дохід»: Наказ Міністерства фінансів України № 290 від 29.11.1999 р. *Верховна Рада України*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0860-99>
4. Про бухгалтерський облік і фінансову звітність України: Закон України № 996-XIV від 16.07.1999 р. *Верховна Рада України*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14>

ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ ЯК ЗАПОРУКА РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНИХ ВИКЛИКІВ СУЧАСНОСТІ

ПАТААХА В.В., СТУДЕНТКА,
ДНІПРОВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ОЛЕСЯ ГОНЧАРА*

З кожним роком цифрова трансформація все більше проникає в життя людини, в усі сфери промисловості та послуг, приносить незворотні зміни в управління компаніями, роблячи їх більш гнучкими та конкурентоспроможними на ринку. Цифровізація відкриває багато нових можливостей для ефективного розвитку організацій і є дієвим механізмом позитивних змін у бізнесі. З огляду на актуальність трансформаційних процесів в соціально-економічному та політичному житті сучасних країн, ця тема потребує більш детального дослідження.

Діджиталізація – порівняно нова галузь досліджень в українській науці, і кількість напрацювань у цій сфері невелика. Більшість із них стосуються сутності поняття «діджиталізація», її основних етапів, аналізу зарубіжного досвіду цифрової трансформації, переваг цього процесу для компаній та перешкод на шляху її впровадження.

Проте постає необхідність уточнення значення та важливості діджиталізації для подальшого функціонування та розвитку бізнесу в нестабільному та динамічному середовищі. З цією метою необхідно проаналізувати вплив діджиталізації на майбутнє бізнесу та сформулювати пропозиції вирішення проблеми повільного процесу діджиталізації на українських підприємствах.

На початку XXI століття цифровий бізнес вийшов за межі Microsoft, Amazon, IBM та інших ІТ-компаній і задав тон для інших секторів: банківської справи, страхування, управління тощо [1]. *Діджиталізація* (від англ. *digitalisation*), або *цифровізація* – це загальний термін для окреслення цифрової трансформації суспільства та економіки. Він описує перехід від індустріальної епохи та аналогових технологій до епохи знань і творчості, що характеризується цифровими технологіями та інноваціями в цифровому бізнесі [4]. Цифровізацію часто плутають з оцифруванням та цифровою трансформацією. Ці терміни взаємопов'язані, але різні. Оцифрування даних – це перетворення інформації з аналогової в цифрову. Цифровізація означає використання цифрових технологій і цифрових даних для створення

* Науковий керівник – Джур О.Є., к.т.н., доцент

нових можливостей і зміни способу взаємодії клієнтів і компаній. Цифрова трансформація – набагато ширше використання цифрових технологій, що надає співробітникам можливість використовувати цифрові технології для трансформації корпоративної культури [5].

Пандемія коронавірусу змінила суспільство та прискорила цифрову трансформацію нашого світу. Цифрові технології дозволили бізнесу і суспільству продовжувати функціонувати навіть під час карантину, допомагаючи компаніям виживати, забезпечуючи доступ до медичної допомоги тим, хто цього потребує, і надаючи освіту дітям. У сучасних ринкових умовах процес цифровізації є одним із факторів, що визначають економічний розвиток підприємств та суспільства в цілому. Зміни зовнішнього середовища, зокрема технологічні трансформації, посилення інформаційних процесів та поява нового споживчого попиту, призводять до зростання цифровізації у світі [2, 3]. Ті, хто застрягли у аналоговому форматі ведення бізнесу ризикують втратити клієнтів, партнерів і споживачів. Тому єдиний вихід – бути цифровими.

За наявності правильних технологій та команди, здатної адаптуватися до нових умов, компанія здатна здійснити будь-яку цифрову трансформацію. Однак для цього потрібно дещо більше, аніж розгортання інформаційних систем. На основі успішного досвіду цифровізації бізнес-процесів у провідних зарубіжних та вітчизняних компаніях можна запропонувати наступні кроки для прискорення цифрової трансформації українських підприємств:

1. Зробити кожен процес максимально технологічним: проаналізувати наявні процеси та ресурси й визначити, чого може стосуватися трансформація;

2. Створити інфраструктуру даних для підтримки впроваджуваних технологій: проаналізувати – якими даними володіє компанія, де їх отримує, яку користь вони приносять компанії, які дані ще потрібні для якісного функціонування впроваджуваних технологій, забезпечити прозорий обмін даними між командами.

3. Бути в курсі інновацій, які виходять на ринок: які нові технології виникають, що роблять конкуренти, як вони діджиталізують свій бізнес, які технологічні тренди зараз впливають на вашу сферу і можуть стати потужними у найближчі роки.

4. Приймати зміни. Щоб у майбутньому залишатися на ринку, компанія повинна якомога швидше вийти із зони комфорту і зробити те, до чого вона не звикла. А саме – впроваджувати нові технології, щоб робити бізнес більш інноваційним, гнучким та швидким.

Отже, діджиталізація є невід’ємною частиною нової реальності. Жоден сучасний бізнес не може функціонувати в довгостроковій перспективі без цифрової трансформації. Прогнозується, що саме діджиталізація буде визначити майбутнє бізнесу в найближчі роки.

Література.

1. Все буде «цифра»: чим відрізняється діджиталізація від діджиталу. URL: <https://mind.ua/openmind/20226703-vse-bude-cifra-chim-vidriznyaetsya-didzhitalizaciya-vid-didzhitalu> (дата звернення: 02.05.2022).
2. Савицька О.М., Салабай В.О. Особливості діджиталізації бізнесу компанії в умовах розвитку індустрії 4.0. Ефективна економіка. 2020. № 10. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8266> (дата звернення: 02.05.2022).
3. Stukalo, N., Krasnikova, N., Steblianko, I., et al. «Green» Economy: from Global Concept to Reality of Local Development. Publisher, Serednyak, 2018. 352 p.
4. What is digitalization? URL: <https://innolytics-innovation.com/what-is-digitalization/> (дата звернення: 01.05.2022).
5. What is the role of digitalization in business growth? URL: <https://factory.dev/blog/digitalization-business-growth> (дата звернення: 01.05.2022).

ЗСУВ ПАРАДИГМИ ІСНУВАННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ В УКРАЇНІ ТА СВІТІ

***Пилипенко О.В., К.Е.Н., доцент,
ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІНФРАСТРУКТУРИ ТА ТЕХНОЛОГІЙ***

Більшість із існуючих тенденцій світового розвитку втратили свою актуальність після 24-го лютого 2022 року, тобто після початку широкомасштабного військового вторгнення РФ в Україну. Світ чекає нова «нова нормальність», і окремі з цих тенденцій оцінені як загрозові з точки зору їх впливу на світову економіку, але є й цікаві, позитивні (для України) зміни. Наведемо окремі з них:

– окремі джерела жартують, що «Україна вилікувала світ від коронавірусу», оскільки боротьба з пандемією зникла з перших сторінок новинних сайтів, хоча медики не вважають, що вірус зник. Позитивну роль тут відіграла і масова вакцинація як в Європі, так і в Україні, поява біженців з якої не відобразилась сплеском захворюваності в країнах прибуття;

– Україна стала новим світовим брендом та ньюзмейкером. «Be brave like Ukraine» – нове гасло та новий тренд в маркетингу. Про популярність тренду «Україна» свідчать візити політичної та культурної еліти в Україну або відвідування ними масових та культурних заходів, українських громад в країнах Європи та світу, де нині перебувають біженці з України. Очевидно, незабаром, з'являться нові тенденції в моді мас-маркету, музиці, культурі тощо;

– країни ЄС, США, Канада намагаються створювати преференції для українських товарів, зокрема, усунення мита. Першою була Великобританія, яка відмінила мито для українських товарів. На жаль, це скоріше крок демонстративної підтримки, оскільки не так багато товарів поставляла Україна Британії, а у часи війни можливості економіки України дуже обмежені через втрату виробничих потужностей та складнощі з логістикою;

– Україна ще не оцінила повністю збитки, завдані війною економіці України. Однак, вже усвідомлено те, що ці втрати надзвичайно великі: будівлі, в т. ч. житлові, часто не підлягають відновленню, майно сільськогосподарських підприємств, кооперативів, окремих фермерів, промислових підприємств, що опинились на окупованих територіях, розграбоване або знищене. Закономірно постає питання репарацій, однак, це питання може розв'язуватись роками. Вже зараз виникла проблема забезпечення пального через руйнування потужностей Кременчуцького нафтопереробного заводу, логістичні проблеми та державне регулювання цін на нафтопродукти;

– з перших днів війни експерти світових товарних ринків заявили про майбутню нестачу продовольства та можливу продовольчу кризу у низці країн, що залежать від постачання продовольства, виробленого та виробленого в Україні. Адже України – важливий постачальник зерна та соняшникової олії на світових ринках, і для низки країн неможливість вивезти зерно з України (оскільки усі порти заблоковані, а судноплавство у Чорному морі утруднене через його насиченість мінами) може мати драматичні наслідки. Вже зараз ціни на продовольство зросли, експерти прогнозують його нестачу та подальше зростання цін [2]. Але неможливість експортувати зерно також є втратами для українських сільгоспвиробників та трейдерів [1]. Більше того, за останніми даними відомо про сотні тисяч тон зерна, вкраденого росіянами та вивезеного з України [3], про пограбування господарств в окупованій Херсонській області, овочі з якої направляються до Криму [5]. Наслідком війни може бути втрата Україною світових ринків, адже цю нішу займуть виробники з інших країн;

– відновлення сільського господарства в багатьох регіонах України, в першу чергу тих, де велися активні бойові дії, буде стримувати необхідність провести розмінування територій. Експерти наголошують, що Україна – «одна з найбільш замінованих країн світу» [4]. Можна тільки уявити собі, наскільки небезпечним видом діяльності стане рослинництво і як це відобразиться на цінах на продовольство!;

– безробіття, яке нині виникло в Україні, можливо, поки що не відчувається в окупованих регіонах, чи там, де ведуться активні бойові дії, оскільки людей хвилює проблема фізичної безпеки і виживання. Однак, це реальна проблема життєзабезпечення, яка потребує створення спеціальних державних програм відновлення економіки, стимулювання бізнесу і створення робочих місць. Багато підприємств були вимушені припинити свою діяльність, деякі фізично знищені. Відповідно, наразі ситуацію на ринку праці можна характеризувати як «праценадлишкову», оскільки не так бізнес потребує робочих рук, як праця – бізнесу. Якщо до початку війни на сайтах пошуку роботи в Україні пропонувалися 58 тис. вакансій, то через 6 тижнів після її початку – лише 8 тисяч вакансій, з яких, можливо, не всі актуальні;

– допомога, яку виділяють Україні в розмірах мільярдів і мільйонів доларів країни Європи і США, введені санкції, навіть якщо окремі країни відтягують їх реальне впровадження, відобразяться й на економіках провідних країн світу. Це, ймовірно, призведе до падіння рівня життя в багатьох країнах. І навіть, якщо в майбутньому, вдасться залучити статки російських олігархів на подолання наслідків військових дій, все одно, показники рівня життя в багатьох країнах світу поповзуть донизу – товари коштуватимуть дорожче, соціальний захист буде слабшим, а працювати доведеться більше для того, щоб повернути довоєнний рівень добробуту;

І нарешті, найбільший збиток України, який поки що не оцінили і не зрозуміли – втрата людських ресурсів, збитки людському потенціалу, нанесені вторгненням Росії, Тут можна виділити кілька напрямів:

– по-перше, прями втрати найбільш продуктивної, найбільш мотивованої і працездатної частки населення, що встала на оборону країни;

– втрати мирних мешканців від рук окупантів, що, на думку багатьох політиків, мають ознаки проявів геноциду;

– втрати населення, в основному жінок працездатного віку, дітей та молоді, що евакуювалися з різних регіонів України в інші країни, в основному країни Європи, у т. ч. і Західної. Частина з цих людей,

безумовно, повернеться в Україну після закінчення війни та повернення до мирного життя, але частині евакуйованих просто фізично нікуди повертатися через втрату житла в Україні, а можливо, й родичів. Поки що неможливо оцінити число жінок та молоді, які залишаються в країнах Європи, однак, це ті люди, яка здатні створити ефективну пропозицію на ринку праці, щоб прогодувати себе та залежних від них осіб, отримати можливості навчання в європейських навчальних закладах або створити додатковий тиск на соціальну систему приймаючих країн.

В перспективі, найбільш драматичною втратою для України може стати втрата молоді, що виїхала в інші країни. За умови, що українській талановитій молоді можуть бути створені умови для навчання та працевлаштування в цих країнах, такі негативні наслідки поки що державою не оцінені.

Отже, завданням уряду України є створення програм відновлення, відбудови і розвитку країни на нових засадах прозорості та відсутності корупції, що зробить бренд «Україна» не тільки популярним у світі, але й привабливим повернення молодих українців додому, з новими знаннями та гордістю за Україну, з бажанням відбудови країни, забезпечення її розвитку і процвітання. Це тим більш важливо і реально, що відбудова економіки України повинна здійснюватися на принципах демократії, прозорості, із залученням кращого досвіду та з використанням найкращих технологій.

Література.

1. За місяць війни Україна недоотримала на експорті продовольства \$ 1,5 млрд. URL: <https://agropolit.com/news/23531-za-misyats-viyini-ukrayina-nedootrimala-na-eksporti-prodovolstva-15-mlrd>

2. Рекордні ціни на продовольство в світі можуть підскочити ще на 22 % через війну. URL: <https://www.epravda.com.ua/news/2022/03/12/683859/>

3. Росіяни вже викрали в Україні кілька сотень тисяч тонн зерна. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/3472175-rosiani-vze-vikrali-v-ukraini-kilka-soten-tisac-tonn-zerna.html>

4. Україна – одна з найбільш замінованих країн світу. Що з цим робити? URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-61080365>

5. «Фермерів попередили, що відріжуть голови». Звідки у Криму беруться дешеві херсонські овочі? URL: <https://www.radiosvoboda.org/amp/khersonschyna-krym-fermery-ovochi-viyina/31829388.html>

ІННОВАЦІЙНІ ОРІЄНТИРИ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНІВ

*ПОДРЕЗ-РЯПОЛОВА І.В., К.Ю.Н.,
СТАРШИЙ НАУКОВИЙ СПІВРОБІТНИК,
НАУКОВО-ДОСЛІДНИЙ ІНСТИТУТ ПРАВОВОГО
ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ
НАЦІОНАЛЬНОЇ АКАДЕМІЇ ПРАВОВИХ НАУК УКРАЇНИ*

Соціально-економічна мотивація інноваційної активності є рушійною силою та передумовою якісного технологічного прориву розвитку регіону та національної економіки в цілому, що має особливе значення в умовах сучасних викликів глобалізації та зростання відкритості економіки України. Попри це, на сьогодні відсутні досконалі механізми та інструменти такої мотивації, що унеможливає повноцінну та цілісну реалізацію внутрішнього ринкового потенціалу та значно знижує соціо-еколого-економічну ефективність трансформацій на шляху до побудови ринкової економіки, здатної вистояти в мінливих умовах зовнішнього середовища [1].

Державна стратегія регіонального розвитку на 2021-2027 роки, яка затверджена постановою Кабінету Міністрів України від 5 серпня 2020 року № 695, визначає генеральний вектор сталого розвитку регіонів та є основним планувальним документом для реалізації секторальних стратегій розвитку, координації державної політики у різних сферах, досягнення ефективності використання державних ресурсів у територіальних громадах та регіонах в інтересах людини, єдності держави, сталого розвитку історичних населених місць та збереження традиційного характеру історичного середовища, збереження навколишнього природного середовища та сталого використання природних ресурсів для нинішнього та майбутніх поколінь українців [2].

Крім того, вказана Стратегія визначає основні тенденції та проблеми соціально-економічного розвитку регіонів у контексті загальнодержавних викликів. Так, конкурентними перевагами регіонів встановлені: відкритість для бізнесу; людський капітал (при цьому, більшість регіональних центрів мають потужну науково-освітню базу, що забезпечується регіональними науково-дослідними інститутами, закладами вищої освіти з відповідним кадровим потенціалом, що в майбутньому можуть стати основою для створення науково-виробничих та інноваційних центрів розвитку); вигідне географічне

розташування; потужний транзитний потенціал; потужний історико-культурний потенціал; доступна вартість життя в Україні порівняно з більшістю європейських держав.

Сучасні умови воєнного стану, встановленого Указом Президента України «Про введення воєнного стану в Україні» від 24 лютого 2022 р. № 64/2022 [3] змінили національну економіку країни. Військова агресія Російської Федерації проти України завдала руйнівної соціально-економічної та екологічної шкоди регіонам нашої країни, тому, першочерговим завданням наразі є відновлення та переорієнтація регіональної економіки та соціально-економічної інфраструктури.

Державна стратегія регіонального розвитку на 2021-2027 роки визначає наступні актуальні проблеми соціально-економічного розвитку регіонів:

1. Нестійкість конкурентної позиції України у світі.
2. Збройна агресія Російської Федерації проти України та тимчасова окупація частини її території.
3. Поглиблення демографічної кризи.
4. Зміна клімату, погіршення екологічної ситуації.
5. Погіршення якості людського капіталу.
6. Непродуктивна економіка. Проблемною тенденцією є орієнтація регіональної економіки переважно на сировинні галузі, зниження темпів впровадження інноваційних видів продукції, низька підприємницька активність населення, впровадження виробництва інноваційних видів продукції за останні роки загалом майже відсутнє.
7. Невідповідність інфраструктури сучасним потребам людини та економіки, недосконалість системи національної стійкості та захисту об'єктів критичної інфраструктури.
8. Слабкість публічних інституцій.

Зазначені проблеми обумовили необхідність розв'язання в рамках цієї Стратегії наступних питань: 1) слабка інтеграція регіональних просторів у загальноукраїнський; 2) низький рівень конкурентоспроможності регіонів, в тому числі через непродуктивну регіональну економіку більшості регіонів та низький рівень регіонального інноваційного розвитку; 3) недостатня спроможність центральних та місцевих органів виконавчої влади, органів місцевого самоврядування та інституцій регіонального розвитку до ефективного впровадження реформ, надання високоякісних послуг населенню та розв'язання проблем соціально-економічного розвитку територій.

Разом з цим, вказані проблеми соціально-економічного розвитку регіонів у контексті воєнного стану загострюються та потребують розроблення дієвих додаткових механізмів їх подолання. Отже, подальших концептуальних досліджень потребують питання щодо інноваційних факторів соціально-економічного розвитку та удосконалення соціально-економічних стимулів для зростання інноваційної та інвестиційної активності в умовах викликів воєнного часу.

Література.

1. Соціально-економічна мотивація інноваційного розвитку регіону: монографія / за заг. ред. д-ра екон. наук, професора О.В. Прокопенко. Суми: Сумський державний університет, 2012. 576 с.

2. Державна стратегія регіонального розвитку на 2021-2027 роки: затв. постановою Кабінету Міністрів України від 5 серпня 2020 р. № 695. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/695-2020-%D0%BF#Text>

3. Про введення воєнного стану в Україні: Указ Президента України від 24 лютого 2022 р. № 64/2022. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/64/2022#n2>

КЛАСИФІКАЦІЯ ДЖЕРЕЛ ФІНАНСУВАННЯ ДЕФІЦИТУ БЮДЖЕТУ

***ПОЛІЩУК В.О., ЗДОБУВАЧКА ВИЩОЇ ОСВІТИ*,
ХЕРСОНЬСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ***

У сучасній теорії і практиці фінансів у зв'язку з бюджетними дефіцитами вживають такі поняття: фінансування бюджету, джерела фінансування (покриття) бюджетного дефіциту, дефіцитне фінансування. Два останніх поняття були відомі в Україні, а перше - запозичене на Заході та введене в українську фінансову практику з прийняттям Бюджетного кодексу. За Кодексом фінансування бюджету - надходження та витрати у зв'язку зі зміною обсягу боргу, а також залишку готівкових коштів за бюджетом, які використовуються для покриття різниці між доходами і видатками бюджету.

На практиці фінансуванням бюджету вважають групу певних фінансових операцій, джерелами фінансування бюджетного дефіциту – види фінансових ресурсів, а дефіцитним фінансуванням - тип фінансової політики.

* Науковий керівник – Петренко В.С., д.е.н., доцент

Фінансування бюджету характеризується такими ознаками:

– операції з фінансування бюджету включають як надходження, так і витрачання бюджетних ресурсів;

– у бюджеті фінансування відображається окремо, оскільки не належить ні до доходів, ні до видатків;

– на відміну від бруutto-основи відображення показників доходів і видатків бюджету, фінансування має чисту основу;

– операції з фінансування бюджету мають на меті: профінансувати бюджетний дефіцит, погасити державний борг, покрити тимчасові касові розриви при виконанні бюджету, забезпечити ліквідність бюджетного фонду;

– розмір бюджетного дефіциту (або надлишку) дорівнює розміру нетто-фінансування.

Стосовно джерел фінансування бюджетного дефіциту, то їх розрізняють за кредиторами, інструментами залучення, економічним впливом.

Міжнародний валютний фонд пропонує для використання дві класифікації фінансування: за типом кредитора і за типом боргового зобов'язання (табл. 1).

Таблиця 1

Класифікація фінансування бюджету: підхід МВФ

Фінансування за типом кредитора	Фінансування за типом боргового зобов'язання
1. Внутрішнє фінансування: від інших суб'єктів сектору державного управління; від органів грошово-кредитного регулювання; від депозитних банків; інше внутрішнє фінансування; коригування. 2. Зовнішнє фінансування: від міжнародних інститутів розвитку; від іноземних урядів; інші запозичення за кордоном; зміни готівки, депозитів і цінних паперів, які утримуються з метою управління ліквідністю	1. Довгострокові облігації. 2. Короткострокові облігації та векселі. 3. Інші довгострокові позики. 4. Інші довгострокові позики й аванси. 5. Інші зобов'язання. 6. Зміни залишків готівки, депозитів і цінних паперів, які утримуються з метою управління ліквідністю

Аналогічні класифікаційні ознаки встановлені також Бюджетним кодексом України. Для фінансування дефіциту в Україні призначені внутрішні і зовнішні запозичення. При цьому емісійні кошти НБУ не можуть бути джерелом фінансування дефіциту.

За результатами співпраці з МВФ Україна уклала Технічний меморандум із взаєморозуміння, у якому визначено, що фінансування

дефіциту консолідованого уряду включає: чисту суму казначейських векселів; чисту суму позик уряду, наданих національною банківською системою; загальну суму приватизаційних надходжень; різницю між надходженнями від розміщення і погашення будь-яких облігацій, емітованих урядом або НБУ для нерезидентів з метою фінансування дефіциту; різницю між отриманням і погашенням урядом іноземних кредитів; чисту зміну депозитів уряду в банках-нерезидентах та інших інститутах-нерезидентах; чисті надходження від розміщення інших боргових зобов'язань або інших фінансових інструментів, емітованих урядом.

Отже, з одного боку, джерела фінансування дефіциту є симетричним поняттям стосовно самого дефіциту. При цьому величина бюджетного дефіциту дорівнює обсягу необхідного його покриття. З іншого боку, залучення таких грошових надходжень, які належать до джерел фінансування дефіциту, свідчить про від'ємну розбалансованість бюджету. Якщо уряд не вживатиме заходів щодо її подолання і разом з цим не вдаватиметься до залучення джерел фінансування дефіциту, відбуватиметься нагромадження платежів.

Література.

1. Стратегія та програма управління державним боргом. Міністерство фінансів України. URL: <https://mof.gov.ua/uk/osnovnainformacija>

2. Видатки держави. Ціна держави. URL: <http://old.cost.ua/budget/expense/agencies/>

РОЛЬ КАДРОВОЇ ПОЛІТИКИ В КОРПОРАТИВНОМУ СЕКТОРІ АГРАРНОГО ВИРОБНИЦТВА

***ПОЛІЩУК Д.О., АСПИРАНТ*,
ДЕРЖАВНИЙ БІОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ***

Рівень економічного розвитку аграрних підприємств, багато в чому, визначає економіку країни. Аграрне виробництво залишається найважливішим сектором економіки України, що визначає дохідну частину її бюджету та рівень зайнятості населення, і для того, щоб утримувати ці позиції, підприємства повинні виходити на принципово

* Науковий керівник – Власенко Т.А., д.е.н., професор

нові підходи до розвитку, такі як: прискорення темпів економічного зростання на міжнародних, державних і міжрегіональних ринках; підвищення конкурентоспроможності економіки; впровадження стратегічних планів розвитку підприємств; проведення інноваційної кадрової політики; підвищення рівня якості виготовленої продукції та ефективності виробництва.

На підприємствах ці підходи пов'язані з переорієнтуванням і модернізацією виробництва, пошуком інших форм роботи зі споживачами, реалізацією цілей і завдань управління персоналом, яке здійснюється через забезпечення і проведення ефективної кадрової політики. У цьому зв'язку на перший план висувається робота з кадрами як найбільш гостра проблема, яка перебуває під впливом одночасної дії наступних факторів: всебічна модернізація економіки аграрного сектору і створення економічної основи для стійкого розвитку підприємства в довгостроковій перспективі з його зобов'язаннями перед економічними партнерами і суспільством; очікування працівників підприємства – головної продуктивної сили до їх кваліфікації, професійних та психологічних можливостей – щодо забезпечення відповідного соціального рівня.

Концепції та програми стратегічного розвитку в корпоративному секторі аграрного сектору України передбачають прийняття і здійснення великих економічних, політичних, правових та інших рішень, спрямованих на кардинальну зміну структур управління, фінансово-кредитної політики, форм і методів соціального захисту населення, інших сторін суспільного життя. При цьому необхідно враховувати, що основною ланкою трансформації кадрової політики є організація, де безпосередньо відбувається взаємодія робочої сили із засобами виробництва, здійснюється процес трудової діяльності [1].

Як основні напрями трансформації кадрової політики на сучасному етапі розглядаються адміністративні та економічні методи, соціальні відносини і гарантії, які, в свою чергу, складаються з елементів, представлених в структурі кадрової політики (рис. 1). Кадрова політика дає можливість пов'язати (об'єднати, узгодити) управлінські дії всіх зацікавлених груп при проведенні ефективної технічної та економічної політики підприємства. Трансформація кадрової політики у вузькому сенсі – це робота адміністрації і всього колективу щодо удосконалення трудових відносин з метою підвищення ефективності та конкурентоспроможності підприємства.

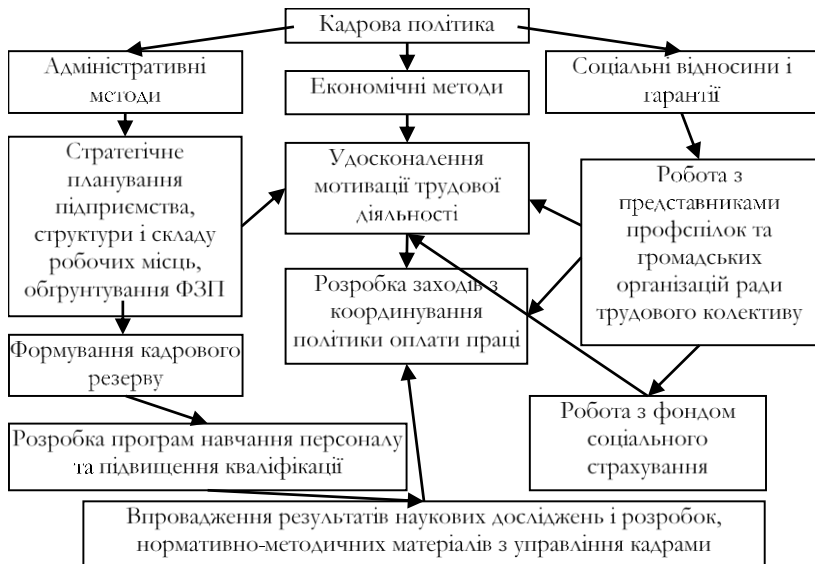


Рис. 1. Структура кадрової політики в корпоративному секторі аграрного виробництва

Метою сучасної концепції розвитку підприємства є створення системи управління кадрами, що базується, в основному, не на адміністративних методах, а на економічних стимулах і соціальних гарантіях, орієнтованих на зближення інтересів працівника з інтересами власників підприємства в досягненні високої продуктивності праці, підвищенні ефективності виробництва, одержанні найкращих економічних результатів діяльності підприємства.

Інтегроване планування персоналу припускає, що кадрова політика повинна базуватися на стратегічних планах підприємства. Фактично це означає, що цілі кадрової політики повинні бути похідними від цілей підприємства, тобто специфічні вихідні вимоги у вигляді набору характеристик, якими повинні володіти працівники, визначаються, виходячи з цілей всього підприємства. Інтеграція кадрової політики залишається однією з найбільш важливих сфер діяльності підприємств, здатною багаторазово підвищити їх ефективність, а саме поняття інтеграція кадрової політики розглядається в досить широкому діапазоні: від економіко-статистичного до філософсько-психологічного аспекту [2].

Таким чином, в умовах, що склалися аграрним підприємствам потрібно пропрацювати структуру кадрової політики, розвиваючи та удосконалюючи кожен напрямок, взаємоув'язуючи стратегічне планування підприємства з мотивацією трудової діяльності та соціальними відносинами, постійно координуючи впровадження розроблених науково-методичних матеріалів з управління кадрами і вдосконалюючи мотивацію трудової діяльності. Це дозволить сформулювати стратегічний напрямок у кадровій роботі, отриманий в результаті взаємодії на компромісній основі пріоритетів державної політики зайнятості, загальної стратегії розвитку підприємства, інтегрованої активізації трудової діяльності та факторів, властивих зовнішньому і внутрішньому середовищу підприємства, орієнтованому на отримання не лише економічного, але й соціального ефекту за умови дотримання чинного законодавства.

Література.

1. Брэддик У. Менеджмент в организации. М.: ИНФРА-М, 2003. 344 с.
2. Richard Koch. The 80/20 Principle: The Secret of Achieving More With Less. 320 p. Nicholas Brealey Publishing, 1998.

ФУНКЦІОНАЛЬНІ ЗАВДАННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТІВ АГРОБІЗНЕСУ В КОНТЕКСТІ ПІДВИЩЕННЯ ЇХ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

***ПОЛІЩУК Т.С., АСПИРАНТКА*,
ДЕРЖАВНИЙ БІОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ***

Сучасні процеси розвитку соціально орієнтованої економіки, пошук нових підходів до ведення бізнесу, методів прийняття управлінських рішень характеризуються істотними змінами у соціальній та економічній сферах діяльності суб'єктів господарювання аграрного виробництва. Соціальна відповідальність стає інструментом підвищення репутації суб'єкту агробізнесу, довіри з боку суспільства, інвестиційної привабливості, капіталізації та конкурентоспроможності суб'єкту аграрного бізнесу. Науково-технічний прогрес і пвидке оновлення знань, які лежать в основі нових, більш сучасних технологій,

* Науковий керівник – Власенко Т.А., д.е.н., професор

ведуть до інтелектуалізації виробництва і вимагають збільшення витрат на підготовку та утримання висококваліфікованого персоналу, пошуку нових інструментів формування та нарощення людського капіталу. Бізнес змушений прийняти на себе значну частину цих витрат, оскільки його власне існування та нарощення економічних можливостей знаходиться в прямій залежності від якості та компетенції людського капіталу, сучасні вітчизняні суб'єкти агробізнесу не є виключенням в процесі трансформації концептуальних підходів управління їх конкурентоспроможністю та умов переходу аграрного виробництва на інноваційну модель розвитку.

Дослідження об'єктивних основ і форм реалізації соціальної відповідальності суб'єктів агробізнесу пов'язане з необхідністю визначення функцій та тенденцій активізації соціально-економічних механізмів. Соціальна відповідальність суб'єктів агробізнесу як механізм підвищення конкуренто-спроможності та задоволення інтересів даних суб'єктів реалізує своє значення через призму функціональних завдань (рис. 1).

Нормативне регулювання діяльності суб'єктів агробізнесу повинно бути спрямоване на формування сприятливого середовища аспекті виконання стратегічних орієнтирів підвищення конкурентоспроможності та виходу на світові аграрні ринки і реалізовуватися програмами розвитку відповідних загальнодержавних, регіональних та місцевих органів влади з метою узгодження інтересів держави, бізнесу та громади, базуючись на організаційно-економічних механізмах підвищення конкурентоспроможності соціальної відповідальності. Реалізація нормативної функції передбачає закріплення чітких правових гарантій, які б забезпечували свободу і захист суб'єктів агробізнесу; розроблення актів, спрямованих на правове забезпечення соціальної взаємодії, а також на вдосконалення діючих правових інструментів, важелів, що регулюють діяльність бізнесу в аграрному виробництві, з метою усунення суперечностей, що можуть гальмувати розвиток соціальних ініціатив та визивають соціальні конфлікти.

Нині в Україні у сфері соціально-економічних відносин діють різноманітні галузеві, державні та міжнародні нормативні документи. Вони є досить суперечливими, проте слугують базою для активізації принципів соціального партнерства та визначають умови реалізації соціальної відповідальності бізнесу суб'єктів агробізнесу.

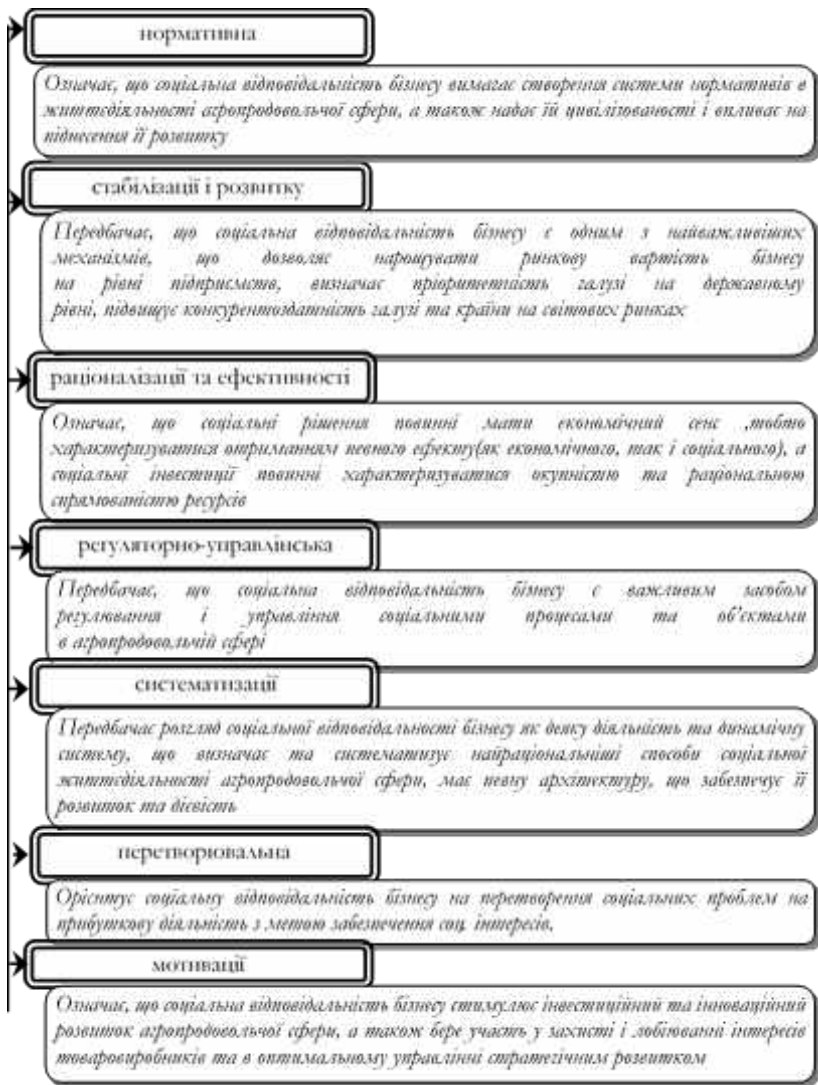


Рис. 1. Функціональні завдання соціальної відповідальності суб'єктів агробізнесу в контексті підвищення їх конкурентоспроможності (удосконалено за [1])

Нормативно-правові документи не тільки відображають чинну бізнес практику, але й представляють інтереси окресленого

інституційного кола – держави, споживачів, незахищених верств населення, бізнес-партнерів тощо. Вони стосуються різних аспектів соціальної відповідальності бізнесу і дедалі більшою мірою впливають на господарську діяльність підприємства.

Література.

1. Ворона О.В. Методичні підходи до оцінки рівня соціальної відповідальності. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2010. № 30. С. 127-133.
2. Миколенко І.Г. Механізм соціальної відповідальності суб'єктів аграрного бізнесу. *Актуальні проблеми інноваційної економіки*. 2017. № 4. С. 62-72.

ПРОЦЕС ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ: ІНФОРМАЦІЙНА СКЛАДОВА

***САГАЧКО Ю.М., К.Е.Н., ДОЦЕНТ,
ДЕРЖАВНИЙ БІОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ***

В умовах інтенсивного інформаційного обміну на внутрішньодержавному та міжнародному рівнях, саме інформаційне середовище, в якому відбувається та розвивається суспільні відносини, стає одним із найважливіших факторів конкурентоспроможності для будь-якої країни світу.

Формування інформаційної та аналітичної бази для прийняття управлінських рішень на державному рівні є необхідною потребою, яка полягає у створенні єдиної державної інформаційної системи.

Розглянемо значення управлінського рішення – це вольовий акт втручання суб'єкта управління у діяльність об'єкта управління для виходу з певної виробничо-господарської чи іншої ситуації. У більшості випадків, якщо ми говоримо про державні органи влади, то управлінські рішення є правовим актом, співвіднесеним із компетенцією органу, а також з чинними матеріальними та процесуальними правовими нормами. Необхідно розрізняти поняття «державно-управлінські рішення», «управлінські рішення» та «рішення» [1]. Так, державно-управлінське рішення це усі управлінські рішення, що приймають вищі та регіональні органи державної влади з метою визначення і реалізації державних цілей, стратегій їх досягнення, основних функцій державної політики, організації державної влади, а також вирішення інших проблем державного значення [2].

Управлінське рішення як форма реалізації організаційної функції державного управління виступає критерієм та показником належної державно-владної організації громадського управління, формування та реалізації державної політики з різних питань суспільного розвитку.

Наявність сучасних технологій, прикладних пакетів програмного забезпечення, засобів телекомунікації та офісного обладнання позитивно впливає на якість управлінської роботи [3]. Але слід пам'ятати, що, коштів, вкладених у автоматизацію розробки управлінського рішення, має перевищувати можливий прибуток від застосування відповідної системи.

І основною умовою ефективних управлінських рішень є повна поінформованість суб'єкта управління. Відтак сучасні інформаційні технології покликані допомагати спеціалістам та керівникам, які приймають управлінські рішення та основними вимогами до інформації є достовірність, своєчасність та наповненість. Також інформаційні технології покликані забезпечити якість обробної інформації, що веде до скорочення термінів її обробки, тому що не прийняте вчасно рішення – грубіша, помилка, що має тяжкі наслідки, ніж рішення прийняте, але має помилки.

Сьогодні вже можна говорити про те, що з впровадженням інформаційних технологій в органах державної влади більшість громадян зможуть більш активно впливати на процеси, що відбуваються в державі. Обмін інформацією між владою та громадськістю є важливим показником прозорості та відкритості діяльності влади, її демократизації, це також є поштовхом для розвитку соціально орієнтованої ринкової економіки та зміцнення громадянського суспільства [4].

Але якщо говорити про загальний рівень інформатизації інформаційно-аналітичного забезпечення місцевого самоврядування в Україні він низький, що зумовлено недостатнім обладнанням програмно-апаратними засобами, низьким кваліфікаційним рівнем держслужбовців, недостатнім ступенем впровадження інформаційно-комунікаційних технологій. Щоб вирішити ці проблеми потрібно впроваджувати систему автоматизованого документообігу, розробка локальної мережі дозволить реалізувати великий спектр інформаційних технологій, для швидкої та надійної взаємодії між підрозділами під час вирішення завдань та прийняття рішень.

Також необхідно впроваджувати інформаційно-аналітичну систему для захисту електронної інформації та розробити концепцію моделі електронного управління для органів місцевого управління, що дозволить надавати громадянам електронні послуги.

Розглядаючи, що управління є однією з головних функцій державних органів влади, в якій і полягає їхнє ефективне функціонування, можемо ствердно говорити, що використання інформаційних технологій істотно підвищить ефективність реалізації цієї функції. Оскільки управління складається з розробки та виконання управлінських рішень, лише виконання повного циклу дозволить говорити про оцінку ефективності управлінських рішень.

Вважаємо, що застосування інформаційних технологій при прийнятті управлінських рішень у державних органах влади дозволить удосконалити не лише якість та своєчасність прийнятих рішень, а й покращить взаємодію органів влади з громадськістю та іншими суб'єктами господарювання, що є запорукою демократичної країни.

Література.

1. Бакуменко В.Д. Формування державно-управлінських рішень: проблеми теорії методології, практики: [моногр.] К.: Вид-во УАДУ, 2000. 328 с.
2. Бакуменко В.Д. Аналітичне забезпечення формування державно-управлінських рішень. Вісник УАДУ. 2000. № 4. С. 351-360.
3. Прийняття управлінських рішень: навчальний посібник. [Ю.Є. Петруня, Б.В. Літовченко, Т.О. Пасічник та ін.]; за ред. Ю.Є. Петруні. [3-тє вид., переробл. і доп.]. Дніпропетровськ: Університет митної справи та фінансів, 2015. 209 с.
4. Клімушин П.С., Серенок А.О. Інформаційні представництва органів державної влади України. URL: http://shostkamuseum.houa.org/wpcontent/uploads/2011/12/serenok_2007_01.pdf

РОЗВИТОК ЛЮДСЬКОГО ПОТЕНЦІАЛУ

***САМЕЛЮК А.О., ЗДОБУВАЧ,
ДЕРЖАВНИЙ БІОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ***

Основною конкурентною перевагою високого рангу будь якого підприємства є її трудові ресурси. Для того щоб співробітники мали необхідні якості: розумові, фізичні, емоційні для ефективного виконання своїх функціональних обов'язків необхідно цілеспрямовано формувати та розвивати їх потенціал. Розвиток людського потенціалу є фундаментом для соціально-економічного прогресу суспільства. Створення умов для реалізації людського потенціалу обумовлює стратегічний успіх як для окремо взятої організації, так і для соціально-економічного зростання країни в цілому [1].

* Науковий керівник – Сагачко Ю.М., к.е.н., доцент

Наразі існує багато тлумачень поняття «людський потенціал» і одне з них Л. Алімова, він під людським потенціалом розуміє сукупність основних компетенцій, реалізація яких підвищує (або знижує) продуктивність суспільного виробництва. Складовими людського потенціалу, за визначенням автора, є потенціал здоров'я, освітній потенціал, культурний потенціал, інтелектуальний потенціал, трудовий потенціал і соціальний потенціал [2].

Більшість керівників сучасних підприємств розуміють, що інвестиції, вкладені в його співробітників, у вигляді організованих курсів підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації дадуть свої результати не лише у найближчому, а й у віддаленому майбутньому, тобто інвестиції, спрямовані на підвищення рівня освіти та професійної підготовки є найважливішим фактором підвищення їх конкурентоспроможності. Однак на практиці, розуміючи всю значущість формування та розвитку людського потенціалу свого підприємства, керівники можуть зіткнутися з проблемами тимчасової заміни працівників, які перебувають на навчанні з відривом або частковим відривом від виробництва. Направляючи чи відпускаючи співробітника на навчання у вуз, чи курси підвищення кваліфікації, керівники можуть спровокувати конфлікт у колективі через переважання інших працівників. Вирішення цієї проблеми в сучасних умовах можливе з розвитком дистанційних форм навчання з використанням онлайн-технологій. Популярність і затребуваність дистанційного навчання на основі інтернет-технологій (e-learning), особливо в системі вищої й додаткової професійної освіти, зростають із кожним роком. Це пов'язано з економією ресурсів і часу, можливістю отримувати нові знання без відриву від виробництва, розширенням сфери додаткової освіти, коли мотивацію працівників є не стільки дипломи й сертифікати, скільки конкретні знання й компетенції. Формування та широке використання цього ринку послуг в умовах воєнних дій, як ніколи стало затребуваним та актуальним. Ми бачимо це на прикладі шкіл та вишів. Ті ж принципи, технології та можливості необхідно використовувати і під час підготовки та підвищення кваліфікації працівників підприємств та організацій інших сфер діяльності. Слід, однак, відзначити, що навчання дистанційно може призвести до конфліктних ситуацій іншого виду – внутрішньо-особистісним, викликати опір у персоналу.

Причинами опору можуть бути бажання живого спілкування під час навчання, неможливість отримання необхідних навиків, особливо це стосується робітничих професій, погана самоорганізація і т.д. Але за

останні десятиліття кардинально змінилася система генерації й передачі знань, а їх обсяг багаторазово зріс. Сьогодні не можна за один раз, навіть за 5 або 6 років, підготувати людину до професійної діяльності на все життя. Нині щорічно обновляється близько 5 % теоретичних і 20 % професійних знань. Одиниця виміру старіння знань фахівця, прийнята у США – період «напіврозпаду» компетентності, тобто зниження її на 50 % внаслідок появи нової інформації, показує, що за багатьма професіями цей період настає менш ніж через 5 років, тобто стосовно вітчизняної системи вищої освіти часто раніше, ніж закінчується навчання. Вирішення проблеми полягає в переході до освіти протягом життя, де базова освіта періодично повинна доповнюватися програмами додаткової освіти і організується не як кінцева, завершена, а лише як основа, фундамент для подальшого навчання [3].

Отже, розвиток людських ресурсів через навчання можливе з використанням онлайн-технологій, але це має бути не повне заміщення контактного спілкування, а комбінація цих форм. Необхідно також зазначити, що дистанційне навчання поки що слабо сприймається представниками робітничих професій. Це пов'язано насамперед із відсутністю стійких навичок володіння інформаційними технологіями, а також специфікою їх навчання, яка часто пов'язана з отриманням практичних навичок під керівництвом наставника чи майстра. В той же час, формування та розвиток людського потенціалу з використанням онлайн-технологій – це наше сьогодення та найближче майбутнє. Керівники підприємств та освітні організації повинні спільно шукати форми та методи дистанційного навчання, які задовольняють потреби як підприємств, так і співробітників, формувати сучасні професійні компетенції персоналу організацій.

Література.

1. Карпенко Н.В. Проблеми розвитку людського потенціалу в сучасних економічних умовах. *Актуальніе научные исследования в современном мире*. Переяслав-Хмельницький, 2018. Вып. 5(37), ч. 2. С. 74-80.

2. Формування і розвиток людського потенціалу регіону: сутність, сучасні тенденції та методи оцінювання: Монографія / за ред. В.Г. Никифоренка; МОН України. Одеський нац. економ. ун-т. Одеса: ВОІ СОІУ «Атлант», 2018. 103 с.

3. Світовий досвід розвитку дистанційних форм освіти у вітчизняному аспекті. URL: <https://niss.gov.ua/doslidzhennya/gumanitarniy-rozvitok/svitoviy-dosvid-rozvitku-distanciy-nikh-form-osviti-u> (дата звернення: 28.05.2022).

АНАЛІЗ ФІНАНСОВОЇ СТРАТЕГІЇ

СИСОЄНКО І.А., К.Е.Н., ДОЦЕНТ,

КАРАЮКА Д.О., К.Е.Н., ДОЦЕНТ,

ХЕРСОНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Аналіз фінансової стратегії здійснено на прикладі акціонерного товариства комерційного банку «ПРИВАТБАНК» (далі – АТ КБ «ПриватБанк»).

Розглянемо динаміку прибутку АТ КБ «ПриватБанк» за 2016-2020 роки (рис. 1).

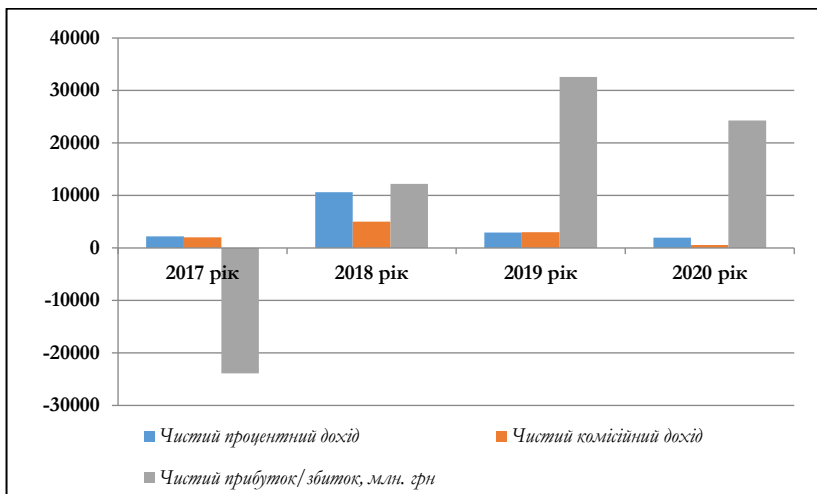


Рис. 1. Динаміка прибутку АТ КБ «ПриватБанк» за 2016-2020 роки, млн. грн.*

**Примітка:* складено автором за даними джерел [1].

У 2016-2017 роках АТ КБ «ПриватБанк» мав збитки 176238,0 млн грн, та 23194 млн грн відповідно. Та процентний та комісійні доходи мали позитивну динаміку до зростання

2018 рік АТ КБ «ПриватБанк» завершив з прибутком в 12198,0 млн грн, у тому числі чистий процентний дохід склав 16752,0 млн грн, чистий комісійний дохід – 15188,0 млн грн.

Чистий прибуток АТ КБ «ПриватБанк» за 2019 рік досяг 32609,0 млн грн, у тому числі чистий процентний дохід склав 19667,0 млн грн, чистий комісійний дохід – 18189,0 млн грн. Основними факторами зростання прибутку в 2019 році є: зростання

бізнесу, покращення якості кредитного портфеля, вплив ринкових факторів (динаміки валютних курсів та справедливої вартості активів банку).

Чистий прибуток АТ КБ «ПриватБанк» за 2020 рік склав 24296,0 млн грн. Процентний дохід склав 21602,0 млн грн, збільшившись порівняно з 2019 роком майже на 10 %. При цьому банк був вимушений сформувати додаткові резерви на зменшення корисності за кредитними операціями, внаслідок дії коронакризи на фінансову діяльність позичальників. Також стабільний обсяг мас чистий комісійний дохід, який в 2020 році досяг рівня у 18761,0 млн грн, тоді як в 2019 році складав 18189,0 млн грн. Динаміка комісійних доходів обумовлена як збільшенням обсягу платежів клієнтів, так і переглядом тарифів банку.

Література.

1. Офіційний сайт акціонерного товариства комерційного банку «ПРИВАТБАНК». URL: <https://privatbank.ua/about/finansovaja-otchetnost> (дата звернення: 03.05.2022).

РОЛЬ ЗЕМЕЛЬНИХ РЕСУРСІВ СУБ'ЄКТІВ АГРАРНОГО БІЗНЕСУ У ПРОЦЕСІ СТАНОВЛЕННЯ ІНКЛЮЗИВНОЇ ЕКОНОМІКИ

***СТЕПАНЕНКО С.В., К.Е.Н., ДОКТОРАНТ,
ДЕРЖАВНИЙ БІОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ***

Земля для аграріїв є базовим фактором, виступаючи природною умовою сільськогосподарського виробництва і приймаючи безпосередню участь у створенні продукту. Специфічною характеристикою землі визнається родючість, яка при правильному використанні не лише не вичерпується, а має потенціал підвищення. Земля не має замінників, отже її пропозиція жорстко обмежена. Агросектор в Україні тривалий час існував виключно на орендних відносинах, що формувалися між власниками паїв та суб'єктами виробництва. Рента як форма доходу власника землі передбачає оплату за користування аграрними угіддями. Вона забезпечується шляхом сплати рентних платежів з гектара паїв, а її розмір визначається за домовленістю між сторонами, але не може бути меншим від розміру, встановленого чинним законодавством. Податківці вважають, що мінімальний розмір орендної плати при оренді земельних паїв слід

визначати спираючись на вимоги ст. 1 Указу № 92/2002, а в ній зазначено, що плата (річна) за оренду земельних ділянок сільгосппризначення, земельних паїв устанавлюється на рівні не менше 3% вартості такого паю (треба розуміти, проіндексованої нормативної грошової оцінки) [1]. Нормативна грошова оцінка землі в розрізі регіонів України представлена в табл. 1.

Таблиця 1

**Показники нормативної грошової оцінки
сільськогосподарських угідь в Україні станом
на 01.01.2020 (гривень за гектар) [1]**

№ з/п	Регіон	Рілля, перелоги	Багаторічні насадження	Сіножаті	Пасовища
1	АР Крим	26 005	58 459,98	10 145,85	4 284,71
2	Вінницька обл.	27 184	47 053,16	3 140,38	1 558,08
3	Волинська обл.	21 806	41 349,74	6 039,19	4 479,47
4	Дніпропетровська обл.	30 251	55 608,28	7 971,74	6 232,31
5	Донецька обл.	31 111	58 459,98	7 247,03	6 037,55
6	Житомирська обл.	21 411	35 646,33	5 072,92	4 089,95
7	Закарпатська обл.	27 268	37 072,18	6 522,33	5 258,51
8	Запорізька обл.	24 984	41 349,74	6 039,19	4 868,99
9	Івано-Франківська обл.	26 087	37 072,18	4 831,36	4 479,47
10	Київська обл.	26 531	42 775,60	6 280,76	4 479,47
11	Кіровоградська обл.	31 888	67 015,10	8 696,44	6 037,55
12	Луганська обл.	27 125	47 053,16	8 213,30	5 842,79
13	Львівська обл.	21 492	27 091,21	5 797,63	4 089,95
14	Миколаївська обл.	27 038	47 053,16	8 213,30	5 842,79
15	Одеська обл.	31 017	62 737,54	8 938,01	7 011,35
16	Полтавська обл.	30 390	64 163,40	5 556,06	4 284,71
17	Рівненська обл.	21 938	37 072,18	5 072,92	3 700,43
18	Сумська обл.	26 793	49 904,86	6 522,33	4 674,23
19	Тернопільська обл.	29 035	57 034,13	6 280,76	5 648,03
20	Харківська обл.	32 237	67 015,10	6 280,76	6 427,07
21	Херсонська обл.	24 450	37 072,18	5 314,49	4 284,71
22	Хмельницька обл.	30 477	52 756,57	6 763,90	5 258,51
23	Черкаська обл.	33 646	74 144,37	8 454,87	5 648,03
24	Чернівецька обл.	33 264	62 737,54	5 556,06	5 063,75
25	Чернігівська обл.	24 065	55 608,28	8 696,44	5 063,75

Саме вище зазначений механізм визначав функціонування сфери земельних ресурсів, однак 31 березня 2020 року Верховна Рада України ухвалила закон, що дозволяє продаж аграрних угідь з 01 січня

2024 року для юридичних, а для фізичних осіб вже з 01 липня 2021 року. Останні зможуть придбати ділянки площею до 100 га, а представники приватного бізнесу – до 10000 га. Це вносить значні корективи у алгоритми формування ресурсного потенціалу суб'єктів аграрного бізнесу.

Сучасне розуміння капіталу підприємства включає такі елементи: засоби виробництва, що є результатом праці людини; фінансовий капітал; інтелектуальний капітал, іміджевий капітал. Сукупність засобів виробництва, представлених у вартісній формі, та тієї частини фінансового капіталу, яка обслуговує процес виробництва, становить поняття «виробничий капітал підприємства». Його кругообіг відбувається як рух вартості, результатом якого є виробництво матеріальних благ, що втілюють в собі собівартість спожитих засобів виробництва. Виробничий капітал суб'єкта господарювання визначає його виробничий потенціал, який системно поєднує такі елементи, як технічний та технологічний, а також фінансовий потенціал. Останній представляє собою здатність забезпечувати основні ланки ланцюга «постачання – виробництво – збут» грошовими коштами за принципом найбільш ефективного їх розподілу.

Таким чином, механізми реалізації земельних відносин в Україні перебувають в стадії трансформації – зняття мораторію на продаж землі вносить значні корективи у алгоритми формування ресурсного потенціалу суб'єктів аграрного бізнесу. Відбувається диверсифікація взаємин між власниками паїв та суб'єктами виробництва. В сучасних умовах реалізації бізнес-процесів доцільним є доповнення структури ресурсів (капіталу) фірми таким елементом, як іміджевий (пабліцитний) капітал, що уособлюється позаекономічними чинниками (символічними атрибутами і перевагами, відчутними і невлітими елементами репутації, легендами і міфами, культурними традиціями, мріями і забобонами, смаками і симпатіями публіки). Зазначені субстанції в ринкових умовах мають вартісний еквівалент і входять до складу ресурсного потенціалу.

Література.

1. Від чого залежить розмір орендної плати за орендовані земельні паї. URL: <https://borova-gromada.gov.ua/post/vid-chogo-zalezhit-rozmir-orendnoyi-plati-za-orendovani-zemelni-payi> (дата звернення: 13.06.2022).
2. Смолич Д.В., Тимошук І.В. Ресурсний потенціал підприємства: сутність, складові та модель управління в сучасних умовах господарювання. *Економічний простір*. 2020. № 153. С. 75-82.

РОЛЬ ТА ЗНАЧЕННЯ ТРАНСНАЦІОНАЛЬНИХ КОМПАНІЙ У ДІЯЛЬНОСТІ СВІТОВОГО ФІНАНСОВОГО РИНКУ

***ТАРАСЕВИЧ Н.В., К.Е.Н., ДОЦЕНТ,
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ***

Аналіз тенденцій розвитку сучасної світової економіки показує, що однією з найбільш значущих її ознак є наростання процесів інтеграції, поглиблення взаємодії відтворювальних структур різних країн у різних формах, чому особливо активно сприяє діяльність транснаціональних підприємств. Корпорації дозволяють концентрувати матеріальні, людські й фінансові ресурси на вирішенні складних науково-технічних і виробничих проблем, що забезпечує розвиток суспільства в цілому і високу конкурентоспроможність корпорацій на ринках збуту.

Стрімкого розвитку процеси транснаціоналізації набули порівняно недавно. Так, до середини XIX століття у світі переважало місцеве виробництво. Приблизно 90 % всіх товарів і послуг вироблялось на базі місцевих сировини і матеріалів, і в тих же межах реалізовувалася переважна частина продукції [1].

Сьогодні транснаціональна корпорація є комплексом, що включає виробничу, торговельну і фінансову складові, з єдиним центром ухвалення рішень в країні базування і з філіями в інших країнах. Вони володіють або контролюють виробництво продукції через свої відділення в багатьох країнах, поза межами країни базування. Таким чином, міжнародний аспект ТНК визначається масштабністю зарубіжних операцій в усіх галузях діяльності цих компаній.

За оцінками експертів ООН, у світі існує близько 60 тисяч ТНК, що контролюють понад 850 тисяч закордонних філій, на які припадає 1/10 світового ВВП та 1/3 світового експорту. При цьому на території промислово розвинених держав розміщується понад 80 % материнських компаній і близько 1/3 афілійованих — в країнах, що розвиваються [1].

ТНК здійснюють 80 % торговельних операцій з обміну високими технологіями, контролюють 90 % прямих капіталовкладень за кордоном. Причому більше половини прямих капіталовкладень за кордоном припадає на 100 найбільш крупних корпорацій. Обсяг продажів їх продукції перевищує 2 трлн дол. США щорічно, середньостатистичні активи ТНК сягають 125 млрд дол. США, а чисельність зайнятих перевищує 150 тис. осіб [2, с. 35].

Сучасні найбільші ТНК (General Motors, Ford, IBM, Royal Dutch Shell) розпоряджаються фінансовими коштами, що перевищують розмір національного доходу багатьох суверенних держав. В індустриальних країнах у середньому половина продукції виробляється закордонними філіями і дочірніми підприємствами транснаціональних корпорацій. 500 наймогутніших ТНК світу реалізують 80 % всієї продукції електроніки і хімії; 95 % фармацевтики, 76% продукції машинобудування. Розподіл ТНК за сферами діяльності на сучасному етапі виглядає наступним чином: промисловість – 60 %; сфера послуг – 37 %; базові галузі – 3 % [3, с. 94].

Із двадцяти провідних ТНК світу 12 належать США, 6 – Японії, по одній – Великобританії та Німеччині. У сфері міжнародного кредитування лідерство належить японським транснаціональним банкам: у першій «десятці» вони займають 8 позицій [4].

ТНК розширюють міжнародну діяльність шляхом придбання або створення нових компаній, організації сильних підприємств або ж вступу до іншого роду об'єднань. Причому для даних операцій не обов'язково експортувати капітал та реінвестувати прибутки, що отримані за кордоном, – можна здійснити поглинання іноземної фірми, отримавши кредит за місцем здійснення операції щодо її придбання.

Вважається, що діяльність ТНК вигідна як для країн базування, так і для країн-реципієнтів. Проте ТНК, бажаючи забезпечити свої інвестиції, понизити політичні і економічні інвестиційні ризики, намагаються впливати на ситуацію в приймаючих країнах.

Причини експорту прямих зарубіжних інвестицій різноманітні. Головними є прагнення розмістити капітал в тій країні і в тій галузі, де він приносить максимальний прибуток; скоротити рівень оподаткування і диверсифікувати ризик. До інших причин можна віднести наступні: технологічне лідерство; переваги в кваліфікації робочої сили; економія від масштабу; доступ до природних ресурсів; скорочення транспортних витрат за рахунок створення заводів на території країн-реципієнтів; подолання імпорتنних бар'єрів тощо.

ТНК все більше проникає на зарубіжні ринки, і не лише за допомогою створення заводів за кордоном, ТНК також опанували такі форми проникнення на зарубіжні ринки, як ліцензування, франчайзинг, управлінські контракти, надання технічних і маркетингових послуг, задача підприємств «під ключ» тощо

Щодо України, то надзвичайно важливим завданням при формуванні подальшої стратегії розвитку держави є структурна перебудова економіки з урахуванням процесів транснаціоналізації

світової і національної економіки та орієнтацією на створення власних українських ТНК [5].

Отже, діяльність транснаціональних корпорацій є важливою для економіки будь-якої країни і Україна є не винятком. Рівень інтегрованості країни, її участь в міжнародному поділі праці та глобальна конкурентоспроможність дедалі більше залежить від успішної діяльності ТНК.

Література.

1. Михайлишин А.І. Транснаціоналізація світової економіки: інноваційний аспект: монографія. Вінниця: ДонНУ, 2016.С. 23-30.
2. Чернова О.В. Транснаціональні корпорації в міжнародній економічній системі. *Інвестиції: практика та досвід*. 2010. № 12. С. 24-26.
3. Дунська А.Р. Аналіз сучасного стану розвитку транснаціональних корпорацій та характер їх функціонування в Україні. *Економічний вісник НТУУ «КПІ»: збірник наукових праць*. 2016.№ 13. С. 92-99.
4. 200 найбільших компаній. Рейтинги – Forbes Україна. URL: <http://forbts.ua/ratings/>
5. Основні інвестори в Україну. Звіт про прямі іноземні інвестиції в Україну в 2020 році. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>

СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ В МЕНЕДЖМЕНТІ ПІДПРИЄМСТВ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ

***ТКАЧОВА С.С., К.Е.Н., ДОЦЕНТ,
ХОЛОДОВА К.В., ЗДОБУВАЧКА ДРУГОГО РІВНЯ ВИЩОЇ ОСВІТИ,
ДЕРЖАВНИЙ БІОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ***

Електронну комерцію розглядають як інноваційну форму роздрібною торгівлі та рекомендують управляти нею з урахуванням сучасних тенденцій. Останні роки характеризуються стрімким розвитком електронної комерції в світі та в Україні. Так, за даними Конференції ООН з торгівлі та розвитку, за 2020 р. світовий обсяг електронної комерції зріс до \$26,7 трлн, склавши 19 % від усіх роздрібних продажів [1]. Протягом 2020 р. понад 2 млрд людей придбали товари або послуги через мережу Інтернет, а продажі електронної роздрібною торгівлі перевищили \$4,2 трлн, показавши зростання на 25,7 %, порівняно з 2019 р. За прогнозами експертів, у 2040 р. 95 % всіх покупок у світі здійснюватиметься в режимі онлайн. Ринок електронної комерції в Україні, за дослідженнями Soul Partners, Baker Tilly Ukraine та Aequo, засвідчив у 2020 р. зростання у 41 %

(\$3,82 млрд), порівняно з 2019 р. Аналітичний портал Statista прогнозує його зростання в Україні протягом 2021-2024 рр. на рівні 14 % на рік. [2]. За даними звіту платіжної системи PayPal's Global Seller Index за II та III квартали 2020 р., Україна увійшла до топ-10 країн із найбільшими темпами зростання прибутків інтернет-магазинів і посіла 6-ту сходинку в рейтингу, випередивши В'єтнам, Ізраїль, Індію та Японію [3]. Українські торгові підприємства широко представлені на багатьох маркетплейсах, включаючи Amazon, eBay та etsy. За результатами дослідження компанії PayPal, з 3-го кварталу 2019 р. до 3-го кварталу 2021 р. середній дохід українських онлайн-продавців збільшився на 25 % 1-е місце посіли підприємства зі Львова, їхній дохід за три квартали склав \$13390. 2-ге та 3-є місця зайняли онлайн-магазини з Києва та Одеси з доходами \$12550 та \$10940 відповідно. 4-е та 5-те місця з доходами \$8550 та \$8320 в онлайн-магазинів Харкова та Дніпра [4].

Менеджменту підприємств роздрібної торгівлі необхідно враховувати, що світова пандемія остаточно змінила ставлення користувачів до онлайн-покупок, що суттєво вплинуло на розвиток ринку e-commerce. Закриття торгових центрів та оффлайн-обмеження змусили покупців набувати нових компетенцій, завдяки чому інтернет-магазини суттєво покращили свої позиції, а також отримали нових клієнтів – людей старшого покоління та тих, хто живе у невеликих населених пунктах. Якщо раніше покупки в інтернеті здійснювали переважно молоді люди віком від 18 до 23 років, то наразі товари та послуги онлайн активно замовляє інша вікова категорія користувачів – від 25 до 45 років [5]. Для e-commerce компаній це стало сигналом для того, щоб розширювати товарну лінійку, удосконалити логістику/сервіс/оплату та готуватися до суворой конкурентної боротьби [6]. За спостереженнями Zakaz.ua, протягом 2021 р., у порівнянні з 2020 р., зросла кількість його клієнтів у вікових категоріях 45-54 рр. (на 2,2 %, становивши 14,4 %) та 65+ рр. (на 1 %, становивши 6,2 %). Щодо гендерних відмінностей, ситуація практично не змінилася. Послугами доставки продовжують частіше користуватися жінки (64 %). Середній чек замовлення у 2021 році становив 1783 грн (у 2020 р. – 1710 грн). Частота замовлень 1 клієнта на рік зросла з 6,94 у 2020 р. до 7,39 у 2021 р. [7]. Потреби та бажання клієнтів сфери електронної комерції залишаються без змін: асортимент; різноманітність варіантів оплати; якісний сервіс; низька вартість та висока пavidкість доставки [5]. Ключовими вимогами українських онлайн-покупців у 2021 р., крім зазначених, також стали: клієнтоорієнтованість; коректна реклама; різні канали комунікації;

продуманість та цільний образ. Сьогодні покупець звертає увагу на все, починаючи від якості товару, швидкості оформлення заявки та закінчуючи зовнішнім виглядом кур'єра та його манерою спілкування [6]. За думкою О. Малицької, керівника ISE Corporate Accelerator, «сучасний покупець – людина технічно підкована й економна. Коли справа доходить до покупок, вона очікує від ритейлера швидкості, простоти і зручності, інновацій та досконалості обслуговування» [3], а також безпеки. Серед інструментів, які допомагають утримувати, залучати клієнтів та розвивати бізнес у сфері онлайн-комерції, сьогодні найбільш дієвими є: просування через соцмережі; контекстна та нативна реклама; онлайн-вебінари, конференції та інші заходи; відеоконтент на YouTube та інших сервісах; діджитал-, перформанс-маркетинг; контент-маркетинг (просування у ЗМІ); директ-маркетинг та SEO; співпраця з інфлюенсерами; email-розсилки [5; 6]. Отже, менеджменту підприємств роздрібною торгівлі необхідно враховувати стратегію інтенсивного розвитку електронної комерції.

Література.

1. Как растет рынок розничной торговли в мире. URL: <https://www.epravda.com.ua/rus/columns/2022/02/15/682383/> (дата звернення: 10.04.2022).
2. Куди йде електронна комерція. Мовою цифр. URL: <https://rozumov.org.ua/statti/kudy-ide-elektronna-komertsia-movoiu-tsifr> (дата звернення: 10.04.2022).
3. Стрімка діджиталізація: цифрова трансформація ритейлу під час карантину. URL: <https://hub.kyivstar.ua/news/strimka-didzhitalizaciya-czifrova-transformaciya-ritejlu-pid-chas-karantinu/> (дата звернення: 10.04.2022).
4. Українські онлайн-магазини подвоїли свою виручку: скільки приносить торгівля на міжнародних майданчиках. URL: <https://psm7.com/uk/e-commerce/ukrainskie-onlajn-magaziny-udvoili-svoyu-vyruchku-skolko-prinosit-torgovlya-na-mezhdunarodnyx-ploshhadkax.html> (дата звернення: 10.04.2022).
5. Ринок електронної комерції 2022: тренди, інструменти та потреби онлайн-покупців. URL: <https://blog.liga.net/user/astorozhuk/article/42890> (дата звернення: 10.04.2022).
6. Електронна комерція-2022: на що варто звернути увагу українським компаніям. URL: <https://interfax.com.ua/news/blog/793857.html> (дата звернення: 10.04.2022).
7. Как изменился рынок e-grocery в Украине и мире в 2021 году. Данные Zakaz.ua. URL: https://retailers.ua/news/mneniya/13090-kak-izmenilsya-ryinok-e-grocery-v-ukraine-i-mire-v-2021-godu-dannye-zakazu?fbclid=IwAR03Zoxl6TXsznj2rTY0rPxxh8f_YSKghW9SNz4XdaIobJ1dy3SkGopQl6Qo (дата звернення: 10.04.2022).

СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК В УМОВАХ TUNA СВІТУ

*ЧАЛЮК Ю.О., к.е.н., доцент,
КНЕУ ІМЕНІ ВАДИМА ГЕТЬМАНА*

Сучасний соціум розвивається в умовах глобальних загроз і небезпек, підвищеної ризикогенності. У суспільстві діють ризики нового типу, які не піддаються контролю та корекції. Їх наслідки важко передбачити. Сучасні економічні аналітики та політичні експерти прогнозують перехід від **BANI** до **TUNA** світу (рис. 1).

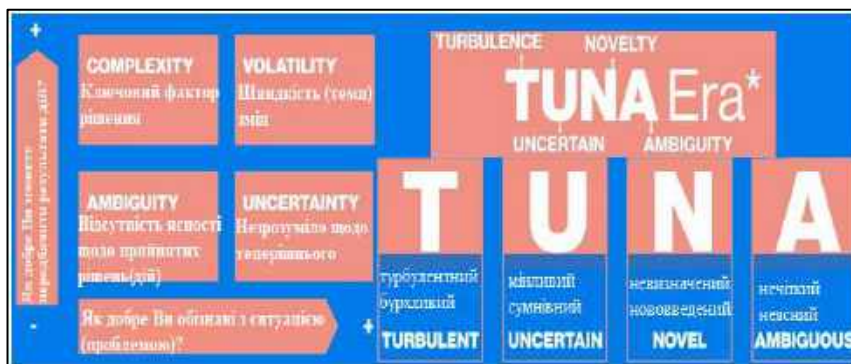


Рис. 1. Бізнес-стратегія компанії в умовах TUNA світу
Джерело: [4].

Широкомасштабна війна Росії проти суверенної України, введення санкцій проти агресорки Росії та її міжнародна ізоляція, зміна геополітичних центрів впливу, протистояння США та Китаю, подолання наслідків пандемії Covid-19 доводять нестабільність світового устрою та сприяють появі концепції TUNA [1]. Зовнішнє середовище змінюється швидко, наслідки непередбачувані. Бізнес-стратегії, які працювали в минулому, не спрацюють завтра. **TUNA** – це аббревіатура англійських слів: **turbulent** – турбулентний, бурхливий; **uncertain** – мінливий, сумнівний; **novel** – невизначений, нововведений; **ambiguous** – нечіткий, неясний. Умови TUNA можуть бути дестабілізуючими для менеджерів та керівників. Антропогенний вплив

на природу (зростання концентрації вуглекислого газу (CO_2) в *атмосфері* Землі), старіння населення, соціально-економічні асиметрії розвитку суспільства, нові технології та соціальні мережі означають, що зміни є турбулентними, невизначеними, неоднозначними та новими.

TUNA – це середовище, яке деформує галузі, які раніше були стабільними. Для швидкої реакції на непередбачувані ризики керівники використовують метод *сценарного планування*. Оксфордський підхід до сценарного планування (OSPA) викладений у книзі експертів Раміреза Р. та Вілкінсона А., де сценарії – це багатоваріантні шляхи розвитку ситуації, які дозволяють уникнути крихкості у майбутньому.

Практичне застосування Оксфордського підходу OSPA (*The Oxford Scenario Planning Approach*) знайшло своє втілення у діяльності компанії Rolls-Royce; міжнародних організацій, таких як МВФ (Міжнародний валютний фонд), МАГАТЕ (Міжнародна агенція з атомної енергії) та ЄПВ (Європейське патентне відомство); благодійних організацій Diabetes UK та Всесвітнього економічного форуму (*The World Economic Forum*); науковій галузі, наприклад Королівському хімічному товаристві (Royal Society of Chemistry, RSC); медичній сфері – Національна служба охорони здоров'я (National Health Service, HNS).

Система OSPA допомагає розвинути кращі лідерські рішення через розробку майбутніх сценаріїв, що забезпечує кращу обізнаність про поточні проблеми та: *по-перше*, зосереджується на сценарному плануванні навчального досвіду (інформація про нові умови функціонування); *по-друге*, процес планування починається з визначення чіткої мети. Наприклад, ви хочете створити нові варіанти розвитку для вашої поточної бізнес-моделі або переглянути основні ризики, з якими стикається ваша організація. *По-третє*, планування сценарію потрібно розглядати як постійне дослідження (ітераційний процес), а не як разовий проект. Планування повинно стати усталеною частиною організаційного мислення. Це допомагає лідерам регулярно міркувати про те, як працює і змінюється їх бізнес у сучасному світі; з якою швидкістю розвивається ситуація, в якій вони перебувають; які варіанти рішень їм доступні. *По-четверте*, транзакційне середовище, в якому організація взаємодіє з такими суб'єктами, як конкуренти та постачальники, оцінюється та розглядається окремо від та в межах більших факторів

контекстуального середовища, таких як соціальні, економічні, геополітичні, демографічні та технологічні зміни, які знаходяться поза контролем організації. *По-н'яте*, сценарне планування зосереджене на глибшому розумінні новітніх можливостей у майбутньому. OSPA піклується про те, щоб допомогти розвинути кращі лідерські рішення. Регулярний розгляд майбутніх сценаріїв дає змогу краще ознайомитись з поточними проблемами та можливостями, уточнити стратегічний вибір лідерів, допомогти їм визначити та вжити відповідні дії.

Нові технології та соціальні цінності, бізнес-моделі та системи правил ведення бізнесу руйнують традиційні організації. Провідні експерти у розробці глобальної корпоративної стратегії ведення бізнесу у турбулентних умовах Кріс Зук та Джеймс Аллен зазначають, що 90 % компаній не можуть ефективно реалізувати свої стратегії, хоча більшість з них мають детальні стратегічні плани досягнення цілей. У цій новій реальності процвітають *стартапи* (англ. startup), основне гасло яких *«там, де я не можу передбачити майбутнє, я можу створити майбутнє»*. Організації повинні втілювати свої стратегічні плани в невеликі практичні концепції, де припущення можна перевірити за умови обмежених ресурсів. Саме так організації майбутнього можуть створювати та реалізовувати свої стратегії та виживати в середовищі TUNA.

Література.

1. Чалюк Ю. Глобальний соціально-економічний розвиток в умовах VUCA, SPOD, DEST та BANI світу. *Економіка та суспільство*. 2022. Вип. 36. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-36-21>
2. Zook C., Allen J. *Repeatability: Build Enduring Businesses for a World of Constant Change*. Boston, Mass.: Harvard Business Review Press. 2012. 288 p.
3. Zook C., Allen J. *The Founder's Mentality: How to Overcome the Predictable Crises of Growth*. 2016. Boston, Mass.: Harvard Business Review Press. 224 p.
4. Gordon A.V. You Say VUCA, I Say TUNA: How Oxford Helps Leaders Face the Complex and Uncertain Future. URL: <https://www.forbes.com/sites/adamgordon/2016/04/06/oxford/?sh=6dfc2ce24314>
5. Ramirez R., Wilkinson A. *Strategic Reframing: The Oxford Scenario Planning Approach*. 2016. Boston, Mass.: Harvard Business Review Press. 276 p.

РЕФОРМА ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ В УКРАЇНІ: ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЗАВЕРШЕННЯ

ЧАПЛИГІНА І.Є., ЗДОБУВАЧКА ВИЩОЇ ОСВІТИ,
ДЕРЖАВНИЙ БІОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ*

Децентралізація як процес передачі частини повноважень органів центральної влади органам місцевого самоврядування вже тривалий розглядається в Україні як вагомий елемент надання реальних владних повноважень безпосередньо громадянам, наближення народовладдя в нашій державі до західних демократичних стандартів. Адже, як свідчить зарубіжний досвід, передусім країн Європейського Союзу, все більше справ, які найбільше турбують громадян, вирішуються на місцевому рівні, не потребуючи залучення держави. Водночас така можливість є лише там, де сформовані спроможні громади, які мають як відповідні повноваження, так і належні матеріальні та фінансові ресурси для реалізації потреб своїх мешканців.

Правову основу децентралізації в Україні було закладено упродовж останніх років. Так, ще у 2014 р. розпорядженням Кабінету Міністрів була схвалена Концепція реформування місцевого самоврядування та територіальної організації влади в Україні, а постановою Уряду затверджена Державна стратегія регіонального розвитку на період до 2020 року. Своєю чергою, Верховна Рада України Законом від 5 лютого 2015 р. № 157-VIII «Про добровільне об'єднання територіальних громад» започаткувала процес добровільного об'єднання територіальних громад сіл, селищ, міст, а також добровільного приєднання до об'єднаних територіальних громад, який завершився 2020 року. Для забезпечення здійснення реформи було ухвалено низку інших законодавчих та підзаконних актів, які дали змогу розпочати її реалізацію.

Традиційно ідея децентралізації підтримується в Україні різними політичними силами, а її здійснення входить до передвиборчих програм як парламентських політичних партій, так і кандидатів на посаду Глави держави. Оскільки зазначена реформа потребує внесення змін до Конституції України, відповідні законопроекти, як правило, вносяться Президентом України.

Розуміючи усю складність внесення змін до Конституції та тривалість такого процесу, Верховна Рада України ІХ скликання у

* Науковий керівник – Божидай І.І., к.е.н., ст. викладач

співпраці з Урядом та Президентом розробила пакет законів і підзаконних актів, покликаних продовжити хід реформи. Так, у зв'язку із завершенням дії Державної стратегії регіонального розвитку на період до 2020 року, Кабінет Міністрів України постановою від 5 серпня 2020 р. № 695 затвердив Державну стратегію регіонального розвитку на 2021-2027 роки. Ця Стратегія визначає генеральний вектор сталого розвитку регіонів та розроблена відповідно до Цілей сталого розвитку України до 2030 року, затверджених Указом Президента України від 30 вересня 2019 р. № 722. Згідно з документом, першочерговими завданнями нової регіональної політики є прискорення економічного зростання регіонів, підвищення їх конкурентоспроможності на основі ефективного використання внутрішнього потенціалу, створення нових робочих місць, покращення зайнятості населення, створення умов для повернення на батьківщину трудових мігрантів.

Ідея наближення послуг до громадян головним чином має бути реалізована шляхом перенесення їх надання з районних центрів до об'єднаних територіальних громад. У зв'язку з цим відпадає необхідність у нинішній кількості районів. Тому адміністративно-територіальна реформа в частині зменшення кількості районів також стала складовою реформи децентралізації.

За даними моніторингу Мінрегіону, станом на 5 лютого 2021 р., загалом 95,5 % об'єктів громади вже готові взяти на свій баланс (надали згоду). У цілому по областях процес передачі виглядає так:

За словами Міністра розвитку громад та територій О. Чернишова, надалі, щоб реалізувати можливості децентралізації, необхідно розмежувати повноваження між органами місцевої влади. Для цього потрібно змінити законодавство про місцеве самоврядування та місцеві державні адміністрації. Зокрема, видається доцільним створити виконавчі органи районних та обласних рад, підзвітні та підконтрольні лише цим радам, і перерозподілити повноваження між виконавчими органами рад та районними й обласними державними організаціями таким чином, щоб максимальна кількість повноважень у вирішенні питань місцевого значення була закріплена за виконавчими органами відповідних рад.

Реформа децентралізації в Україні активно триває упродовж останніх років, а її основним результатом стало створення об'єднаних територіальних громад та укрупнення районів і передача значної частини повноважень на рівень об'єднаних територіальних громад. Зазначені зміни супроводжувалися передачею місцевим громадам

частини матеріальних ресурсів, майна та перерозподілом надходжень від державного бюджету до місцевих бюджетів, що істотно посилило спроможність місцевих громад. Подібні зміни цілком обґрунтовано дали підстави представникам владної команди (як попередньої, так і нинішньої) говорити про їх успішність.

Аналіз законодавчих змін і Плану законопроектної роботи Верховної Ради України на 2021 рік також свідчить про спільність зусиль Президента, Парламенту й Уряду щодо завершення реформи децентралізації вже найближчим часом. Разом із тим попередні спроби внесення змін до Конституції України в частині децентралізації, які не принесли успіху, відсутність узгоджених позицій влади й представників місцевого самоврядування щодо ключових проблемних питань, які стали головним «камнем спотикання», а також готовність суб'єктів права законодавчої ініціативи згідно з Планом внести необхідні законопроекти лише наприкінці поточного року вселяють обережний оптимізм щодо можливості завершення реформи вже у 2021 році.

Література.

1. Реформа децентралізації в Україні: основні тенденції та перспективи завершення. *Конституційний процес в Україні: політико-правові аспекти*. 2021. № 2 (82). С. 3–7.
URL: http://nbuviap.gov.ua/images/konstutyciynuy_proces/2021/2.pdf

СТАН ТА ТЕНДЕНЦІЇ ПРИБУТКОВОСТІ ГАЛУЗІ РОСЛИННИЦТВА

***ЧУЙКО Н.В., К.Е.Н., ДОЦЕНТ,
ВОРОНКОВА А.А., К.Е.Н., ДОЦЕНТ,
ХРАПАЧ К.Г., СТАРШИЙ ВИКЛАДАЧ,
ДЕРЖАВНИЙ БІОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ***

Україна є аграрною державою, а виробництво продукції сільського господарства є основним напрямком діяльності на всіх етапах її розвитку. Пріоритетною галуззю аграрного сектору залишається рослинництво.

Прибутковість галузі рослинництва створюється під впливом багатьох чинників, зокрема ґрунтово-кліматичних, технологічних, біологічних та інших. Виробничий цикл у рослинництві триває значний час: до одного року (кукурудза, зернові культури тощо); кілька років (вищивання багаторічних насаджень).

У період глобалізації економіки прибуток має велике значення, адже його роль у господарському механізмі щорічно зростає. В умовах стабілізації ринкових відносин і формування реальної самостійності підприємств прибуток має новий зміст, оскільки в даний час він виступає не тільки основним джерелом розвитку господарської діяльності будь-якого підприємства, але й стимулом його діяльності. Прибуток забезпечує інтереси держави, товаровиробників, персоналу підприємств, а тому є головною рушійною силою ринкової економіки.

Що стосується прибутків сільськогосподарських підприємств у 2020 році, то за дослідженнями директора Національного наукового центру «Інституту аграрної економіки» академіка НААН Юрія Лупенко є такі дані: «Прибутки зросли до 58,4 млрд грн, тобто на 47,7 % перевищили показники 2019 р. Такий результат досягнуто виключно за рахунок зростання прибутків у рослинництві, які збільшилися на 55,2%. При цьому прибутки у тваринництві зменшилися на 2,9 млрд грн. Найбільші прибутки сільськогосподарські підприємства одержали на виробництві соняшнику – розрахунково 21,1 млрд грн, пшениці – 19,0 млрд грн, кукурудзи на зерно – 11,9 млрд грн, ріпаку – 6,6 млрд грн» [1].

За попередніми розрахунками Інституту аграрної економіки у 2020 р., загальна рентабельність виробництва продукції сільського господарства очікується на рівні 17,4 %. Цей результат перевищує показник 2019 р. (11,8 %), але нижче 2018 р., коли рентабельність виробництва агропродукції становила 22,8 %.

Абсолютний рекордсмен за прибутковістю – гречка, яка у 2020 р. показала рентабельність виробництва в сільськогосподарських підприємствах на рівні 63 %. У рейтингу найприбутковіших агрокультур далі «крокують» баштанні (45,4 %), овес (43,7 %), ягоди (41,6 %), жито (41,3 %), соя (37,5 %) і пшениця (33 %) [2].

У 2020 р. рівень рентабельності майже по всіх видах культур в Україні був позитивним, окрім, буряка цукрового (рівень збитковості становив – 13,5 %).

Не зважаючи на складнощі, агросектор залишається найбільш динамічною та перспективною галуззю української економіки. Україна, за підсумками 2019 року стала найбільшим світовим експортером соняшникової олії, та соняшникового шроту що забезпечило 4,3 млрд \$ та 975 млн \$ відповідно; зайняла друге місце у світовому аграрному експорті ріпаку (на 1,3 млрд \$); четверті місця у світовому експорті ячменю (710 млн \$), кукурудзи (5,2 млрд \$) та жита (3,9 млн \$); п'яте місце у експорті пшениці (3,7 млрд \$) та шосте місце у експорті сої (1,2 млрд \$) [3].

В останні роки аграрні підприємства, особливо велико товарні, вертикально інтегровані холдинги, керуючись у виборі культур для вирощування, спираються лише на кон'юнктуру світового ринку сільськогосподарської продукції та експортні можливості вітчизняного сектору економіки. Так, згідно уже підписаного меморандуму між Міністерством аграрної політики та продовольства і суб'єктами господарювання-експортерами зерна, експорт зерна може становити 36 млн. т, в т.ч. пшениці – 16,6 млн. т, ячменю – 3,9 млн. т, кукурудзи – 16 млн. т, жита – 8 тис. т. Цей фактор сприяє і розвитку галузі олійних культур, серед яких лідирує традиційно соняшник, соя та ріпак. Особливістю вирощування цих культур є те, що на експорт частіше всього відправляються продукти переробки, а не насіння. Винятком є ріпак. Інші культури не є визначальними в експортному потенціалі країни, тому і не користуються «попитом» у представників бізнесу [4].

В умовах сучасної світової економіки, з передбаченими тенденціями до зростання вартості сільськогосподарської продукції та нестачі у багатьох країнах продуктів харчування, актуальним питанням для України є не лише утримання ролі світового експортера продукції рослинництва за рахунок збільшення обсягів виробництва та покращення її якості, а і створення додаткових потужностей для зберігання та переробки зерна та вихід на світові ринки продовольчих товарів. При цьому рослинництво для держави має бути важливим сектором економіки, а для сільськогосподарських підприємств джерелом одержання прибутків.

Література.

1. Прибутки сільгоспідприємств у 2020 році зросли до 58,4 млрд грн URL: <https://landlord.ua/news/prybutky-silhosppidpriemstv-u-2020-rotsi-zrosly-do-58-4-mlrd-hrn/> (дата звернення: 05.06.2022).

2. У НААН назвали рентабельність сільськогосподарської продукції за 2020 рік. URL: <https://agropolit.com/news/19612-u-naan-nazvali-rentabelnist-silskogospodarskoyi-produktsiyi-za-2020-rik?sef=19612-u-naan-nazvali-rentabelnist-silskogospodarskoyi-produktsiyi-za-2020-rik&page=4> (дата звернення: 05.06.2022).

3. Зовнішньоторговельний обіг продукції АПК / [І.М. Демчак, О.О. Митченко, Г.В. Трофімова та ін.]. К.: НДІ «Укראгропромпродуктивність». 2019. 50 с.

4. На експорт пішло понад 36 млн т українського зерна. Агропортал. URL: <https://agroportal.ua/news/rastenievodstvo/na-eksport-pishlo-ponad-36-mln-t-ukrajinskogo-zerna> (дата звернення: 05.06.2022).

УДОСКОНАЛЕННЯ ОПЕРАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ МЕРЕЖІ ШВИДКОГО ХАРЧУВАННЯ «KENTUCKY FRIED CHICKEN»

***ТКАЧОВА С.С., К.Е.Н., ДОЦЕНТ,
ЧИРВА М.О., ЗДОБУВАЧКА ДРУГОГО РІВНЯ ВИЩОЇ ОСВІТИ,
ДЕРЖАВНИЙ БІОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ***

Найрозвиненішим форматом ресторанного бізнесу в Україні до початку війни був сегмент фаст-фуду, на який припадало близько 30 % всіх мережевих ресторанів. Станом на 2021 р. в країні працювало 10 глобальних корпорацій швидкого харчування, до яких входили: Fast Food Systems, McDonald's, Крила, Пузата Хата, FM Group, FreshLine, Печена картопля, Salateira, KFC, Два Гуся, The Varenik [1]. Під їх керуванням перебувало приблизно 500 мережевих ресторанів. Серед чотирьох найбільших рестораних мереж фаст-фуду в Україні у 2021 р. 1-е місце за кількістю ресторанів посів McDonald's – 105 закладів; 2-ге місце зайняв FreshLine – 45 закладів; на 3-му місці – KFC з 35-ма закладами; 4-те місце «Печена картопля» – 16 закладів.

Kentucky Fried Chicken (KFC) – це одна з найвідоміших мереж швидкого харчування в світі, яка успішно розвивається за франчайзингом. Спеціалізація, якість, швидкість і чистота є найважливішими чинниками глобального успіху KFC. Як стверджують у компанії, «ми ростемо лише разом із нашим клієнтом». KFC має відмінні умови для своїх споживачів. Компанія постійно дбає про їх комфорт та задоволеність. KFC є багатонаціональною компанією. Станом на кінець 2020 р. дохід KFC склав 27,9 млрд дол. США. Порівняно з 2019 роком, дохід зменшився на 5,9 %, у зв'язку з пандемією COVID-19. За останніми даними, по всьому світу в мережах швидкого харчування KFC працюють 820 тис. робітників [2]. Щомісяця це число зростає, оскільки заклади KFC відкриваються в нових країнах та містах. Відомо, що KFC входить до складу головної ресторанної корпорації Yum! Brands, яка має понад 55 тис. ресторанів у більш ніж 155 країнах, де працюють рестораних бренди компанії – KFC, Pizza Hut, Taco Bell та The Habit Burger Grill [3]. Головними конкурентами KFC в світі багато років є: McDonald's Corporation, Burger King Worldwide Inc., Subway, Wendy's Company. Франшизи KFC існують по всьому світу. Головний офіс компанії знаходиться в США в місті Луїсвілл в штаті Кентуккі, де вперше відкрився ресторан KFC. KFC є однією з найкращих спеціалізованих мереж ресторанів з використанням курятини як головної сировини. Компанія має

унікальний рецепт приготування смаженої курки, який є комерційною таємницею та не може бути використаний жодною іншою франшизою. Перший в Україні ресторан KFC відкрився в Києві 20 грудня 2012 р. у ТРЦ Ocean Plaza [4]. Станом на 2021 р. в Києві відкрито вже 20 закладів, також заклади мережі працюють: 1 – у Вишневому, 6 – в Дніпрі, 1 – в Павлограді, 4 – в Харкові, 1 – в Одесі, 1 – у Львові та 1 – у Сумах. Всі ресторани KFC в Україні користуються великою популярністю, загалом заповнюваність залив до пандемії становила 80-90 %. На такі показники, поряд з іншими чинниками, впливають ціни на продукцію. Середній чек KFC в Україні становив 100 грн на одну особу, що вважалось не надто високим показником. Щодо конкурентів KFC в Україні, то це: McDonald's, FreshLine, Burger Club, Bistro Bistro. Персонал українських KFC (1 тис. осіб) загалом складається з людей віком від 18 до 27 років. Значну частку персоналу становлять студенти, які часто підробляють після навчання або на канікулах. У компанії створюються можливості професійного зростання для всіх працівників, запроваджена система безперервного навчання [5]. В операційній стратегії KFC приділяє велику увагу таким складовим, як: дизайн товарів і послуг, управління якістю, постійне вдосконалення, розширення можливостей для співробітників, політика та рекомендації щодо якості та управління ланцюгом поставок. Компанія KFC обрала стратегію співпраці з багатьма постачальниками. Українська мережа KFC користувалась послугами вітчизняних постачальників, оскільки проблем з постачанням курятини, борошна та овочей не було. Наявність українських птахофабрик, полів та теплиць надавало змогу компанії використовувати вітчизняну сировину. Щодо стратегії місцерозташування закладів, KFC використовує різні інструменти та методи для визначення найкращого вибору місця розташування, враховуючи близькість до споживачів. Компанія розташовує свої заклади також там, де є належна інфраструктура та велика кількість кваліфікованої робочої сили, що знижує її вартість. Отже, вивчення досвіду успішної діяльності міжнародної компанії KFC та її української складової дозволило запропонувати для удосконалення операційної стратегії запровадження таких напрямів, як: повністю екологічна упаковка продукції; введення спеціалізованих локальних продуктів для кожної місцевості; введення здорових рецептур; введення дитячого меню; активізація соціальних мереж та оформлення замовлень через них; фірмова служба доставки їжі; створення бонусної картки споживача. Враховуючи популярність компанії KFC в Україні, успішний 10-ти річний досвід, створену матеріально-технічну базу,

плідну співпрацю з постачальниками, мотивований та професійно підготовлений персонал, є всі підстави для активного стратегічного розвитку компанії KFC на українському ринку ресторанного бізнесу після завершення війни.

Література.

1. Кому належать фаст-фуди в Україні.
URL: <https://uprom.info/articles/biznes-ta-finansi/komu-nalezhat-fast-fudi-v-ukrayini/> (дата звернення: 10.05.2022).

2. KFC – Вікіпедія. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/KFC> (дата звернення: 10.05.2022).

3. Создание глобальных знаковых брендов, которым люди доверяют и отстаивают.
URL: <https://www.yum.com/wps/portal/yumbrands/Yumbrands/company> (дата звернення: 10.05.2022).

4. Легендарний американський бренд відкрив свій перший фастфуд в Україні. URL: <https://ua.korrespondent.net/business/companies/1441771-legendarnij-amerikanskij-brend-vidkriv-svij-pershij-fastfud-v-ukrayini> (дата звернення: 10.05.2022).

5. Офіційний сайт компанії KFC в Україні. URL: <https://www.kfc-ukraine.com/careers> (дата звернення: 10.05.2022).

МОЛОЧНЕ СКОТАРСТВО, ЯК ОСНОВА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОДОВОЛЬЧОЇ НЕЗАЛЕЖНОСТІ

***ШИГИМАГА С.Д., ЗДОБУВАЧ ВИЩОЇ ОСВІТИ,
ДЕРЖАВНИЙ БІОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ***

Молочне скотарство – одна з провідних галузей сільського господарства, яка забезпечує промисловість незамінною сировиною, а населення важливими для здоров'я продуктами харчування. Одним з основних завдань держави є забезпечення населення корисними продуктами харчування в достатній кількості і високої якості. Станом на сьогодні баланс молока і молочних продуктів в Україні задовольняють норми споживання лише частково, а враховуючи тенденцію до активної заміни натурального тваринного молока рослинними альтернативами, молочне скотарство України є перед загрозою.

* Науковий керівник – Кравченко Ю.М., к.е.н., старший викладач ЗВО

Незважаючи на складні часи, які зараз переживає молочна галузь, багато переробних підприємств не відмовляється від нього, оскільки збут молока є джерелом систематичного надходження готівкових коштів протягом календарного року [1, с. 42]. На початок 2022 року в усіх категоріях господарств налічувалось 2689,4 тис. голів великої рогатої худоби, у тому числі в сільськогосподарських підприємствах - 998,5 тис. голів.

Чисельність поголів'я корів в усіх категоріях господарств становила 1563,3 тис. голів, з них 422,1 тис. голів – у сільськогосподарських підприємствах. Попри незначне зменшення поголів'я корів у промисловому секторі (- 0,4 % до минулого року), щорічно спостерігається динаміка до покращення їх продуктивності. Ще в 2014 року у сільськогосподарських підприємствах середня продуктивність корів складала трохи більше 5000 кг молока.

Таблиця 1

**Поголів'я корів та виробництво молока, % до 1990 р.
(господарства всіх категорій)**

Роки (періоди)	Поголів'я корів, тис. гол	%	Виробництво молока, тис. т	% до 1990
1990	8378,2	100	24508,3	100
В середньому за:	-	-	-	-
1991-1995	7949,4	94,9	19062,1	77,8
1996-2000	5893,4	70,3	13872,3	56,6
2001-2005	4295,7	51,3	13734,4	56,0
2006-2010	2933,3	35,0	12033,7	49,1
2011-2015	2414,9	28,8	11140,0	45,5
2016-2020	1901,5	22,7	9930,6	40,5
2020	1673,0	20,0	9263,6	37,8
2021	1563,3	18,7	8719,1	35,6

Джерело: складено автором за даними [2; 3; 4].

У 2017 році цей показник склав 6000 кг молока, а у 2021 році надосно понад 6500 кг на корову. До основних напрямів розвитку молочного скотарства відносяться: збільшення рівня продуктивності тварин, за рахунок виведення генетично повноцінних корів; застосування якісних кормів із високим вмістом поживних елементів; профілактика боротьби з різними захворюваннями.

У 2021 році усіма категоріями господарств вироблено 8 719,1 тис. тон молока, з них сільськогосподарськими підприємствами – 2750,4 тис. тон. На переробні підприємства надійшло 3197,8 тис. тон молока сирого, в тому числі у підприємств закуплено 2477,9 тис. тон молока (77 % від загального обсягу надходження). Якість молока, що надійшла на переробку від підприємств підвищилася, за рахунок зростання обсягів реалізації молока гатунків «екстра» і «вищого».

Варто зауважити, що експерти Всесвітньої організації охорони здоров'я вважають, що стан здоров'я населення залежить на 30 % від способу харчування, тому слід ретельно підготувати до формування повсякденного набору харчових продуктів, а також пам'ятати, що харчування має бути раціональним та збалансованим. Відповідно до рекомендацій лікарів, у раціоні українців значну частку мають займати незамінні молочні (тваринні) продукти. Відзначимо фактори, які характеризують розвиток молочної галузі України: рівень доходів населення; імпорт молочної продукції; світові ціни на сировинне молоко; зміни у собівартості виробництва молочних продуктів; впровадження державою заходів підтримки молочної галузі та забезпечення їх стабільності [5]; розвиток експорту, розширення переліку країн присутності української продукції; продовження боротьби із фальсифікацією молочної продукції; глобалізаційні чинники популяризації альтернативної молочної продукції (рослинних замінників); інноваційні чинники розвитку молокопродуктової галузі.

Література.

1. Антощенко В.В., Кравченко О.М. Економічна ефективність виробництва та реалізації молока в Україні. *Актуальні проблеми інноваційної економіки*. 2016. № 3. С. 39-44.
2. Офіційний веб-сайт Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>
3. Антощенко В.В. Сучасний стан молочного скотарства в Україні. *Український журнал прикладної економіки*. 2020. Том 5. № 2. С. 25-32.
4. Антощенко В.В. Стан та перспективи розвитку молочного скотарства України. *Вісник Харківського національного аграрного університету ім. В.В. Докучаєва. Економічні науки*. Харків: ХНАУ, 2015. № 1. С. 90-96.
5. Антощенко В.В., Копитко О.В. Державне регулювання і підтримка молочної галузі в умовах євроінтеграції. *Вісник ХНАУ ім. В.В. Докучаєва, Серія «Економічні науки»*. 2018. № 4, С. 201-210.

МЕТОДОЛОГІЧНІ ПОЛОЖЕННЯ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВОЮ БЕЗПЕКОЮ СЕКТОРА МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА РЕГІОНУ

Шопська Ю.К., здобувачка ступеня доктора філософії,
ДУ «ІНСТИТУТ РЕГІОНАЛЬНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ
ІМЕНІ М.І. ДОЛІШНЬОГО НАН УКРАЇНИ*

Мале підприємництво у здоровій економічній системі ринкового типу реалізує широкий комплекс функцій та завдань, що дає всі підстави вважати його ефективне функціонування однією з базисних умов поступу країни, регіону, громади [1, с. 132]. Для належного регулювання розвитку і забезпечення повноцінного внеску малого бізнесу в економічний та суспільно-соціальний розвиток країни його необхідно розглядати як сектор національної економіки. Такий підхід надає переваги чіткішої ідентифікації: меж сектора (суб'єктів, які його утворюють); умов, чинників, перешкод, викликів та загроз фінансово-господарської діяльності; бізнес-середовища й системи ресурсної та іншої підтримки; внеску в соціально-економічний розвиток; системи регулюючих заходів і т. ін. та потребує поєднання інституційно-правового (кількісні ознаки віднесення суб'єктів до малих) та характерологічно-функціонального (якісні критерії) підходів. Перший чітко ідентифікує склад суб'єктів сектора, тоді як другий – їх принципові характеристики.

Об'єктивно існує специфіка у фінансових аспектах розвитку аналізованого сектора національної економіки. Вона чітко простежується за етапами життєвого циклу на мікро та на макроекономічному рівнях, коли життєвий цикл сектора характеризує фази періоду між первинною та заключною стадіями його функціонування й розвитку, а саме – (1) інституціалізації; (2) формування ресурсного потенціалу; (3) інституційно-організаційного наповнення; (4) масштабування бізнесу; (5) реалізації потенціалу в економічній системі; (6) стагнації; (7) звуження, втрати потенціалу сектора [2, с. 90-92]. Характер і якість проходження зазначених фаз визначається якістю реалізації завдань фінансового менеджменту на рівні малих суб'єктів господарювання та фінансової політики, особливо регіональної, маючи одночасно наслідком зміни у фінансовій системі країни/регіону.

* Науковий керівник – Васильців Т.Г., д.е.н., професор

Фінансова безпека сектора малого підприємства є характеристикою: (1) стану захищеності суб'єктів малого бізнесу від внутрішніх та зовнішніх фінансово-економічних викликів і загроз, їх фінансової забезпеченості, фінансово-економічної ефективності, міцності й збалансованості фінансового стану, стійкості і платоспроможності, наявності тенденцій до капіталізації на мікрорівні та фінансової системи сектора на загал [3, с. 18-20], (2) міри реалізації фінансово-економічних інтересів стейкхолдерів сектора малого підприємництва; якості (відносно мотивації до створення суб'єктів бізнесу та інвестування в їх розвиток) та безпечності (щодо безпеки ведення підприємництва, захищеності майна та активів) середовища малого бізнесу [4, с. 39-40], (3) здатності держави, органів місцевого самоврядування забезпечити гарантії фінансової безпеки й стабільності в частині захисту інвестицій, фінансових активів, стабільності національної грошової одиниці, банківської системи, природних інфляційних процесів.

Її внутрішня структура складається з компонент: (1) здатності (сформувати фінансово-ресурсне забезпечення), (2) стійкості, ефективності, захищеності), (3) розвитку (спроможності зберігати стабу траєкторію покращення ключових фінансово-економічних характеристик як суб'єктів, так і сектора на загал). Структурними компонентами фінансової безпеки сектора малого підприємництва регіону є ресурсна, фінансово-економічна, інвестиційна, грошово-кредитна, страхова та боргова.

Регіональна політика управління фінансовою безпекою сектора малого підприємництва реалізується на засадах стратегічно-системного підходу та формується у площині «функції регіональної політики – елементи структури регіональної безпеки», коли забезпечується орієнтація, з одного боку, на ретельне планування й організацію політики, її заходів та організаційної системи керування, мотивацію всіх суб'єктів управління і належний контроль перебігу процесів та їх ефективності, а, з іншого – формування ресурсної забезпеченості суб'єктів сектора, високий рівень їх фінансової стійкості, ліквідності і платоспроможності, фінансово-економічної ефективності, захищеності від зовнішніх й внутрішніх ризиків та загроз, формування передумов для подальшого розвитку. Регіональна політика управління фінансовою безпекою сектора малого підприємництва являє собою поєднання таких елементів інструментарію регулювання, як модель, стратегія, методи (прямого, опосередкованого, змішаного впливу), механізми (інституційний, економічний, фінансовий, організаційний, соціальний, психологічний, інформаційний, ресурсний, мотиваційний), інструменти й засоби.

З-поміж функцій управління фінансовою безпекою сектора малого підприємництва регіону невід'ємне значення відводиться контролю, а в його межах – аналізуванню й діагностиці стану безпеки. Концептуальна модель аналізування включає його мету і стратегічні орієнтири, складові та індикатори безпеки, методи та методичні підходи, об'єднані в блоки: аналіз і оцінка; визначення границь і порогів; обчислення вагових коефіцієнтів.

Література.

1. Васильців Т.Г., Ярошко О.Р. Фінансова безпека підприємства: місце в системі економічної безпеки та пріоритети посилення на посткризовому етапі розвитку економіки. *Науковий вісник НАТУ України*. 2011. Вип. 21 (2). С. 132-136.

2. Васильців Т.Г., Лупак Р.Л., Юрків Н.Я. Інституційне забезпечення розширення фінансових можливостей підприємств промисловості та АПК на регіональному рівні. *Фінанси України*. 2012. № 3. С. 90-101.

3. Качмарик Я.Д., Куцук П.О., Лупак Р.Л., Качмарик І.Я. Економічний механізм забезпечення конкурентоспроможності торговельного підприємства: монографія. Львів: Літературна агенція «Піраміда». 2012. 208 с.

4. Lupak R.L., Kunitska-Iliash M.V. Substantiation of the directions of structural reforms in the economy of Ukraine in the context of realization of the state region and branch policy of import substitution. *Інноваційна економіка*. 2017. № 7-8(70). С. 39-45.

КОНВЕРГЕНТНІ ЯВИЩА У ПАРАДИГМІ ТЕОРІЇ РЕГІОНАЛЬНОГО РОЗВИТКУ

***ЯКУШЕВА О.В., К.Е.Н., ДОЦЕНТ,
ЧЕРКАСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ***

Зосередження економічної активності та ресурсів на певній території здійснює відповідний розрив між рівнем розвитку територій, і в результаті створенню відповідних диспропорцій між ними. Процеси зосередження економічних ресурсів на більш активних територіях особливо гостро протікають у країнах, які знаходяться на стадії трансформації усіх складових суспільного життя, формують траєкторію нового руху. До таких країн відноситься і Україна, тому для неї важливим є усвідомлення закономірностей сучасної парадигми регіонального розвитку для формування державою адекватної та гнучкої регіональної політики, і відповідно знаходитись у постійному та систематичному пристосуванні до змін в регіональних процесах.

Фундаторами неокласичних теорій конвергентного розвитку, які розпочали наукові дослідження з питань зближення, збалансування економічного розвитку вважаються такі дослідники: Е. Хекшер, Б. Олін, П. Самуельсон і В. Стопер, Р. Солоу і Т. Сван, Дж. Б. Кларк, Я. Тінберген, А. Вебер, Х. Зіберт, Г. Хемел і К. Прахалад, М. Портер, Я. Гордон, М. Гедес.

Переважно Е. Хекшер та Б. Олін зробили внесок у теорію співвідношення факторів виробництва [1]. Автори стверджують, що країна експортує товар, для якого інтенсивно використовується її переважно надлишкові фактори виробництва, а натомість імпортує товари, до яких вона має певний дефіцит факторів виробництва, що сприяє інтеграції світової економічної системи.

П. Самуельсон і В. Стопер, які є наслідниками теорії Е. Хекшер та Б. Олін, обґрунтували власну теорію вирівнювання цін на фактори виробництва, яка передбачає, що у випадку однорідності факторів виробництва, ідентичності техніки, досконалої конкуренції та повної мобільності товарів міжнародний обмін вирівнює ціну факторів виробництва між країнами [2]. Тобто, конвергентна складова у їх теорії заключається у прагненні збалансувати цінові фактори виробництва, не зважаючи на відсутність зовнішньої міграції.

Р. Солоу і Т. Сван обґрунтували думку про доцільність нарощення більшими темпами показників економічного зростання на економічно відсталих територіях порівняно з високо розвиненими, що дозволить у перспективі зблизити рівень розвитку між ними [3]. Тобто, згідно з думкою колективу авторів конвергентні явища несуть в собі гіпотезу збалансування економік певних територій через стимулювання більш слабких територій і доведення рівня їх розвитку до більш розвинутих.

Дж. Б. Кларк акцентував увагу на факторах виробництва та їх справедливому розподілі, як передумови процесів конвергенції [4]. Я. Тінберген вивчав можливість конвергенції двох систем – капіталізму й соціалізму, що вже само по собі є дуже важливим для теорії та практики сучасних глобально-цивілізаційних перетворень [5].

Значний внесок у розвиток сучасної теорії конвергенції зроблено українським вченим О. Білорусом, який розглядав конвергенцію крізь призму процесів інтернаціоналізації, глобалізації та глобальної інтеграції, які на нинішньому етапі постіндустріального розвитку стали домінуючими. Автор передбачає реалізацію позитивних наслідків глобалізації економіки через дію так званої неоконвергенції – тобто зближення однотипних економічних систем різного рівня

технологічного розвитку, конкурентоспроможності та готовності до інтеграції [5]. Положення автора свідчать, що неоконвергенція має пріоритет над іншими системами, оскільки в сучасних умовах усі країни прагнуть до світових стандартів, до поєднання ресурсної й інтелектуальної бази співрозвитку, а також участю у глобальній інформаційній системі.

Таким чином, представники неокласичної теорії регіонального росту притримуються думки про те, що конвергенція регіонального розвитку відбувається шляхом переміщення ресурсів та капіталу із високорозвинутих регіонів у слаборозвинуті, а трудових ресурсів – навпаки з менш розвинутих у більш розвинуті через фактор більшої заробітної плати. Проте подальші проведені дослідження за неокласичною моделлю спростували необхідність зближення рівнів розвитку територій та переміщення капіталу і робочої сили.

Література.

1. Heckscher E.F. The Effect of Foreign Trade on Distribution of Income. *Blakiston Series of Republished Articles on Economics*. 1919. № 4. P. 386.
2. Stolper W.F., Samuelson P.A. Protection and Real Wages. *The Review of Economic Studies*. 1941. Vol. 9, № 1. P. 58-73.
3. Solow R.M. A Contribution to the Theory of Economic Growth. *The Quarterly Journal of Economics*. 1956. Vol. 70, № 1. P. 65-94.
4. Wicksell K., Clark J.B., Hobson J.A. The Distribution of Wealth. A Theory of Wages, Interest and Profits. *Ekonomisk Tidskrift*. 1902. Vol. 4. P. 85-90.
5. Гальчинський А.С. Конвергентний ринок – методологія перспективи. *Економіка України*. 2014. № 1(626). С. 4-20.

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ КОМПАНІЇ CARLSBERG UKRAINE: СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ, ДОСВІД ТА ДОСЯГНЕННЯ

**ТКАЧОВА С.С., К.Е.Н., ДОЦЕНТ,
ТЮТЮННИК О.О., ЗДОБУВАЧ ВИЩОЇ ОСВІТИ,
МАНІК Є.В., ЗДОБУВАЧ ВИЩОЇ ОСВІТИ,
ДЕРЖАВНИЙ БІОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Соціальна відповідальність бізнесу є цілісним підходом до управління організацією одночасно зовнішнім і внутрішнім середовищем. Управлінська сутність соціальної відповідальності

бізнесу полягає в отриманні соціального ефекту від дій, що відповідають соціальним нормам, цінностям і очікуванням, і характеризує ступінь відповідності бізнесу вимогам суспільного розвитку. Економічна сутність соціальної відповідальності полягає в отриманні економічного ефекту від ведення соціально орієнтованого бізнесу і відповідає цілям господарської діяльності. Позитивними наслідками застосування політики соціальної відповідальності і норм ділової етики в умовах кризи є зменшення нефінансових ризиків, довгострокове поліпшення іміджу і ділової репутації, зростання капіталізації, набуття конкурентних переваг та стратегічної стійкості компанії [1].

Компанія Carlsberg Ukraine входить до складу корпорації Carlsberg Group, яка є однією з провідних пивоварних груп у світі з великим портфелем брендів пива та інших напоїв. До складу Carlsberg Ukraine входять 3 заводи в містах Запоріжжя, Київ, Львів [2]. Основним видом діяльності Компанії є виробництво та продаж пива, сидру та безалкогольних напоїв. Компанії належать низка найпопулярніших українських та міжнародних торгових марок [3]. В об'ємах виробництва Компанії питома вага пива склала 86 %, сидру 3 %, безалкогольних напоїв 11%. За результатами 2020 року Компанія стала лідером в категорії сидру, квасу, безалкогольних напоїв; бренд «Львівське» вперше в історії офіційно став лідером серед пивних брендів в Україні. За даними компанії Nielsen у 2020 р., частка ринку компанії Carlsberg Ukraine склала 30,3% в натуральному вираженні. Внесок компанії в економіку України у 2020 р. становив понад 3 млрд грн. у вигляді податків і зборів до бюджетів всіх рівнів. Це 22 місце у рейтингу серед 200 компаній. Компанія Carlsberg Ukraine входить до топ-25 кращих роботодавців України. У 2020 р. в ній працювало 1470 працівників та було створено загальну пряму і опосередковану зайнятість для 23520 осіб, що еквівалентно 16 додатковим робочим місцям на кожного працівника Компанії. Стабільність і надійність компанії – це перші якості, які відзначають її співробітники. Варто відзначити, що в компанії реалізовані системи управління талантами і кар'єрного розвитку персоналу. Багато HR-процесів є діджиталізованими [4]. Як результат ефективної політики управління персоналом, лідерська позиція Компанії в Українському індексі корпоративної рівності 2020.

Корпорація Carlsberg Group працює на ринках України та Молдови, впроваджуючи глобальну соціально відповідальну стратегію «Вітрила'22». Корпорація орієнтується на попит споживача, який

динамічно змінюється, а також на основні ринкові тренди, виступаючи провідним інноватором в галузі та вибудовуючи портфель основних пивних брендів, крафту та спеціалітетів, а також активно формуючи і розвиваючи напрямок безалкогольного пива та напоїв. Місія глобальної стратегії «Вітрила'22» полягає в тому, щоб досягти статусу найбільш успішної, найбільш професійної та найбільш привабливої пивоварної компанії на кожному з ринків, де оперує Корпорація. Стратегія зосереджена на таких ключових пріоритетах як «зміцнення основних брендів», «стійке зростання» та «створення культури переможців». З 2017 р. Компанія Carlsberg Ukraine приєдналася до глобальної програми сталого розвитку Корпорації «ЦІЛЬ 4НУЛІ: разом до майбутнього»: нуль вуглецевого сліду, нуль втрат води, нуль безвідповідального споживання і нуль нещасних випадків. Програма має чіткі цілі до 2022 і до 2030 рр. Корпорація Carlsberg Group та компанія Carlsberg Ukraine успішно реалізують низку соціально-відповідальних програм, благодійних проєктів, ініціатив за напрямками боротьби з COVID-19 (6,8 млн грн. на допомогу українським лікарям), екологічних і соціальних ініціатив тощо. За результатами 2020 р. компанія Carlsberg Ukraine увійшла до ТОП-25 кращих українських брендів, екокомпаній, програм КСВ (корпоративної соціальної відповідальності), ефективних маркетингових кампаній, інноваційних компаній [5]. Компанія посіла 2-ге місце в Індексі прозорості найбільших компаній України, визначеному за результатами оцінки сайтів українських компаній щодо прозорості в системі корпоративного управління та КСВ. Компанія знаходиться у топ-3 за ґрунтовний підхід до досягнення Цілей сталого розвитку (ЦСР) та інтеграцію їх у свою діяльність. Також у 2020 р. Компанія отримала нагороду в XI Конкурсі Кейсів з КСВ за кращий корпоративний внесок у ЦСР № 13 «Пом'якшення наслідків зміни клімату». Сьогодні під час війни Carlsberg Ukraine як соціально відповідальна компанія робить свій значний вклад у перемогу України через підтримку працівників компанії та їх родин, виплату податків, участь у благодійних програмах, фінансування фондів, співпрацю з волонтерськими організаціями тощо.

Література.

1. Стратегія сприяння розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні на період до 2020 року. URL: http://www.svb.org.ua/sites/default/files/201309_strategiya_spriyannya_rozvitku_svb_v_ukrayini.pdf (дата звернення: 15.05.2022).

2. Офіційний сайт Carlsberg Ukraine.
URL: <https://carlsbergukraine.com/> (дата звернення: 15.05.2022).

3. Carlsberg Ukraine. Вікіпедія. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Carlsberg_Ukraine (дата звернення: 15.05.2022).

4. ТОП-25 лучших работодателей Украины. Журнал «Власть денег» представляет традиционный фирменный рейтинг. URL: <https://web.archive.org/web/20210413074524/https://www.dsnews.ua/rejtingi/top-25-luchshih-rabotodateley-ukrainy-29032021-420003> (дата звернення: 15.05.2022).

5. Звіт зі сталого розвитку 2020.
URL: <https://carlsberg.printsolutions.com.ua/Beer/Interactive/ZVIT-2020/>
(дата звернення: 15.05.2022).

ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНОЮ КУЛЬТУРОЮ ПІДПРИЄМСТВА

***ЯНІЄВА Д.Д., АСПИРАНТКА*,
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ***

Останніми роками організаційну культуру стали визнавати основним показником, необхідним правильного розуміння управління для підприємства. Організаційна культура є важливим чинником успішного функціонування будь-якої організації. Ефективному та швидкому вирішенню поставлених завдань може сприяти лише згуртований колектив, що прагне до єдиної мети, а не команда, яка не відчуває підтримки і не може отримати від колег допомоги у складний момент.

В умовах ринкової кон'юнктури, що постійно змінюється, характеризуються наявністю жорсткої конкуренції, зростанням обсягів інформації в організаціях відносною стійкістю характеризуються їх цінності та культура. За допомогою організаційної культури підвищується ефективність обміну досвідом, знаннями та навичками. Грамотна побудова організаційної культури може покращити управління компанією, вплинути на відносини співробітників із споживачем послуг, може сприяти прояву ініціативи персоналу, а також підвищення нематеріальної мотивації.

Поняття «ефективність» часто співвідноситься з поняттям результативності. Обидві категорії відносяться до математичних

* Науковий керівник – Лепейко Т.І., д.е.н., професор

критеріїв, що не дозволяють визначити цінність досягнутих або недосягнутих результатів організації, в цілому, про корисність або марність для її працівників, що ставляться перед ними цілей, ефективність досягнення яких вони оцінюють. Сучасний менеджмент нехтує математичним характером результативності та ефективності, тому найчастіше, нарівні з ними, використовується поняття успіху, що стає критерієм для багатьох працівників та організацій у сфері менеджменту.

Вплив організаційної культури на діяльність організації відбувається за допомогою здійснення її працівниками прогнозу розвитку тієї чи іншої ситуації, щодо якої проводиться оцінка та побудова моделей своєї поведінки. Реалізація їх у процесі діяльності дозволяє посилити ті чи інші тенденції, і таким чином створити адекватні їм ситуації. У контексті сказаного, можливо застосування кількісного підходу до оцінки впливу організаційної культури на ефективність діяльності організації, запропонованого у роботі Л.С. Савченко [1].

Мова йде про концепцію ситуаційної бальної оцінки, суть якої полягає у присвоєнні певного балу кожному окремо критерію організаційної культури з метою використання його ефективності.

Оцінюються обрані критерії відповідно до наступної шкали: 1 – дуже слабкі результати; 2 – результати на межі необхідних; 3 – середні результати, 4 – дуже хороші результати, 5 – визначні результати.

Потім оцінки підсумовуються за такою формулою:

$$\sum I = I_1 + I_2 + I_3 + I_4 + I_5 + \dots + I_n, \quad (1)$$

де I – критерій організаційної культури;

n – кількість критеріїв, що підлягають розгляду.

Рейтингова оцінка ефективності кожного з критеріїв заснована на відображенні організаційною культурою колективних базових уявлень. Тому доцільним є формування експертної групи з працівників організації, які проводитимуть оцінку критеріїв організаційної культури.

Коефіцієнт впливу організаційної культури (КВЛ) на ефективність діяльності організації може бути визначений формулою:

$$КВЛ = \sum I / 5n \quad (2)$$

Оцінка ступеня впливу організаційної культури на ефективність економічної діяльності організації, що визначається співвідношенням

результату (ефекту) та витрат, що зумовляють цей результат, передбачає оцінку можливості організаційної культури в забезпечення економічного зростання організації та можливості стимулювання прогресивних структурно-якісних змін [2].

Безпосередня оцінка ефективності вдосконалення організаційної культури повинна розглядати два напрями: ефективність розробленого напряму по розвитку організаційної культури (мета змін); ефективність заходів по вдосконаленню організаційної культури в обраному напрямі (технологія змін).

Дуже важливою є оцінка ефективності заходів, які необхідно: розробляти відповідно до існуючої організаційної культури, необхідно вивчити діючу організаційну культуру і використати її як основу; підкріплювати і підтримувати заходи на усіх рівнях; розробляти і здійснювати заходи в комплексі; робити постійні виміри організаційної культури, коригування у разі відхилень або різко негативної реакції з боку співробітників.

Для оцінки ефективності заходів по розвитку організаційної культури може бути використаний наступний показник: зміна співвідношення фінансових результатів і витрат на проведення заходів по розвитку організаційної культури або співвідношення приросту фінансових результатів і витрат на впровадження заходів по розвитку організаційної культури. Заходи мають на увазі, такі як дослідження організаційної культури, розробка моделі відповідної організаційної культури, впровадження заходів по впровадженню організаційної культури в практику (систему) управління персоналом. Оцінити ефективність розвитку організаційної культури можна порівнянням основних показників діяльності організації.

Література.

1. Савченко А.С. Оценка эффективности организационной культуры предпринимательства. *Журнал «Российское предпринимательство»*. 2015. № 12(72). С. 41-47.

2. Ареф'єва О.В., Полоус О.В. Інтенсифікація управління організаційною культурою підприємства в умовах неоіндустріальної модернізації. *Проблеми системного підходу в економіці*. 2019. № 6(74). С. 7-15.

3. Лепейко Т.І., Баркова К.О. Обґрунтування теоретичних засад зв'язку організаційної культури та стратегії підприємства. *Інтелект ХХІ*. 2019. № 3. С. 66-73.

4. Дубінський С.В. Сучасні підходи до вдосконалення організаційно-економічного механізму. *Європейський вектор економічного розвитку*. 2014. № 1(16). С. 66-72.

ДЕТІНІЗАЦІЯ ЗАЙНЯТОСТІ В АГРАРНОМУ СЕКТОРІ ЯК СКЛАДОВА ПОДОЛАННЯ БЕЗРОБІТТЯ НАСЕЛЕННЯ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ УКРАЇНИ

***НЕЖИД Ю.С., ЗДОБУВАЧ ВИЩОЇ ОСВІТИ*,
ДЕРЖАВНИЙ БІОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ***

Військові дії на території нашої держави, складні наслідки, що спричинені пандемією COVID-19, впливають на соціально-економічний розвиток України, що, у свою чергу, впливає на зростання тіньової зайнятості, як одного з негативних явищ на ринку праці, зокрема аграрного. Аналітичні дані свідчать, що за останні десять років тінізація економічних відносин має стійку тенденцію до зростання та є фактором, який найбільше стримує розвиток бізнес-середовища в Україні, призводить до скорочення дохідної частини бюджету держави, що в подальшому ставить під загрозу забезпечення всіх соціальних гарантій та виплат громадянам та створює перешкоду для підвищення рівня соціально-економічного розвитку національної економіки. Відповідно, на інституційному та методологічному рівнях відсутнє єдине бачення форм та методів подолання тіньової зайнятості в аграрному секторі економіки України. Водночас, у практичній площині постає питання наявності необхідних регуляторів та їх дієвості впливу на бізнес-структури, що приховують свою діяльність.

У зв'язку з цим концептуалізація процесу детінізації зайнятості в аграрному секторі економіки є важливим та актуальним завданням сучасних досліджень у сфері менеджменту, публічного управління та економіки.

Поширення діяльності, яка провадиться поза межами нормативно-законодавчого поля, є перманентною проблемою для нашої держави, починаючи з періоду проголошення Незалежності та має дуальну природу. З однієї сторони, такий вид зайнятості надає можливість працівнику отримувати дохід під час реалізації робочої сили та надає можливість оминати низку формальностей, а з іншого – працівник працює в умовах невизначеності, оскільки умови праці визначаються усною домовленістю.

Погоджуємося з думкою Т.Є. Кагановської, що висока питома вага неформальної зайнятості в умовах трансформації є очевидним фактом, і вона обумовлена слабкістю соціально-економічних інститутів

* Науковий керівник – Василішин С.І., д.е.н., професор

та високим рівнем безробіття, що деструктивно впливає на розвиток економіки країни [1, с. 9].

Тіньова зайнятість формується під впливом певних передумов або причин. Ми вважаємо, що декомпозиція факторів, що детермінують явище тіньованої зайнятості повинна бути представлена такими факторами, як: інституційний, соціальний, економічний, мотиваційний, організаційно-інформаційний та галузевий.

Варто відмітити вплив галузевого фактору, який є специфічним та повністю відрізняє галузь сільського господарства від інших галузей економіки. Цей вплив має такі прояви, як низький внутрішній попит на сільськогосподарську продукцію, збільшення собівартості сировини та засобів для захисту рослин, добрив тощо у наслідок девальвації національної валюти, неврегульованість земельного питання, зменшення фінансової підтримки розвитку аграрного сектору, зокрема галузі тваринництва тощо [2, с. 95]. За даними Державної служби статистики найбільша частка неформально зайнятого населення характерна для галузі сільське господарство, рибне господарство та лісове господарство – 44,1 %, а також у сфері будівництва – 17,2 % [3].

Місія детінізації зайнятості в аграрному секторі економіки полягає в істотному зниженні рівня трудових відносин, які формуються за межами правового поля, що в подальшому стане одним із ключових факторів, який забезпечить реалізацію організаційно-економічного механізму регулювання зайнятості в аграрному секторі економіки з урахуванням національних та галузевих особливостей цього явища та враховуючи рушійні фактори, що сприяють поширенню неформальної зайнятості в країні.

На основі авторського бачення щодо концептуалізації процесу детінізації зайнятості в аграрному секторі економіки визначено, що інтегральною метою даної концепції має стати побудова інституційного механізму детінізації зайнятості, в основі якої буде створення сприятливого бізнес-клімату для ведення прозорого аграрного виробництва, формування додаткових робочих місць, підтримка нестандартних форм зайнятості мешканців сільських територій, підтримка малого підприємництва та фермерства, інтеграція зусиль центральної влади та територіальних громад щодо підтримки ініціатив нестандартної зайнятості селян. Це дозволить вивести аграрний сектор економіки на якісно новий рівень, підвищити престижність та рівень конкурентоспроможності аграрного сектору на національному ринку праці, а також подолати безробіття населення сільських територій.

Вважаємо, що концептуалізація механізмів подолання тінізації зайнятості, особливо в сфері агробізнесу, дозволить більш глибоко сформулювати майбутні вектори розвитку аграрної зайнятості, адже можливим буде досягнення позитивного ефекту для бюджету країни, сформується стабільний розвиток національної економіки та зміцняться позиції економічної безпеки держави, її продовольча незалежність та безпека.

Література.

1. Кагановська Т.Є. Адміністративно-правові заходи запобігання неформальній зайнятості в Україні. *Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна*. 2019. № 27 С. 8-18. <https://doi.org/10.26565/2075-1834-2019-27-01>

2. Гуржій Н.М., Лаврова В.М. Тіньова економіка в агробізнесі України. *Підприємництво в аграрній сфері: глобальні виклики та ефективний менеджмент: матеріали II Міжнар. науково-практ. конф. (9-11 лютого 2021 р.), м. Запоріжжя, 9 лютого 2021 р. Запоріжжя, 2021. С. 94-96. URL: <http://feb.tsatu.edu.ua/wp-content/uploads/2021/03/PIDPRIYEMNITSTVO-V-AGRARNIJ-SFERI-zbirnik.pdf#page=95> (дата звернення: 23.05.2022).*

3. Офіційний сайт Державної служби статистики. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 23.05.2022).

Секція

*Управління
інноваціями,
інвестиціями та
інтеграційними
процесами в
стабілізації розвитку
суб'єктів економічних
відносин*

TRENDS OF STARTUP DEVELOPMENT IN UKRAINE AND THE WORLD

*SKUDLARSKI JACEK, DR INŻ.,
WARSAW UNIVERSITY OF LIFE SCIENCES – SGGW (POLAND)
ZAIKA S.O., PHD, ASSOCIATE PROFESSOR OF ECONOMIC SCIENCES,
STATE BIOTECHNOLOGICAL UNIVERSITY*

The development of the knowledge economy has led to the emergence of a new type of active entrepreneur who uses innovations, new technologies, advanced advances in science and technology and commercializes them.

In the 21st century, the information technology industry has become a driving force for the competitiveness of the world economy. The development of information technology has changed the ways and methods of management, which has led to a rethinking of approaches to management, knowledge acquisition, innovation, creating new business models of enterprises. With the development of information technology, startups have begun to develop intensively, as they are flexible to market needs and offer specific solutions for their target audience.

Today, startups are actively regaining their niche in the global economy. In almost every country, teams are created that actively promote their innovative ideas or products on the market of goods and services [1, 2]. At the same time, the development of startups has certain patterns in its development and trends that characterize almost all projects in recent years:

- Use of the Internet at work. The Internet provides great opportunities to successfully organize and monitor the implementation of your project. Increasingly, cloud services are being used to store large amounts of data and to allow employees to work remotely. This gives freedom of movement, the opportunity to involve people from all over the world in projects.

- A large number of startups are becoming multinational projects. The role of the Internet is actively growing to promote its product, placing a large amount of advertising online.

- Active use of various social networks to promote your idea. Social networks are becoming a multifunctional tool in the hands of project managers. These include finding and recruiting staff, advertising your product, conducting various surveys among social media audiences, finding potential investors in a product or service, communication between remote project participants, and more.

– Most projects focus on creating mobile applications for smartphones. The niche of smartphones is now actively developing and requires a large number of high quality and innovative applications for the user. Such areas as health, lifestyle, time planning, task managers, travel and tourism, remote management of your home and other applications to make life easier for users are actively developing [2].

– In the niche of startups, there is a tendency to involve specialists from large corporations in their projects. This is observed in all countries. Professionals more focused on free and interesting work in projects than on stability in large companies. This allows you to raise the level of project implementation and is a big plus for the users themselves.

At this stage of business development there is a significant rise in the development of startups, which are developing rapidly and have many users. However, in Ukraine the low interest of the state in modern innovative projects forces young companies to cooperate with foreign investors who help to implement projects and become competitive. That is why it is necessary to promote the effective functioning of startups in Ukraine, create mechanisms to increase the effectiveness of their activities in the Ukrainian market and recognize the importance of innovative technologies for successful business development [3].

Support for startups is a complex process, the implementation of which should include:

– increase of investment by the state, and as a consequence, ensuring the development of the industry in the country and the payment of taxes that will allow after a certain period of existence of the project to return the invested money;

– support of social orientation of innovative projects;

– development of entrepreneurial culture;

– strengthening the intellectual property regime;

– development by state bodies of bills that will promote the development of innovative entrepreneurship;

– strengthening the information opportunities for Ukrainian innovators to participate in international programs.

Literature:

1. Зайка С. О., Грідін О. В. Інноваційний проект як об'єкт управління. *Вісник ХНТУСТ: Економічні науки*. 2016. Вип. 172. С. 101-114.

2. Касич А. О., Джура А. М. Стартапи як форма підприємницької діяльності: поняття, значення, зарубіжний досвід. *Інвестиції: практика та досвід*. 2019. № 2. С. 24-31. DOI: [10.32702/2306-6814.2019.2.24](https://doi.org/10.32702/2306-6814.2019.2.24).

3. Ковальова А. Підходи до створення успішного стартапу: світовий досвід. URL: http://confcontact.com/2014_02_meshko/37_Kovalyova.htm

ПЕРСПЕКТИВНІ АСПЕКТИ СТИМУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ «ЗЕЛЕНОГО БУДІВНИЦТВА» В УКРАЇНІ

***ДРЕБОТ О.І., Д.Е.Н., ПРОФЕСОР, АКАДЕМІК НААН,
ВИСОЧАНСЬКА М.Я., Д.Е.Н., С.Д.,
БІЛОТІА В.Ю., НАУКОВИЙ СПІВРОБІТНИК, АСПІРАНТ,
ІНСТИТУТ АГРОЕКОЛОГІЇ І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ НААНУ***

Дослідження впливу соціо-економічної системи на навколишнє середовище має багато різних аспектів, але особливої актуальності набуває при вивченні впливу окремих галузей на макро- або мезорівнях. Концепт «зеленого будівництва» достатньо інтенсивно розвивається протягом останнього десятиріччя, що пов'язано з безпосереднім впливом будівельної галузі на стан соціо-еколого-економічної системи при створенні об'єктів промислової, непромислової і житлової інфраструктури. Відповідно, особливої актуальності набуває вивчення «зеленого будівництва» як одного із засобів стимулювання регіонального розвитку [1, с. 243].

«Зелене будівництво» – це комплексні знання, структуровані стандартами проектування і будівництва. Рівень їх розвитку залежить від досягнень науки і технології, від активності інженерів і від усвідомлення суспільством екологічних принципів. Розробка і впровадження стандартів «зеленого будівництва» стимулює розвиток бізнесу, інноваційних технологій та економіки, покращує якість життя суспільства і стан навколишнього середовища. Вони є інструментами розумної економіки – зберігають гроші на всіх етапах і сприяють інтеграції в світовий рух, вони є ключем до зарубіжних інвестицій і визнання на світовому рівні [2, с. 21-22].

Вигоди від «зеленого будівництва» отримують усі суб'єкти господарювання: держава, територіальна громада, власники, проектувальники, підрядники, інвестори, девелопери, кінцеві користувачі будівель тощо.

Так, наприклад, вигоди архітекторів – це передусім підвищення їх компетенції та висока оцінка проектів проектування, а відтак і підвищення заробітної плати. Що стосується підрядників та забудовників, користь від впровадження та будівництва «зелених будинків» полягає в збільшенні замовлень на об'єкти будівництва та доволі швидкий продаж квартир в «зелених будівлях». Вигоди

виробників будівельних матеріалів – збільшення прибутку, підвищення конкурентоспроможності на національному ринку будівельних матеріалів та вихід на нові ринки збуту. Держава також отримує користь від впровадження «зеленого будівництва», яка полягає у виконанні зобов'язань із екологічних інвестицій (Київський протокол), скороченні рівня безробіття та створенні нових робочих місць. Щодо девелоперів, то їх вигоди полягають в залученні додаткових інвестицій в країну та галузь. Вигоди орендодавців полягають у підвищенні орендних ставок та рівня заповнення будинку після здачі його в експлуатацію. Користь населення від впровадження «зеленого будівництва» полягає в зниженні витрат на комунальні послуги та скорочення захворюваності [3, с. 22].

Будівельна галузь в Україні достатньо динамічно розвивається, що підкреслює необхідність переходу до «зеленого будівництва». Але для впровадження та розвитку цього виду будівництва необхідні певні заходи на державному і регіональному рівнях (рис. 1):

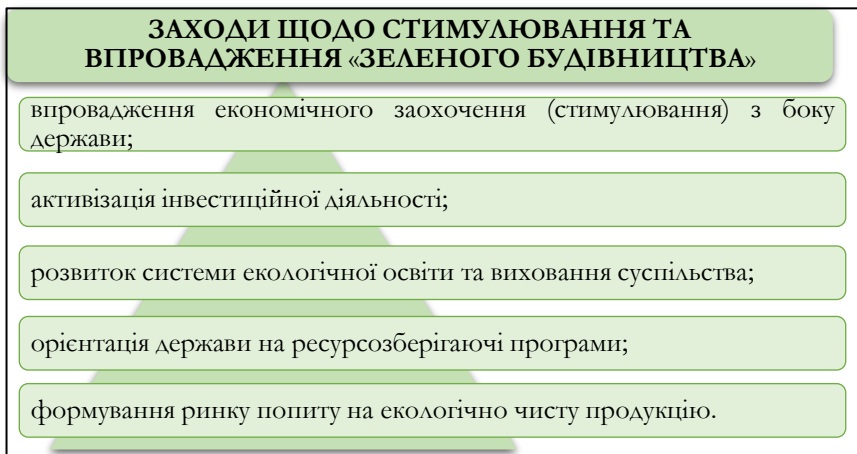


Рис. 1. Перспективні заходи стимулювання та впровадження «зеленого будівництва»

Джерело: розроблено авторами на основі [4, с. 120].

Для стимулювання впровадження «зеленого будівництва» в Україні потрібні такі умови (рис. 2):

НЕОБХІДНІ УМОВИ ВПРОВАДЖЕННЯ «ЗЕЛЕНОГО БУДІВНИЦТВА» В УКРАЇНІ

наявність нормативно-правової бази, яка б стимулювала роботу всіх сфер і галузей будівельного комплексу;

державна підтримка шляхом надання субсидій і пільг у розвиток «зеленого будівництва»;

запровадження принципово нового інвестиційного механізму, що забезпечував би надходження до цієї сфери економіки коштів з різноманітних джерел фінансування;

соціальні програми, спрямовані на підтримку ресурсозберігаючих заходів;

оновлення технологічно застарілого обладнання на підприємствах тощо.

Рис. 2. Умови впровадження «зеленого будівництва» в Україні

Джерело: розроблено авторами на основі [4, с. 120].

На думку Саркісян А.Г. [1], основними шляхами підвищення ефективності інвестицій в «зелене будівництво» в Україні можуть стати (рис. 3):

ОСНОВНІ ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ІНВЕСТИЦІЙ У «ЗЕЛЕНЕ БУДІВНИЦТВО» В УКРАЇНІ

формування регіональних стратегій стимулювання інвестицій в «зелене будівництво»;

створення консультаційних центрів для допомоги при проведенні сертифікації об'єктів за міжнародними системами оцінки;

створення спрощених реєстраційних процедур для об'єктів «зеленого будівництва»;

формування пріоритетних зон для «зеленого будівництва», які характеризуються певними екологічними дисбалансами;

підвищення рівня зацікавленості компаній забудовників об'єктів житлового і нежитлового призначення у стандартах «зеленого будівництва» шляхом надання певних фіскальних преференцій.

Рис. 3. Основні шляхи підвищення ефективності інвестицій у «зелене будівництво» в Україні

Джерело: розроблено авторами на основі [1, с. 246].

Міжнародні зобов'язання України мають потенціал спонукати уряд і громади формувати стратегічні і тактичні кроки щодо практичних напрямів впровадження принципів сталого розвитку взагалі і зеленого будівництва зокрема [1, с. 246].

Враховуючи підвищення тарифів на енергоносії та подорожчання традиційних ресурсів на опалення, «зелене будівництво» має досить високий рівень віддачі інвестицій і є економічно привабливим варіантом будівництва [5, с. 55].

«Зелене будівництво» має декілька переваг у забезпеченні тривалого інноваційного розвитку. Воно передбачає створення такого місця існування, яке здатне задовольнити наші сучасні вимоги з урахуванням потреб наступних поколінь, створюючи якісне, дружнє природі і здоров'ю середовище життя, підвищуючи тривалість існування як з точки зору екології, так і економіки та соціальної сфери [4, с. 115-116].

Література.

1. Саркісян Л.Г. Інвестування в зелене будівництво як засіб стимулювання регіонального розвитку. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2017. Вип. 6 (11). С. 243-246.
2. Фаренюк Г.Г., Калюх Ю.І., Іщенко Ю.І. Концепція «зеленого будівництва» та її застосування при проектуванні та розрахунках геотехнічних конструкцій. *Наука та будівництво*. 2020. Том 24. № 2. С. 19-43. DOI: <https://doi.org/10.33644/scienceandconstruction.v24i2.3> URL: <http://journal-niisk.com/index.php/scienceandconstruction/article/view/136/127> (дата звернення: 20.08.2021).
3. Орловська Ю.В., Вовк М.С., Чала В.С., Машенко С.О. Економічна політика ЄС з підтримки зеленого житлового будівництва: монографія. Дніпро, 2017. 148 с. URL: <http://www.intecon.dp.ua/wp-content/uploads/2017/09/Orlovska-Vovk-Chala-Maschenko-econom.pdf> (дата звернення: 10.04.2021).
4. Волк О.М., Шашко М.В. Проблеми та перспективи інноваційної діяльності у будівельній галузі України. *Вісник СумДУ. Серія «Економіка»*. 2012. № 1. С. 115-121. URL: <https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream-download/123456789/27850/1/Volkov.pdf> (дата звернення: 22.02.2022).
5. Білик О.А. Зелене будівництво: концепція, причини та тенденції розвитку. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2016. Вип. 20. Ч. 1. С. 53-57.

ФОРМУВАННЯ ЦИФРОВОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ МАЙБУТНІХ МЕНЕДЖЕРІВ В УМОВАХ SMART-ОСВІТНІХ ТЕХНОЛОГІЙ

*НАГАЄВ В.М., Д-Р. ПЕД. НАУК, ПРОФЕСОР,
КУСКОВА С.В., К.Е.Н., ДОЦЕНТ,
ДЕРЖАВНИЙ БІОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ*

Професійна підготовка сучасних фахівців-менеджерів має ґрунтуватись на новому педагогічному та інтелектуальному мисленні, оновленні педагогічної системи інноваційними технічними засобами, програмними електронними продуктами в умовах цифровізації освітнього простору. Основою таких змін стає електронне управління освітою з урахуванням концепції цифрової педагогіки та впровадження SMART-освітніх технологій [1].

Аналіз останніх публікацій [1; 2] дозволяє виокремити деякі загальні підходи щодо забезпечення педагогічних умов процесу формування цифрової компетентності (ЦК) майбутніх менеджерів: формування мотиваційно-ціннісного механізму засвоєння студентами компонентів цифрової компетентності; розвиток їх економічної культури; розробка моделей управління змістом навчання на основі цілісного педагогічного процесу формування ЦК; впровадження комп'ютерно-орієнтованих систем організації економічного навчання; застосування сучасних педагогічних технологій в умовах формування ЦК; запровадження студентських науково-дослідницьких проектів в галузі економічної освіти; активізація практико-орієнтованої економічної підготовки фахівців в умовах виробництва.

Мета дослідження полягає в обґрунтуванні процесу формування цифрової компетентності майбутніх фахівців-менеджерів та проектуванні відповідної в умовах smart-освітньої педагогічної технології на основі управління навчально-творчою діяльністю студентів.

Огляд визначень поняття «цифрова компетентність» [3] дозволяє зробити висновок про те, що дане поняття розглядається як технологічний рівень завдань, які необхідно вміти вирішувати фахівцям в умовах широкого використання електронних ресурсів, цифрового програмного забезпечення, SMART-освітніх та інформаційно-комунікаційних технологій з позиції мотиваційного, когнітивного, діяльнісного та розвивального компонентів.

На основі проведеного функціонального аналізу [1-3] визначено цифрову компетентність майбутнього менеджера як його здатність до успішного здійснення управлінських заходів, що ґрунтуються на системних знаннях, вміннях та навичках з впровадження електронних ресурсів у виробництво, управління технологічними процесами, забезпечення мережевого оперативного планування, організації та контролю за функціонуванням системи цифрової мережі економічних даних, а також сукупності особистісних якостей, які охоплюють здібності з ефективного засвоєння досвіду користування цифровим контентом.

Дослідження авторів із впровадження технологічних основ менеджменту освіти дозволили на цій основі розробити педагогічну технологію управління навчально-творчою діяльністю (НТД) студентів з використанням цифрових контентів. Дана технологія реалізує управлінську концепцію на тривірневій основі: 1 рівень – управління НТД студентів в системі «педагог-здобувач»; 2 рівень – управління НТД студентів в системі «здобувач-здобувач»; 3 рівень (інтелектуальний) – управління НТД студентів в системі «освітній SMART-комплекс-здобувач». При цьому педагогічна модель формування ЦК реалізується в системі управління, співуправління та самоуправління навчально-творчою діяльністю студентів.

На прикладі організації навчального процесу у Державному біотехнологічному університеті нами було впроваджено модель цифрового освітнього контенту в умовах педагогічної технології управління навчально-творчою діяльністю студентів у 2021-2022 навчальному році. Основою такої технології є відповідна електронна оболонка Інтернет-ресурсу для мережевого онлайн-контакту викладачів і студентів в інтерактивному режимі. Важливою складовою організації самостійної та індивідуальної роботи студентів є телекомунікаційне середовище, яке включає: інформаційно-методичний та навчально-дидактичний контент (засоби спілкування і навігації, навчання і контролю знань в режимі on-line). Використання телекомунікацій у навчальному процесі дає можливість для реалізації нетрадиційних педагогічних підходів і форм навчання, які побудовані за індивідуально орієнтованою моделлю. Організація навчання здійснюється як у межах існуючої системи управління навчальним процесом, так і індивідуально, з обов'язковим розташуванням на веб-сервері відповідного навчального матеріалу на базі використання дистанційних навчальних курсів (ДНК).

Висновок. Цифрова компетентність фахівців-менеджерів є обов'язковою умовою їх ефективної професійної діяльності і являє системне утворення з виокремленням мотиваційно-ціннісного, когнітивного, діяльнісного та особистісно-розвивального компонентів. Формування цифрової компетентності майбутніх фахівців економічної сфери заснована на кібернетичному та технологічному підходах і складається із сукупності взаємопов'язаних етапів (ціннісно-орієнтувальний, інформаційно-когнітивний, організаційно-діяльнісний, контрольно-аналітичний). Цифровізація освітнього простору об'єднує всіх учасників педагогічної системи електронними ресурсами та контентами у межах єдиного навчально-виховного процесу, що забезпечує ефективне досягнення освітнього результату.

Література.

1. Буйдіна О. Інновації в освіті: світовий досвід і місцеві практики. *Імідж сучасного педагога*. № 1(190), 2020. С. 16-22.

2. Klochko O., Nagayev V., Kovalenko O., Fedorets V. Forming of professionally creative competence of prospective agrarian managers by facilities of digital technologies. Society. Integration. Education: Proceedings of the International Scientific Conference. [Online]. Volume IV, May 22th23th, 2020. S. 460-474. Web. 11 Jun. 2020.

3. Нараєв В., Грідін О., Чалій І., Півень А. Формування цифрової компетентності фахівців економічного фахового спрямування в умовах використання електронного порталу «Oracle» Імідж сучасного педагога. 2022. № 1(1202). С. 11-17.

ПІДХОДИ ДО МОДЕЛЮВАННЯ ВПЛИВУ КАПІТАЛЬНИХ ІНВЕСТИЦІЙ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИТРАТ ЗЕРНОВОЇ ГАЛУЗІ

**ОЛІЙНИК О.В., Д.Е.Н., ПРОФЕСОР,
МАКОГОН В.В., К.Е.Н., ДОЦЕНТ,**

ДЕРЖАВНИЙ БІОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Зернова галузь визнані лідер вітчизняного аграрного ринку та всієї економіки України. Рівень її розвитку є пріоритетним важелем забезпечення продовольчої та національної безпеки держави. Україна є одним із головних гравців на міжнародному ринку торгівлі зерновими, при чому тенденція до збільшення обсягів виробництва залишається достатньо стійкою протягом тривалого періоду. На жаль

початок військових дій в Україні чинить значні перешкоди подальшому нормальному розвитку зернової галузі, оскільки за прогнозами, виробництво пшениці в Україні на кінець 2029 р. мало б досягти 34 млн тонн і країна б увійшла б до 5 країн – провідних експортерів зернових.

Підтримання цієї динаміки вимагає збільшення інвестицій у новітні технології виробництва, збирання й переробки зерна. У той же час протягом 2000-2022 рр. спостерігається скорочення кількості зернозбиральних комбайнів у сільськогосподарських підприємствах з 65,2 до 26,5 тис. од. Причинами для цього є незбалансованість цінкових тенденцій на готової продукції і засобів виробництва, що обумовлює зниження окупності інвестицій в останні. Зважаючи на це вимогою часу є дослідження методичних підходів до моделювання розміру капітальних інвестицій сільськогосподарських підприємств на оновлення зернозбиральної техніки за критерієм максимізації окупності витрат зернової галузі.

Проблемам оцінки та підвищення економічної ефективності витрат на виробництво зернових культур приділено значну увагу у працях В.Г. Андрійчука, В.І. Бойка, Ю.П. Воскобійника, Л.В. Забуранної, О.В. Захарчука, М.В. Зубець, П.Т. Саблука, І.В. Клочан, І.В. Кузьменко, Ю.О. Лупенко, В.Я. Месель-Веселяка, О.М. Шпичака.

Проблеми розвитку матеріально-технічного забезпечення зернової галузі досліджено у роботах В.В. Адамчука, Я.К. Білоуська, А.М. Головка, М.І. Грицишина, Г.М. Підлісецького, Л.В. Погорілого, О.В. Попка, В.Є. Скоцика. У своїх працях названі автори висвітлювали стан і перспективи забезпечення цієї галузі технічними ресурсами та оновлення її матеріально-технічної бази. Проте потребують подальшого дослідження підходи до визначення оптимальних обсягів інвестицій у оновлення парку зернозбиральних комбайнів з урахуванням рівня концентрації виробництва, динаміки цін на ринках засобів виробництва і агропродукції, агробіологічних чинників виробництва та конструктивних особливостей зернозбиральних комбайнів.

Зважаючи на вагомість обраного напрямку наукового пошуку було досліджено підходи до моделювання впливу на ефективність витрат на виробництво зерна пшениці капітальних інвестицій на оновлення зернозбиральної техніки.

Під час дослідження було встановлено, що незадовільний технічний стан парку зернозбиральних комбайнів більшості сільськогосподарських підприємств України обумовлює непродуктивні

втрати частини потенційного врожаю та веде до зниження ефективності операційних витрат на виробництво і збут продукції зернової галузі. При цьому незважаючи на фоні досить швидкі темпи розвитку зернової галузі темпи приросту інвестицій в оновлення власного парку зернозбиральних комбайнів виробників сільськогосподарської продукції є досить повільними, передумовами для чого є висока вартість цих машин та можливість їх залучення на період проведення збиральних робіт на умовах оренди.

Апробований методичний підхід дозволяє оцінити ефективність витрат на виробництва зерна пшениці та інвестицій оновлення парку зернозбиральних робіт з урахуванням агробіологічних особливостей виробництва і збирання пшениці, кон'юнктури цін на продукцію зернової галузі і зернозбиральні комбайни та фінансових чинників. Проведені розрахунки підтвердили економічну недоцільність інвестування коштів у оновлення парку зернозбиральних комбайнів для дрібних та середніх товаровиробників. У той же час оцінка впливу залучення кредиту за програмою «Доступні кредити «5-7-9%» для фінансування оновлення парку зернозбиральної техніки на прибутковість виробництва засвідчила, що більш прибутковим є обмолот 500 га пшениці двома комбайнами. Отже, застосування апробованого підходу дозволить уникати непродуктивних витрат за рахунок комплексного врахування технологічних і ринкових чинників формування оптимального рівня виробничих витрат.

Враховуючи встановлений вагомий вплив постійних витрат на фінансову результативність виробництва пшениці за умов активізації інвестиційної діяльності аграрного підприємства у подальшому доцільно більше уваги приділити дослідженню питань ризикованості їх здійснення. Зокрема потребують уточнення методичні аспекти оцінки впливу постійних витрат на формування операційного важеля та його ефекту в умовах дії ефекту спадної віддачі притаманного для аграрного виробництва.

Література.

1. Олійник О.В., Макогон В.В. Ефективність виробництва пшениці при різних підходах до формування парку зернозбиральних комбайнів сільськогосподарських підприємств. *Вісник ХНАУ. Серія: Економічні науки.* 2021. № 1. С. 207-221.
2. Особливості збирання урожаю ранніх зернових і зернобобових культур в господарствах Харківської області у 2015 р. / В.В. Кириченко, С.І. Попов, А.Н. Кобизева, С.А. Балюк та ін.; за ред. В.В. Грицасенко, О.С. Федішина. Харків, 2015. 24 с.

3. 2022/2023 Cost of Production Farm Machinery.
URL: <https://www.gov.mb.ca/agriculture/farm-management/production-economics/pubs/calculator-farm-machinery-custom-and-rental-guide.pdf> (дата звернення: 07.02.2022)

4. Черемісіна С.Г., Россоха В.В. Ефективність виробництва зернових культур в Україні: аналіз сучасного стану та перспективи підвищення. *Економіка АПК*. 2021. № 6. С. 54-62.

5. Олійник О.В., Макогон В.В. Моделювання впливу капітальних інвестицій сільськогосподарських підприємств на ефективність витрат зернової галузі. *Агросвіт*. 2022. № 7-8. С. 10-21.

РОЗВИТОК ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ У СУЧАСНИХ УМОВАХ

***ОЛЬШАНСЬКИЙ О.В., Д.Е.Н., ДОЦЕНТ,
ШІЛКІН Д., ЗДОБУВАЧ ВИЩОЇ ОСВІТИ,
ДЕРЖАВНИЙ БІОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ***

Електронний бізнес (англ. Electronic Business), вид діяльності, що проводиться організацією з метою підвищення ефективності реального бізнесу, заснованому на використанні інформаційних технологій. Він охоплює всі види підприємницької діяльності, що можуть здійснюватися в кібер-просторі [1]. Бізнес класифікується як електронний, якщо хоча б дві його складові з чотирьох (виробництво товару або надання послуг, маркетинг, доставка і розрахунки) здійснюються за допомогою Інтернету [2].

Електронну комерцію також можна визначити як діяльність спрямовану на вчинення будь-яких форм угод з використанням електронних систем і мереж з метою отримання в кінцевому рахунку прибутку при цьому замінюючи прямий фізичний контакт на використання віртуальних посередників. До електронної комерції відноситься:

– електронний обмін інформацією (Electronic data interchange скороч. EDI). Це обмін між організаціями діловими, комерційними і фінансовими електронними документами;

– електронний рух капіталу (проведення грошових трансакцій з одного рахунку на інший), який передбачає наявність електронних грошей. Як приклад, система міжнародних міжбанківських розрахунків SWIFT;

– електронна торгівля (продаж товарів і послуг через мережу Інтернет з використанням власного Інтернет-магазину, маркетплейсів, аукціонів або сайтів оголошень);

– електронні гроші (використання електронних грошей для здійснення швидких безготівкових розрахунків в таких платіжних системах, як «Western Union», «LiqPay», «iPay», «PayPal», «Webmoney»);

– електронний маркетинг – комплекс заходів, пов'язаний з розміщенням на просторах Інтернету сайту компанії, реклами, а також управління розміщеним контентом (веб-дизайн, веб-програмування);

– електронний банкінг – технологія дистанційного банківського обслуговування, при якій доступ до рахунків та операцій клієнта здійснюється за допомогою мережі Інтернет. Інтернет-банкінг дає можливість суттєвої економії часу, клієнт має можливість 24 години на добу контролювати власні рахунки і відповідно ситуації на фінансових ринках та миттєво реагувати на ці зміни;

– електронні страхові послуги (страхування електронного бізнесу від комп'ютерних злочинів. Страхування інших ризиків електронної комерції).

Поняття «електронна комерція» ширше, ніж «Інтернет комерція», оскільки в нього входять всі види комерційної діяльності, які здійснюються електронним шляхом. Інтернет комерція обмежена використанням комп'ютерної мережі Інтернет [3]. Поняття Інтернет комерції істотно відрізняється від традиційної в нашому розумінні торгівлі, а саме: за засобами залучення покупців, відсутністю торгового обладнання, черг, неможливості психологічного впливу продавця на покупця, не має значення час і місце здійснення покупок, як правило більш розширений перелік товарів і послуг, наявність широкого спектра інформаційної підтримки. Проте в системах Інтернет комерції присутні всі етапи здійснення традиційної торгової угоди: пошук необхідної продукції або послуг, уточнення деталей угоди, розрахунок, отримання (доставка) замовлення.

Залежно від складу учасників комерційних відносин електронна комерція може бути представлена у наступній класифікації бізнес-моделей [4]:

– B2G (Business-to-Government) – здійснення угод між підприємцями та державними органами, оплата податків, комунальних послуг, здійснення держзакупівель, участь у тендерах. Надання податкової, статистичної, митної та іншої звітності.

– B2B (Business-to-Business) – це торговельні відносини між двома компаніями (закупівля товарів закордоном з можливістю відстежити виконання замовлення за допомогою системи електронного обміну даними, надання послуг HR-компанією в пошуку кадрів, просування Інтернет-сайту).

– B2C (Business-to-Consumer) – (надання товарів і послуг кінцевому споживачеві) роздрібні Інтернет магазини з власним сайтом або з використанням міжнародних електронних вітрин і каталогів, аукціонів, магазинів: «Amazon», «Objava», «Prom», «Avito», «eBay».

– C2B (Consumer-to-Business) – коли клієнт залишає відгук, пише огляди в блогах, бере участь в опитуваннях і рекламних акціях, дає корисні рекомендації по розробці нових послуг або продуктів. У цьому типі відносин організація виплачує винагороду приватній особі за рекламу продукту або послуги у блозі, відео або підкасті.

– G2B (Government-to-Business) – у моделі G2B ініціатива виходить від урядової організації, де некомерційний зв'язок між державним управлінням і підприємствами виражається у відправлення заповнених електронних форм (наприклад, податкові форми, форми соціального страхування), електронних платежів, юридичних та інформаційно-довідкових службах.

Література.

1. Ольшанський О. В. Процесне управління підприємствами торгівлі: теорія, методологія, практика: монографія. Харків: Видавництво Іванченка І.С. 2019. 336 с.

2. Olshanskiy O. The process management of companies in modern organizational and economic concept. *Social Transformations of the National Economy in the Context of European Integration Processes*: collective monograph. Steyr (Austria): Shioda GmbH, 2019. P. 231-239.

3. Olshanskiy O. Kovyakh I. The trade enterprises' business process management effectiveness assessments algorithm. *Management mechanisms and development strategies of economic entities in conditions of institutional transformations of the global environment*: collective monograph / ISMA University. Riga: «Landmark» SIA, 2019. Vol. 2. P. 55-63.

4. Ольшанский А.В. Использование электронной коммерции в современных условиях развития отечественных компаний. *Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса*. 2014. № 1. С. 80-88.

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ УНІВЕРСИТЕТУ В УМОВАХ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ

*ОНЕГІНА В.М., Д.Е.Н., ПРОФЕСОР,
ДЕРЖАВНИЙ БІОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ*

Інновації є ключовою рушійною силою соціально-економічного розвитку. Їх вплив на соціально-економічні системи є і кількісним, і якісним. Інновації прискорюють економічне зростання, змінюють технології та способи виробництва, результати виробництва, якість життя. Автори звіту «Глобальний індекс інновацій 2020» підтвердили твердження, «чим більш розвинена економіка, тим більше вона впроваджує інновації, і навпаки», шляхом кореляційного аналізу щільності зв'язку між рівнем інноваційного розвитку країни, що оцінювався за показником глобального інноваційного індексу (GII) та її економічного розвитку, який оцінювався на основі ВВП душу населення [4]. Причинно-наслідкові зв'язки між інноваціями та конкурентоспроможністю економік також були підтвержені науковцями у багатьох дослідженнях [3, 4]. Показники інноваційної спроможності входять до 12 стовпів рейтингу країн за глобальною конкурентоспроможністю.

Інноваційний процес включає етапи від виникнення інноваційної ідеї та створення інновацій до їх поширення та використання. Як загально визнано, університети відіграють ключову роль в інноваційних системах: як вихователі майбутньої робочої сили, як місце, де проводяться дослідження, як важливий вектор для передачі технологій між університетом і виробництвом [4]. Підтвердженням визнання ролі університетів у діяльності Національних інноваційних систем є включення показників рейтингу університетів, їх досягнень та зусиль щодо співпраці до набору показників Європейського інноваційного табло.

В Україні у 2019/20 навчальному році діяло 282 університети, академії та інститути, де близько 1,3 млн. студенти отримували вищу освіту [2], висококваліфіковані викладачі забезпечували навчально-методичну та наукову діяльність університетів. Але слабкий зв'язок між науковими дослідженнями українських університетів і низьким рівнем комерціалізації їх результатів добре відомий. Наслідки фрагментарності та неефективності інноваційної системи багатьох українських закладів вищої освіти призводять до болісного руйнування інноваційного

потенціалу країни. У 2017-2019 рр. кількість співробітників науково-дослідних і експериментальних розробок (НДДКР) в Україні скоротилася на 16% [2]. Кількість науково-дослідницького персоналу на 1000 зайнятого населення (віком 15-70 років) зменшилася з 9,5 (2010) до 5,8 (2017) (у ЄС'28 цей показник зріс з 17,9 до 21,6), а кількість науковців на 1000 зайнятого населення в Україні знизився з 7,0 до 3,7 (в ЄС збільшився з 11,5 до 14,0) [2].

Теорія інноваційних систем на національному рівні, в розвиток якої зробили вагомий внесок (К. Фріман, Б.-А. Лундвалл, Л. Сосьєт, Л. Федулова [1, 3, 5] та інші науковці ще не була доповнена концептуалізацією інноваційної системи університету, аспектами її організація, функціонування, і трансформації в умовах цифровізації. Університети вважаються важливими інституційними учасниками в національних та регіональних системах інновацій, але їх інноваційні системи не знаходилися в центрі уваги економічних досліджень.

Вихідним етапом теоретико-методологічної основи дослідження інноваційної системи університету має стати уточнення її змісту на основі системного підходу. Зокрема Б.-А. Лундвалл визначив інноваційну систему як «елементи та відносини, які взаємодіють у виробництві, поширенні та використанні нових та економічно корисних знань» [5]. Також він вказав на відмінності між вузьким і широким визначенням інноваційної системи. Вузьке визначення охоплює лише «організації та установи, які займаються пошуком та дослідженням». Широке визначення включає «частини та аспекти економічної та інституційної структур, що впливають на навчання, а також на пошук знань та їх адаптацію».

Враховуючи розроблені підходи, інноваційну систему університету ми розглядаємо як сукупність взаємопов'язаних елементів (інституційних, функціональних) і взаємовідносин між ними, які взаємодіють у процесах організації наукових досліджень та дослідно-конструкторських розробок, створення, маркетингу і використання нових, економічно, соціально та екологічно цінних знань, а також забезпечують залучення університету до національної та глобальної інноваційної системи.

Дослідження інноваційної системи університету з урахуванням викликів діджиталізації має включати вивчення та визначення елементів її структури; необхідні трансформації в умовах цифровізації та її можливості щодо використання глобальних технологічних можливостей, підвищення здатності до поглинання та генерування

нових знань та технологій; якісне та кількісне наповнення зв'язків між компонентами системи, потоками інформації, фінансів, форми її зав'язків із зовнішнім середовищем. Таке дослідження має стати основою визначення шляхів формування відповідної сучасним викликам діджиталізації дієвої та ефективної інноваційної системи сучасного університету, яка забезпечить розвиток інноваційного потенціалу країни.

Література.

1. Федулова Л.І. Інноваційна система аграрної сфери України. *АгроІнком*. 2012. № 1-3. С. 53-62.
2. Статистична інформація / Державна служба статистики України. 2022. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2005/osv_rik/osv_u/vuz_u.html
3. Freeman, C. & Soete, L. (1997). *The Economics of Industrial Innovation*: Third ed. Cambridge: MIT Press.
4. *Global Innovation Index 2020*. Report / Cornell University, INSEAD, and the World Intellectual Property Organization (WIPO). URL: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_gii_2020.pdf
5. Lundvall, B.-A., ed. (1992). *National systems of innovation: towards a theory of innovation and interactive learning*. London: Pinter Publishers.

КОНЦЕПТУАЛЬНІ НАПРЯМИ ОПТИМІЗАЦІЇ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ МЕДИЧНОЇ ДОПОМОГИ У ЗАКЛАДАХ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я

**Орлова Н.М., д.мед.н., професор,
Вінницький національний медичний
університет ім. М.І. Пирогова
Грохотов В.А., аспірант*,
національний медичний
університет ім. О.О. Богомольця**

Сучасні заклади охорони здоров'я (ЗОЗ) є складними соціально-економічними системами, основна мета яких полягає у наданні населенню доступної та якісної медичної допомоги. Забезпечення якості медичної допомоги потребує наявності у ЗОЗ достатніх кадрових, матеріально-технічних, фінансових ресурсів, використання сучасних ефективних, з позицій доказової медицини, медичних

* Науковий керівник – Калюжа О.А., д.мед.н., професор

технологій надання медичної допомоги, а також дієвої системи менеджменту. Позитивний міжнародний досвід [1,2] засвідчує, що одним із перспективних шляхів розвитку ЗОЗ, який забезпечує підвищення якості медичної допомоги за рахунок залучення нових інвестицій та запровадження економічних методів управління, є створення організаційних моделей ЗОЗ, заснованих на механізмах державно-приватного партнерства.

Метою нашого дослідження було обґрунтувати концептуальні напрями оптимізації управління якістю медичної допомоги у ЗОЗ, створених на засадах ДПП.

Розроблені нами концептуальні напрями включають:

1. Загальні напрями

1.1. Створення економічно ефективної моделі ЗОЗ на принципах ДПП, основним напрямком діяльності якої буде постійне підвищення якості медичної допомоги. Формування системи процесно-орієнтованого управління.

1.2. Створення виробничої структури ЗОЗ із широким залученням працівників до управління якістю медичних послуг у ЗОЗ.

1.3. Підтримка якості на всіх напрямках діяльності ЗОЗ.

1.4. Забезпечення інтересів усіх зацікавлених сторін у якісній медичній допомозі – пацієнтів, співробітників, органів управління охороною здоров'я, органів місцевого самоврядування, громадських організацій, страхових компаній, постачальників ресурсів.

1.5. Максимальне удосконалення організаційних механізмів ЗОЗ з метою зростання ефективності на ринку медичних послуг, зниження витрат на ведення бізнесу та підвищення доступності та якості медичних послуг.

2. Цільові напрями

2.1. Напрями щодо пацієнтів.

Колектив ЗОЗ у своїй роботі орієнтується на задоволеність поточних та очікуваних потреб пацієнтів щодо надання якісної медичної допомоги та якісного медичного обслуговування.

2.2. Напрями щодо персоналу.

Кваліфікований персонал є запорукою забезпечення сучасного рівня якості медичної допомоги та досягнення запланованих результатів діяльності ЗОЗ. Тому у ЗОЗ має забезпечуватись безперервний професійний розвиток фахівців, створюватися умови для мотивації їх до праці та усвідомлення ними відповідальності за результати роботи. Заохочується безперервний професійний розвиток персоналу, запровадження ініціатив працівників із забезпечення та

покращення якості, а також участь фахівців в управлінні якістю медичної допомоги.

2.3. Напрями щодо партнерів та держави.

Колектив ЗОЗ буде відносини з партнерами на основі взаємовигідної довготривалої відкритої співпраці, розуміння спільних цілей щодо забезпечення якості медичної допомоги, довіри та побудови ефективних комунікацій. Здійснення задекларованої на державному, галузевому та регіональному рівнях політики у сфері якості медичної допомоги шляхом дотримання положень чинних законів України та нормативно-правових актів.

3. Напрямки реалізації

3.1. Запорукою забезпечення якісної медичної допомоги є створення системи управління якістю на основі європейських підходів, вимог національної, гармонізованої з міжнародними стандартами системи менеджменту якості – ISO 9000. Постійне вдосконалення та розвиток системи управління якістю медичної допомоги.

3.2. Основою постійного підвищення якості медичної допомоги у системі управління якістю має бути дотримання, періодичний перегляд та оновлення медичних технологій на основі сучасної ідеології доказової медицини, наявність ресурсів та їх ефективне використання.

3.3. Для реалізації напрямів керівництву ЗОЗ делегуються повноваження щодо організації діяльності, спрямованої на постійне підвищення якості медичної допомоги, удосконалення лікувально-діагностичного процесу, ефективного використання ресурсів, управління ЗОЗ, запровадження інновацій та створення умов для залучення широкого кола медичних працівників до управління якістю медичної допомоги.

Основними відмінностями запропонованих напрямів оптимізації управління якістю у ЗОЗ від чинної системи забезпечення якості медичної допомоги якості слід вважати:

- формування з урахуванням системного підходу процесу організації ЗОЗ на засадах ДПП як суб'єкта управління;
- забезпечення ефективності інвестицій через інновації, які впроваджуються приватним партнером;
- створення виробничої структури ЗОЗ з широким залученням співробітників до управління якістю процесу надання медичних послуг у ЗОЗ;
- формування організаційно – методологічного забезпечення у вигляді системи показників якості та методики їх оцінки, що сприятиме ефективному процесу управління якістю у ЗОЗ на принципах ДПП.

Література.

1. Шевчук Ю.В. Розвиток державно-приватного партнерства у контексті вдосконалення фінансового забезпечення сфери охорони здоров'я. *Економічний вісник університету*. 2017. № 1. С. 416-428.

2. Torchia M., Calabrò A., Morner M. Public-Private Partnerships in the Health Care Sector: A systematic review of the literature. *Public Management Review*. 2015. № 2. P. 236-261.

ФОРМУВАННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ В СФЕРІ АГРАРНОГО БІЗНЕСУ

***ПАСЕМКО Г.П., Д.Н.ДЕРЖ.УПР., ПРОФЕСОР,
ДЕРЖАВНИЙ БІОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ***

Ринкова форма відносин в сільському господарстві орієнтує власників бізнесу на збільшення його прибутковості. Отримання прибутку як головна мета аграрного бізнесу дало поштовх індустріалізації сільського виробництва, залежного від природно-кліматичних умов. Індустріальні методи ведення сільського виробництва призвели до негативного впливу на довкілля, а заміна живої праці уречевленою викликала зростання соціальної напруги, пов'язаної з безробіттям в сільській місцевості. Все це стимулювало розробки концепцій гармонійного економічного розвитку, які б спиралися на збалансування трьох основних складових суспільно-господарського життя: економічної, екологічної та соціальної, які об'єднує ідея «...інтеграції соціальних та екологічних аспектів у щоденну комерційну діяльність підприємства...» [1].

Відповідні концептуальні установки передбачають формування адекватної організаційної культури аграрних підприємств. Управлінське забезпечення процесу формування та розвитку організаційної культури має спиратися на три взаємопов'язані аспекти системного підходу: функціональний, елементний (ресурсний) і організаційний [2].

Програма формування та розвитку організаційної культури, як і будь-яке нововведення, повинна розроблятися керівництвом підприємства. Процес формування і розвитку організаційної культури має специфіку в порівнянні з нововведеннями в області виробництва, збуту та ін. По-перше, якщо підприємство не знов створене, то певна організаційна культура вже існує: є усталені традиції, звичаї, цінності,

цілі, ставлення до зовнішньому і внутрішньому середовищі і т. д. Тому зміна культури, крім усього іншого, потребує кваліфікованої роботи спеціалістів. По-друге, організаційну культуру не можна сформуванати «зверху», в наказовому порядку, так як вона формується у свідомості працівників, у процесі їхньої спільної діяльності на підприємстві. Процес формування організаційної культури підприємства за основу приймає фактор створення відповідного до культури підприємства трудового колективу, що є основою реалізації принципу ефективної культури підприємства.

Питання трудових ресурсів для аграрного бізнесу за сучасних умов стоїть дуже гостро. Висока плінність кадрів стає негативним фактором впливу на розвиток організаційної культури в аграрних підприємствах, в значній мірі вона є наслідком спеціалізації багатьох підприємств на вирощуванні продукції рослинництва та сезонності виробництва. При цьому втрачаються як кваліфікація кадрів, так і найбільш продуктивна частина працівників, які переходять в інші галузі економіки.

Зміни, які відбуваються в організаційній культурі аграрних підприємств внаслідок змін кількості працівників та їх постійному скороченні набувають тенденції нестійкості, що негативно впливає на її розвиток та ефективність діяльності підприємства в цілому. Такий перманентний стрес не створює можливості до налагодження стабільних зв'язків в трудових колективах, знижує рівень довіри як до самого підприємства, так і у відносинах між працівниками, що знижує якість організаційних зв'язків.

Сформована організаційна культура повинна орієнтувати персонал на постійне навчання, ротацію, внесення раціоналізаторських пропозицій, підвищення кваліфікації, що обумовлюється високою швидкістю науково-технічного прогресу, змін ринкових умов і т. ін., що вимагає від системи управління персоналом організації відповідних заходів. Повне і систематизоване здійснення організаційного та управлінського забезпечення процесу формування та розвитку організаційної культури дозволить домогтися максимальної його ефективності [3].

Ефективність вкладень в організаційну культуру може бути визначена зростанням прибутковості підприємства, так як досягнення її мети – підвищення трудового потенціалу – веде до зростання прибутку.

Ефективна організаційна культура сприяє зростанню прибутку організації, її капіталізації, ринкової вартості. Організаційна культура являє собою потенціал організації, який проявляється в конкретних

економічних і фінансових показниках в майбутньому, тому інвестиції в організаційну культуру – це інвестиції в потенціал організації [4].

Формування та розвиток організаційної культури в аграрних підприємствах є свідченням становлення соціальної держави, а тому цей процес має підтримуватися як з боку держави, так і з боку громадськості. Для поширення ідеї організаційної культури необхідно довести власникам підприємств позитивний вплив організаційної культури на імідж підприємства та його економіку; проводити інформаційну діяльність щодо розуміння сутності організаційної культури та її впливу на конкурентоспроможність підприємств; забезпечити державну підтримку підприємств, які дотримуються концепції соціальної відповідальності бізнесу [5].

Література.

1. Соціальна відповідальність бізнесу: розуміння та впровадження. 2016. URL: http://www.un.org.ua/files/Concept_Paper.pdf (дата звернення: 07.06.2022).
2. Пасемко Г.П., Бессєдіна Г.Є., Волошин Ю.Ю. Дефініції понять «організаційна» та «корпоративна» культура підприємства. *Вісник ХНАУ ім. В. В. Докучасва: Серія «Економічні науки»*. 2019. № 2. С. 41-52.
3. Корпоративная культура. URL: <http://ru.wikipedia.org> (дата звернення: 07.06.2022).
4. Jagues Elliot. *Requisite organization: Total System for Effetctive Managerial Organization and Managerial Leader ship for the 21 st Century* / Elliot Jagues. Baltimore, MD: Cason Hall & Co. Publishers
5. Лозинська Т.М. Проблеми формування організаційної культури в сфері аграрного бізнесу. *Вісник ХНАУ ім. В. В. Докучасва: Серія: «Економічні науки»*. 2018. № 1. С. 37-49.

ВЗАЄМОДІЯ З КЛІЄНТАМИ ТА ПЕРСОНАЛОМ КОМПАНІЇ ПІД ЧАС ВІЙНИ: ВИКЛИКИ В УКРАЇНІ ТА ІННОВАЦІЙНІ ШЛЯХИ ЇХ ПОДОЛАННЯ

***П'ЯТНИЦЬКА Г.Т., Д.Е.Н., ПРОФЕСОР,
ГРИГОРЕНКО О.М., К.Т.Н., ДОЦЕНТ,
ДЕРЖАВНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ***

Впродовж першого місяця повномасштабної війни, що була розпочата РФ в Україні, економіка останньої скоротилася на 35 %. Водночас внаслідок бойових дій припинили роботу українські підприємства, що давали 50 % ВВП [1]. Ще у березні 2022 р., за даними

досліджень Європейської Бізнес Асоціації [2], майже кожен четвертий представник малого та середнього бізнесу вичерпав свої фінансові резерви. Це, а також усвідомлення керівниками підприємств і компаній того, що для забезпечення якісної взаємодії з клієнтами та персоналом під час війни, необхідно шукати інноваційні та дієві шляхи вирішення проблем, які постійно з'являються в умовах теперішньої невизначеності.

На початку війни в Україні більшість компаній через повну чи часткову втрату своїх активів стикнулися з ризиками втрати, з одного боку, довіри клієнтів, а з іншого – частини команди, оскільки працівники, рятуючи свої родини, у цей час оперативніше та часом навіть без попередження приймали рішення про виїзд у порівняно безпечні регіони України або за кордон. Останнє безумовно негативно позначилося на забезпеченні ритмічності та безперервності операційної діяльності більшості підприємств та компаній (особливо у ситуаціях, коли втрати були значними та безповоротними, наприклад, як у випадку, коли ключові працівники приймали рішення змінити місце роботи, а швидко знайти їм заміну було вкрай важко).

Однак, керівники і менеджери цілої низки компаній та підприємств в Україні швидко переорієнтували свою діяльність з урахуванням нових викликів та почали шукати інноваційні шляхи мінімізації втрат від ризиків, що з'явилися під час війни. Так, наприклад, для згуртування та відновлення якісної командної роботи були широко, як ніколи до цього, задіяні спеціальні програмні продукти для організації колективної роботи, а саме: Evernote; KanbanFlow; Miro; Worksection; Zoom та Skype. Керівники почали перейматися питанням забезпечення зручного місця для роботи своїх працівників, одночасно дбаючи про їх емоційний стан, що залежить, передусім, від того, чи знаходяться рідні та близькі працівника у безпечному місці.

У випадку необхідності налагодження віддаленої роботи працівників, як показало наше дослідження, багато підприємств вдавалися до таких програм організації роботи, як:

- Creatio. У цій системі можуть працювати відділи продажів, маркетингу тощо, через неї також можна комунікувати з клієнтами та партнерами;

- Trello. Цю систему під час війни активно почали застосовувати ІТ-компанії, що працюють над різними проектами;

- People Force – застосунок для автоматизації HR-процесів;

- Telegram – месенджер для спілкування з колегами, повідомлень від керівництва й інших комунікацій;

– Google Docs / Sheets – допоміжний або основний інструмент, коли немає змоги користуватися платними програмами. Наприклад, у таблиці зі спільним доступом можна фіксувати завдання, їх виконання тощо.

Важливу роль сьогодні відіграють й інноваційні зміни, спрямовані на психологічну підтримку персоналу і клієнтів. У випадку неможливості самотужки надавати необхідну психологічну допомогу багато компаній почало вдаватися до послуг відповідних волонтерських організацій, а саме: «Україна. Ми разом»; «Психологічна допомога українцям під час війни»; проєкт від Open Doors тощо.

Крім того, війна показала необхідність інноваційних змін, пов'язаних з управлінням ризиками та фінансовою безпекою підприємств в умовах невизначеності. Зауважимо, що на цьому наголошувалося і у довоєнний час [3].

Література.

1. Найдюк Н. (2022). Як взаємодіяти з клієнтами та командою під час війни. URL: <https://buduysvoe.com/publications/yak-vzayemodiyaty-z-kliyentamy-ta-komandoyu-pid-chas-viyny> (дата звернення 05.04.2022).

2. Еро О. (2022). Як себе почуває малий бізнес? ЛІГА.net. URL: <https://blog.liga.net/user/olenaero/article/44832> (дата звернення: 10.04.2022).

3. П'ятницька Г.Т., Федулова І.В. (2020). Фінансова безпека країни та підприємства: визначення, взаємозв'язок і ризики забезпечення. *Ефективна економіка*. № 7. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8059> (дата звернення: 05.04.2022).

DIRECTIONS OF IMPROVING THE EFFICIENCY OF LABOR RESOURCES

***KHARCHEVNIKOVA L.S.,
PHD, ASSOCIATE PROFESSOR OF ECONOMIC SCIENCES
STATE BIOTECHNOLOGICAL UNIVERSITY***

One of the types of economic resources is labor resources, the composition and efficiency of which largely depend on the results of the enterprise.

Labor resources are the main productive force of society, which includes the able-bodied part of the population, which has the physical and intellectual capacity to produce material goods and services [2].

Labor resources as an economic category express the relationship between society, the workforce and the individual on the production, distribution, redistribution and use of existing capacity that meet their interests, social needs and level of scientific and technological progress [5].

A wide range of definitions of the category «labor resources» indicates the complexity and diversity of problems of human relations and production, which arise when creating material goods as a subject of labor and require ambiguous approaches and ambiguous decisions, as the economic category «labor resources» in this system one of the leading places [1].

Low efficiency of labor resources is one of the main unresolved problems of their management. Labor productivity indicators measure labor efficiency. Indicators of the level and rate of growth of labor productivity, the level and rate of growth of the average monthly wage of employees, the ratio of the rate of growth of labor productivity and wages are also important for assessing the efficiency of labor resources.

Currently, the problem of improving the quality of labor resources for the sustainable development of the national economy is very important. It is the improvement of human abilities to work that can ensure the growth of production volumes and the competitiveness of manufactured products.

Thus, the state and efficiency of labor resources determine the opportunities for socio-economic growth.

The main directions of improving the efficiency of labor resources are:

1) by the state:

- improvement of labor legislation;
- support for young professionals at the state level;
- smoothing structural disparities in the labor market.

2) from the enterprise:

- strengthening of material incentives;
- reduction of staff turnover;
- creating a favorable climate in the team;
- retraining and advanced training of employees;
- conducting an effective personnel policy.

At the same time, the reduction of staff turnover is the most important reserve for improving the efficiency of labor resources by enterprises. This is due to the improvement of the microclimate, the optimization of conditions for payment, work and leisure, the provision of housing and the improvement of services.

However, the implementation of these areas will be effective only with the intervention and support of the state, which, above all, should be expressed in improving the legal framework, as well as the support of young professionals at the state level.

Currently, the main factors hindering the effective development and functioning of labor resources are the mismatch of supply and demand for skilled labor and certain specialties, insufficient state regulation of employment and the need to improve labor legislation taking into account not only employers but also workers. At the state level, the interaction of leading entrepreneurs and heads of state enterprises with higher education institutions should be ensured in order to identify the need specialists and train them in special educational programs. The implementation of these measures will help increase the efficiency of development and use of labor resources.

Thus, the prospects for the development of the country's economy are associated with improving the efficiency of the available resource potential while increasing the quality of labor resources. The state and efficient use of the country's labor resources will, in the end, determine the availability and efficiency of the use of material factors of social production in the process of achieving sustainable economic development.

Literature.

1. Zaika S., Gridin O. Human capital development in the agricultural economy sector. *Technology audit and production reserves*. 2020. № 1/4(51). pp. 30-36. DOI <https://doi.org/10.15587/2312-8372.2020.194444>
URL: <http://journals.uran.ua/tarp/article/view/194444>

2. Zaika S., Kuskova S., Zaika O. Human capital as the factor in the formation of the knowledge economy. *Integration of business structures: competition and cooperation*. V International scientific-practical conference (February 19-20, 2021. Tbilisi, Georgia). Riga, Latvia: «Baltija Publishing», 2021. P. 66-69. DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-036-0-15>

3. Zaika Svitlana, Gridin Oleksandr, Kuskova Svitlana. The concepts and the essence of intellectual capital. *Науково-практичний журнал «Прийорноморські економічні студії»*. 2020. Вип. 52-1. С. 134-137. DOI <https://doi.org/10.32843/bses.52-21>
URL: http://bses.in.ua/journals/2020/52_1_2020/23.pdf

4. Харчевнікова Л.С. Методичні засади оцінювання ефективності управління персоналом аграрних та переробних підприємств. Матеріали ІХ Міжнародної науково-практичної конференції «Ришкова трансформація економіки: стан, проблеми, перспективи», (6 квітня 2018 р.). Харків: ХНТУСГ, 2018. С. 174-176.

5. Харчевнікова Л.С. Теоретико-методичні засади забезпечення ефективності управління персоналом підприємств. *Український журнал прикладної економіки та техніки*. 2020. Том 5. № 4. С. 354-360. DOI: <https://doi.org/10.36887/2415-8453-2020-4-42>
URL: http://ujae.org.ua/wp-content/uploads/2022/01/ujae_2020_r04_a42.pdf

MECHANISMS OF SOCIAL RESPONSIBILITY IMPLEMENTATION

LEONENKO P., STUDENT,
STATE BIOTECHNOLOGICAL UNIVERSITY*

The most important thing in building a system of responsibility is to ensure the interaction and integration of different types, taking into account their characteristics and features. Integration interactions should be built according to the following principles:

- inconsistencies of types of responsibility – does not allow to avoid responsibility or transfer it to another person;
- complementarity – one type of responsibility complements another, and in many cases contributes to its strengthening, effectiveness;
- addressability – for any type of responsibility there is an exact address to whom it refers, who bears it;
- specificity – reflects the relevance of the purpose of enterprise development and the specificity of understanding of the wording of the content;
- exclusion of the phenomenon of «switchman» – the decision is made by one person, and responsible for this decision – another;
- completeness of responsibility for the functions, powers and competencies of the official or activity of the enterprise under the terms of the contract, or relations with society as a whole;
- controllability and efficiency of the system of responsibility, its practical implementation and efficiency [2, 3].

These principles, if they are implemented in their entirety, allow achieving the integration of all types of responsibilities in the organization and in the processes of external interactions.

Thus, the system of responsibility is a set of interrelated actions to implement responsibility in the company and its external environment.

Building a system of responsibility includes distribution of responsibility by its objects, differentiation by types and characteristics, definition of target settings for the implementation of responsibility, setting levels or measures of responsibility, organizational and documentation of responsibility.

The system of responsibility is the most important component of the management system, which increases the efficiency of its operation.

* *Supervisor – Zaika S.O., PhD, Associate Professor of Economic Sciences*

Responsibility is exercised not only by authority, but also by such organizational dominance as duty. Duty as a basis for determining responsibility characterizes not only the exercise of authority, but also the job functions of the employee [4]. And there must be a balance of responsibilities and accountability. Every human activity has a certain result, which can be assessed from the standpoint of responsibility for its receipt. All this reflects the great importance of responsibility in the functioning of the management system.

The mechanism of responsibility – a set of means of ensuring responsibility in the activities of man and team. This is essentially the same management mechanism, but it presupposes and includes such influence, which contains the factor of responsibility and determines its reality. You can manage with ease of responsibility, but you can build management with increased responsibility.

The accountability mechanism includes:

- regulations, which are accompanied by an indication of responsibility in their implementation;
- standards that contain a range of tolerances on the criteria of certain types of liability;
- disciplinary requirements;
- contractual or contractual obligations that formulate the conditions of liability [1, 5].

Informal responsibility plays an important role in the mechanism of responsibility – a sense of duty, morale, patriotism, fears, expectations, intuition. These are also factors of the mechanism of responsibility, which are provided in the construction of the system of responsibility, but which actually work in the practice of management. In many cases, these means of realizing responsibility are the most successful and significant. Their manifestation depends on the education of the manager, his value system, public consciousness, professional assessment of situations, target settings.

Literature.

1. Zaika S., Kuskova S., Gridin O. Communications as an effective management instrument. *Вісник ХНТУСГ: економічні науки*. 2019. Вип. 206. С. 201-213.

2. Древаль Ю.Д., Кузнецов А.О., Заїк С.О. Соціокультурний аспект політичної модернізації. *Актуальні проблеми державного управління: зб. наук. праць*. Х.: Вид-во ХарПІ НАДУ «Магістр», 2020. № 1(57). С. 165-173.

3. Заїка С.О., Грідін О.В. Особливості діагностики ефективності менеджменту. *Вісник ХНТУСГ: Економічні науки*. 2016. Вип. 174. С. 199-206.

4. Мостепанюк А. В. Сутність, принципи та методи реалізації корпоративної соціальної відповідальності в сучасній ринковій економіці. *Бізнес Інформ*. 2019. № 11. С. 13-22.

5. Охріменко О.О., Іванова Т.В. Соціальна відповідальність: навч. посіб. НТУУ «КПІ». 2015. 180 с.

OPTIMIZATION OF BUSINESS PROCESSES AS A POTENTIAL FOR INCREASING COMPETITIVENESS OF ENTERPRISES

***ZAIKA O.V., POSTGRADUATE STUDENT*,
STATE BIOTECHNOLOGICAL UNIVERSITY***

Today, companies use various management technologies, which are based on business process management. After all, according to the process approach, all the work of the enterprise must be organized based on interacting business processes. The company will develop efficiently and dynamically when it has a well-established system of business processes that will ensure sustainable production of quality, competitive products.

Business process optimization is one of the conditions for sustainable development of the enterprise, in which several actions are performed to analyze and improve existing business processes by goals and objectives, in particular, efficient use of production capacity and increase profitability while reducing production costs.

The first step is to identify business processes, define their clear boundaries and appoint owners.

There are three main approaches to defining the boundaries of business processes. A process is a sequence of actions grouped:

- I. By type of activity.
- II. As a result of the activity (goods).
- III. Value added for the client [1, 5].

The first approach is often used when working on various automation projects. At the same time, they compare existing and future operations at the enterprise, often even without building top-level models, and if they are built, they rather resemble a functional hierarchy.

The second approach is based on the separation of processes by performance. The most well-known model that uses this approach is the

* *Supervisor – Mandych O.V., Doctor of Economics, Professor*

Scheer model [5]. He identifies two key categories of the main processes around which information and coordination processes are grouped - logistics (logistics) orders and new product development.

The third approach is based on the value chain described by M. Porter [2]. The chain highlights the main business processes of the operating cycle of production, which are performed consistently and support business processes that ensure the functioning of the business system and accompany the creation of goods during its life cycle.

M. Porter noted that consumers do not buy a product as such, but its value for themselves, and so that the company can accurately determine its competitive advantages, it is necessary to consider the whole sequence of the process of creating this value [2]. That is, the value chain is an infrastructure that demonstrates the importance of business processes.

The primary is the business processes that are necessary to create the results of the enterprise – values for the client. Secondary business processes are ancillary to the provision of the necessary infrastructure and management tools during the execution of primary business processes.

M. Porter believed that the boundaries of business processes are where each internal subprocess adds something to the value of the product, and therefore there is no standard list of business processes, as each company must agree on its list of key business processes, as a value to the customer, each enterprise is unique [2].

Of course, the three approaches to business process optimization are not exhaustive, but they reflect the main approaches to optimization.

The selection of business processes, their analysis, and further improvement is a significant potential for increasing the competitiveness of enterprises and increasing their efficiency.

Process-oriented management is a complex but promising approach. Some managers call it an ideal management tool, because it reduces production costs, improves product quality, and, accordingly, the profitability of the enterprise.

The three approaches described demonstrating key approaches to optimization. The choice of approach depends entirely on the goals set when formulating the task of describing and optimizing business processes. To solve various problems, it is recommended to take a certain approach.

Thus, the functional approach is used to solve the following tasks:

– transparency, controllability, and manageability of the business, bringing order, implementing the strategy, maintaining growth;

- building an effective organizational structure - restructuring;
- the right choice of staff;
- motivation;
- reduction of dependence on staff;
- freeing up time for managers;
- automation;
- increase the efficiency of staff.

The product approach makes it possible to solve the following tasks:

- finance (cost of accounting, management accounting, budgeting);
- automation.

In turn, the value approach solves the following problems:

- business process reengineering;
- Balanced Scorecard (BSC);
- design of new business directions and business processes [1-5].

Each of the three approaches provides an increase in market value, investment attractiveness, and image of the enterprise, access to new markets, and optimization of business processes.

Thus, the optimization of business processes is a key condition for the sustainable development of enterprises, which can increase their efficiency by increasing productivity, reducing operating costs, and improving product quality.

To improve the quality of business processes in enterprises, it is necessary to use optimization methods that will strike a balance between customer satisfaction and competing market forces on the one hand and performance indicators of business processes on the other.

Literature.

1. Ареф'єва О.В. Бізнес-процеси підприємств сфери послуг: фактори, формування, конкурентоспроможність: [монографія] / О.В. Ареф'єва, Т.В. Луцька; Європейський ун-т. К.: Вид. Європейського ун-ту, 2009. 96 с.

2. Портер М. Конкуренція / М. Портер; пер. с англ.; под ред. Я.В. Заблоцкого. М.: Вільямс, 2005. 608 с.

3. Управління якістю бізнес-процесів на підприємстві: [монографія] / [Л.Г. Шемаєва, К.С. Безгін та ін.]. Харків : Вид-во ХНЕУ, 2011. 240 с.

4. Чорнобай Л.І., Дума О.І. Бізнес-процеси підприємства: класифікація та структурно-ієрархічна модель. *Економічний аналіз: зб. наук. праць*. Тернопіль: Видавничо-поліграфічний центр ТНЕУ «Економічна думка», 2015. Том 22. № 2. С. 171-182.

5. Шеер А.В. Моделирование бизнес-процессов: Пер. с англ. М.: Весть-Мета Технологии, 2000. 205 с.

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА УКРАЇНИ

АНДРЕЙЧЕНКО І.Ю., СТУДЕНТКА,
ДЕРЖАВНИЙ БІОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ*

Проблема конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції має для України як внутрішній, так і зовнішній аспекти. Вже зараз нарощування обсягів виробництва сільськогосподарської продукції, сировини і продовольства, що намітилося, стикається з випереджальним зростанням поставок більш конкурентоспроможної імпоротної продукції. Близько 40% продовольства, що споживається в Україні, ввозиться з-за кордону. Захід використовує відкриту форму декларування своїх інтересів у боротьбі за чужі ресурси та за всяке обмеження явних та потенційних конкурентів. Створюються різні пільги для своїх товаровиробників, заохочується емансипація. Країни з високим агроекономічним потенціалом застосовують спеціальні механізми заохочення експорту сільськогосподарської продукції та продовольства, «розвантажуючи» цим внутрішній ринок і створюючи додаткові переваги власним виробникам на ринку країн-експортерів [1].

Для України підвищення конкурентоспроможності продукції агропромислового виробництва має важливе значення, оскільки сьогодні стоїть завдання забезпечення населення якісним продовольством власного виробництва та імпортозаміщення товарів, що ввозяться за рахунок виробництва конкурентоспроможної продукції, що споживається на внутрішньому ринку.

Серед важливих характерних особливостей конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції, сировини та продовольства можна виділити наявність оптимального співвідношення якісних та вартісних показників, досягнення найкращих результатів порівняно з конкурентами та взаємозв'язок із платоспроможним попитом [2].

На ринку конкурентоспроможним є товар, що має комплекс привабливих споживчих, якісних та вартісних властивостей, який в умовах широкої пропозиції забезпечує задоволення потреб покупців та комерційний успіх товаровиробникам. Існує пряма залежність впливу рівня конкурентоспроможності продукції на ефективність виробництва, оскільки конкурентоспроможна продукція більш повною мірою задовольняє потреби в ній і завжди знаходить ринок збуту,

* Науковий керівник – Ткаченко С.Є., к.е.н., доцент

гарантує фінансову стабільність підприємствам, а також отримання ними прибутку [3].

Вплив із боку держави щодо створення конкурентних переваг товару проявляється як безпосередньо, так і побічно. Безпосередній вплив має митно-тарифна система, кредитно-фінансовий механізм, система стандартизації та сертифікації тощо. Непрямий вплив виявляється через інноваційну та підприємницьку активність регіону, високий рівень управління та організації виробництва на підприємстві, ефективне використання сировинних ресурсів та ін. Позитивний вплив факторів конкурентоспроможності продукції, що формуються на державному рівні управління, одночасно стимулює зростання конкурентних позицій галузей та організацій [4].

Отже, всі чинники між собою взаємопов'язані й зрештою акумулюються в інтегральному показнику конкурентоспроможності.

Найбільшу значущість мають фактори, що включаються до організаційно-економічного механізму підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції, який є системою взаємопов'язаних цілеспрямованих економічних форм і методів організації виробництва та управління ним на регіональному рівні та на рівні підприємства. До чинників економічного механізму належать: ціноутворення, оподаткування, фінансування (субсидії, авансування закупівель, компенсація витрат за придбання засобів виробництва), кредитування, страхування, підтримка реальних доходів населення, експорт продукції. Організаційні чинники характеризуються рівнем підприємницької діяльності, формою господарювання, організації праці, розвитком кооперації та інтеграції виробництва [5].

Слід розрізнити конкурентоспроможність продукції на внутрішньому ринку, враховуючи при цьому транспортні та інші витрати, своєчасність доставки продукції споживачеві, а також потребу у забезпеченні продовольчої безпеки країни та на зовнішньому ринку, створюючи умови для розширення експорту та освоєння нових районів.

Оцінюючи потенційні здібності агропромислового виробництва України, можна припустити, що при розумному та поміркованому використанні чинників виробництва внутрішньої конкурентоспроможності можна досягти за всіма видами виробленої продукції. При цьому необхідно враховувати розміщення сільськогосподарського виробництва та рівень використання сучасних засобів виробництва, новітніх технологій, підготовки кадрів.

Література.

1. Кулешова Г.М. Конкуренція і конкурентоспроможність в агропромисловому виробництві. *Економіка АПК*. 2018. № 3. С. 126-132.
2. Балабанова Л.В., Холод В.В. Стратегічне управління конкурентоспроможністю підприємств. К.: Професіонал, 2006. 448 с.
3. Должанський І.З., Загорна Т.О. Конкурентоспроможність підприємства. К.: Центр навчальної літератури, 2006. 384 с.
4. Савчук В.І., Корж Д.А. Системи управління конкурентоспроможністю. К.: Знання, 2002. 310 с.
5. Месель-Веселяк В.Я. Напрями забезпечення конкурентоспроможності аграрного виробництва. *Економіка АПК*. 2019. № 10. С. 7-14.

ІНВЕСТИЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ У СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ

***БАТИГІН В., СТУДЕНТ*,
ДЕРЖАВНИЙ БІОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ***

Інвестиційна діяльність є основою економічного зростання будь-якого підприємства та однією з найважливіших сфер його діяльності. Інвестиції сприяють збільшенню обсягів виробництва, зростанню національного доходу, з їх допомогою розвиваються і йдуть вперед в економічному суперництві суб'єкти господарювання, найбільшою мірою задовольняють попит на ті або інші товари та послуги.

Інвестиційна діяльність є одним із найважливіших аспектів функціонування будь-якої комерційної організації. Причинами, що зумовлюють необхідність інвестицій, є оновлення наявної матеріально-технічної бази, нарощування обсягів виробництва, освоєння нових видів діяльності тощо.

Інвестування - це процес вкладення капіталу у грошовій, матеріальній та нематеріальній формах у об'єкти підприємницької діяльності або фінансові інструменти з метою отримання поточного доходу (прибутку) або соціального ефекту та забезпечення зростання капіталу [1]. Інвестиції є головною формою, яка забезпечує реалізацію стратегію розвитку підприємства.

Характерними рисами ринкової економіки є динамічність економічного середовища, постійна зміна зовнішніх факторів, що

* Науковий керівник – Ткаченко С.Є., к.е.н., доцент

визначають політику підприємства, зміна конкурентних цін на продукцію, коливання курсів валют, інфляційне знецінення коштів господарюючого суб'єкта, поява конкурентів.

Для підтримки конкурентоспроможності підприємства та його частки ринку збуту, підприємству завжди необхідно проводити реконструкцію виробничих потужностей, оновлення наявної матеріально-технічної бази, забезпечення новітніми технологіями виробництва, нарощування обсягів виробничої діяльності, засвоєння нових видів діяльності [2, с. 12-13].

Інвестиційна діяльність тією чи іншою мірою властива будь-якому підприємству. При великому виборі видів здійснення інвестиційної діяльності підприємство стикається із завданням прийняття інвестиційного рішення. Воно неможливе без урахування наступних факторів: вид інвестиції, вартість інвестиційного проєкту, множинність доступних проєктів, обмеженість фінансових ресурсів, доступних для інвестування, ризик, пов'язаний із прийняттям того чи іншого рішення та ін. [3, с. 27-29].

Основною метою інвестиційної політики є створення оптимальних умов активізації інвестиційного потенціалу.

Основними напрямками інвестиційної політики виступають заходи щодо організації сприятливого режиму для діяльності вітчизняних та іноземних інвесторів, збільшення прибутковості та мінімізації ризиків на користь стабільного економічного та соціального розвитку, підвищення життєвого рівня населення [3].

Будь-які інвестиції пов'язані з інвестиційною діяльністю підприємства, що є процесом обґрунтування та реалізації найбільш ефективних форм вкладень капіталу, спрямованих на розширення економічного потенціалу підприємства [4, с. 82-83].

Для інвестиційної діяльності підприємства розробляють інвестиційну політику. Ця політика є частиною стратегії розвитку підприємства та загальної політики управління прибутком. Вона полягає у виборі та реалізації найбільш ефективних форм вкладення капіталу з метою розширення обсягу операційної діяльності та формування інвестиційного прибутку підприємства.

Інвестиції забезпечують динамічний розвиток підприємства та дозволяють вирішувати наступні завдання [5, с. 39-41]:

- розширення власної підприємницької діяльності за рахунок накопичення фінансових та матеріальних ресурсів;
- придбання нових підприємств;
- диверсифікація (засвоєння нових сфер бізнесу, стратегічна орієнтація створення багатопрофільного виробництва).

У своїй інвестиційній політиці підприємство може обирати різні види: консервативна інвестиційна політика, компромісна (помірна) інвестиційна політика, агресивна інвестиційна політика [5, с. 54-57].

Практичне здійснення інвестицій забезпечується інвестиційною діяльністю підприємства, що є одним із видів його господарської діяльності та найважливішою формою реалізації його економічних інтересів.

Інвестиційна діяльність є необхідною умовою кругообігу коштів суб'єкта господарювання. У свою чергу, виробнича діяльність створює передумови для здійснення нових інвестицій. Тому будь-який вид підприємницької діяльності включає процеси інвестиційної та основної діяльності підприємства, які становлять єдиний економічний процес.

Література.

1. «Про інвестиційну діяльність»: Закон України від 18.09.1991 р. (в ред. від 18.12.2017 р.). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1560-12>
2. Дука А.П. Теорія та практика інвестиційної діяльності. Інвестування: навч. посіб. К.: Каравела, 2007. 424 с.
3. Гончаров А.Б. Інвестування: навчальний посібник. Х.: «ІНЖЕК», 2004. 240 с.
4. Кондрашихін А.Б., Бакаєв Л.О. Інвестування. навчальний посібник. К.: ДЕТУТ, 2009. 351 с.
5. Федоренко В.Г. Інвестознавство: підручник. 3-тє вид., допов. К.: МАУП, 2004. 480 с.

ПРИНЦИПИ ПОБУДОВИ СИСТЕМИ ПУБЛІЧНИХ ЗАКУПІВЕЛЬ В УМОВАХ ПІСЛЯВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ

***ВІЄЦЬКА О.В., К.Е.Н., СТ. НАУК. СПІВРОБІТНИК,
ВІЄЦЬКИЙ О.А.,
ІНСТИТУТ ЕКОНОМІКИ ПРОМИСЛОВОСТІ НАН УКРАЇНИ***

Однією з важливих проблем, яка на сьогодні постає перед Україною, є розробка стратегії післявоєнного відновлення її економіки. За оцінками Centre for Economic Policy Research [3] за перші місяці війни економіка України втратила 30-50 % виробничих потужностей. На 30-50 % знизилася і економічна активність підприємництва.

В цілому ж за різними оцінками за 2022 р. українська економіка скоротиться на 25-50 % (за розрахунками Європейського банку

реконструкції та розвитку за 2022 р. українська економіка скоротиться на 1/5 [1], за оцінками експертів МВФ – на 35 % [2], а за даними аналітиків компанії S&P Global Market Intelligence – на 45,7% [2]).

Оцінюючи потенційні збитки, нанесені економіці України внаслідок війни, а також враховуючи аналіз історичного досвіду допомоги у реконструкції післявоєнних економік, обсяг допомоги на відновлення економіки України може становити від 200 до 500 млрд євро [3]. При цьому прогнозується, що на довоєнні показники Україна може вийти вже за 5 років [2].

Міністерство економіки, вітчизняні економісти, офіс «Великої четвірки» та інші провідні консалтингові компанії вже розробили та запропонували ключові принципи, які мають бути покладені в основу плану післявоєнного відновлення та розвитку України, серед яких розвиток військово-промислового комплексу, зокрема, виробництва за рахунок трансферу військових технологій; кліматична модернізація; локалізація українського виробництва на рівні *min* 60 % та інші [6].

Міжнародні експерти вважають, що таке відновлення економіки України «пропонує унікальну можливість радикально підвищити якість виробничого комплексу України та наблизити його до технологічної межі, закласти фундамент довгострокового зростання, та ще більше інтегрувати Україну до світової економіки» [3]. Це можливе за умови, що майбутні процеси відновлення будуть фокусуватися на підвищенні продуктивного потенціалу економіки, стимулюванні високого рівня інвестицій, підвищенні якості людського капіталу [3].

Враховуючи той факт, що публічні закупівлі можуть суттєво впливати на формування внутрішніх ринків товарів та послуг, обсяги споживання державного сектору, портфеля замовлень та виробничих програм місцевих виробників, впровадження технічної політики, стандартів енергоефективності та захисту довкілля, інновацій та нових технологій [4, с. 72], ефективність системи публічних закупівель відіграватиме важливу роль у процесах відновлення економіки України.

Спираючись на аналіз прогнозів та рекомендацій вітчизняних дослідників та економістів [4; 5; 7; 8], можна сформулювати основні принципи, які мають бути покладені в основу побудови системи публічних закупівель в умовах післявоєнного відновлення:

1. Відкритість тендерних процедур, що дозволяє замовнику обирати пропозицію, яка найкраще задовольняє його вимогам, окресленим чіткими критеріями.

2. Прозорість публічних закупівель, що забезпечує запобігання корупційної складової.

3. Простота та дерегуляція публічних закупівель, що сприяє легкому доступу підприємництва до участі у публічних закупівлях.

4. Розширення впливу нецінових критеріїв, зокрема: швидкість виконання замовлення, інноваційність та екологічність продукції, кваліфікація персоналу, створення нових робочих місць, місцева складова тощо.

5. Пряме та непряме стимулювання інновацій на кожному етапі публічних закупівель, що сприятиме інноваційному розвитку економіки України.

6. Локалізація публічних закупівель, що сприяє розвитку вітчизняних виробників, зокрема, високотехнологічної продукції.

Побудована за цими принципами система публічних закупівель сприятиме швидкому та ефективному відновленню економіки України.

Література.

1. Ukraine's Economy to Shrink by a Fifth This Year, EBRD Says. Bloomberg, 2022. URL: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2022-03-31/ukraine-s-economy-to-shrink-by-a-fifth-this-year-ebrd-says>

2. Аналітики прогнозують відновлення економіки Росії за 10 років, України – за 5. *Слово і діло*. 2022. URL: <https://www.slovoidilo.ua/2022/04/26/novyna/ekonomika/analityky-prohnozuyut-vidnovlennya-ekonomiky-rosiyi-10-rokiv-ukrayiny-5>

3. Бекер Т., Айхенгрін Б., Городієнко Ю. та ін. Нарис про відбудову України. CERP Press, 2022. URL: https://cepr.org/sites/default/files/news/BlueprintReconstructionUkraine_ukr.pdf

4. Власюк В., Максіута А., Поважнюк С. та ін. Економічне відродження через індустріальний розвиток України. Харків: Повноколір, 2020. 432 с. URL: <http://www.expert.kiev.ua/Renaissance2020.pdf>

5. Гужва І.Ю. Державні закупівлі як інструмент формування промислової політики. *Дзеркало тижня*. 2017. № 49-50. URL: <https://dt.ua/promyshliennost/derzhavni-zakupivli-yakinstrument-formuvannya-promislovoi-politiki-264629.html>

6. Економічне відновлення України після війни: у Раді презентували план. *Слово і діло*. 2022. URL: <https://www.slovoidilo.ua/2022/05/02/novyna/ekonomika/ekonomichne-vidnovlennya-ukrayiny-pislya-vijny-radi-prezentuvaly-plan>

7. Задворний В. Якими мають бути держзакупівлі для відбудови країни. *Економічна правда*. 2022. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/04/18/685914/>

8. Україна 2022. Як не втратити свій планс стати сильною державою. *Український інститут майбутнього*. 2022. URL: <https://drive.google.com/file/d/1bVEYJ4Zgj3f8XPHh1C2h99TvFLOh2snh/view>

ЦИФРОВІЗАЦІЯ ЯК ПЕРСПЕКТИВА ФІНАНСУВАННЯ РОЗВИТКУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

***ВЛАСЮК С.А., К.Е.Н., ДОЦЕНТ,
УМАНЬСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ САДІВНИЦТВА***

Фінансові інновації відіграють особливу роль в інституційному розвитку території, внаслідок чого змінюються звичні моделі поведінки економічних суб'єктів. Інституційні зміни слугують рушійною силою підтримки фінансової політики, оскільки найчастіше це колективне залучення суб'єктів громадянського суспільства та груп, які сформували фінансово-інноваційні проекти, що на пізніх стадіях стимулює та розвиває певну політичну підтримку. Для провадження підприємницької діяльності окрім ідеї, партнерів та перевіреної команди необхідні ресурси.

В умовах дії воєнного стану, для суб'єктів господарювання та для фізичних осіб питання фінансового забезпечення діяльності, та/або старту для ведення власного бізнесу є одним із пріоритетних. Джерела фінансування, зазвичай, використовують класичні: від власних коштів до отримання кредиту. В умовах сьогодення, з'являються альтернативні механізми фінансування, які використовують цифрові технології такі як краудфандинг, який може допомогти вийти за межі традиційних банків, забезпечуючи нижчу вхідну вартість для роздрібних інвесторів, продемонструвати зацікавленість громади та виступити важливим альтернативним методом фінансування, особливо для мікропідприємців, новостворених підприємств і неприбуткових асоціацій.

Впровадження та функціонування краудфандингу поширене за кордоном. Проте, останнім часом, і в Україні набирає популярності фінансування проектів за допомогою краудфандингу, так як, він виступає альтернативним джерелом та має певні переваги перед традиційними.

Слід розрізняти дві основні категорії: краудфандинг з нефінансовою віддачею (пожертвування, винагороди та попередні продажі) та краудфандинг з фінансовою віддачею (крауд-інвестування та крауд-кредитування). Основна відмінність між цими категоріями полягає в отриманні фінансового прибутку, який може запропонувати остання модель, і конкретних інвестиційних ризиках, пов'язаних з провадженням діяльності [1].

Краудфандинг може запропонувати більше, ніж просто фінансові переваги. Це може дати доступ до великої кількості людей, які можуть бути зацікавлені у проекті чи бізнесі, які також можуть надати цінну інформацію. Найкраща доступна статистика краудфандингу вказує на те, що глобальний рівень успішності проекту на всіх платформах становить близько 50 %, Північно-Американські платформи мають лише 22,6 % успіху.

Сьогодні краудфандинговий ринок включає прибуткові та неприбуткові проекти у сфері бізнесу, технологій, мистецтва, кіно, музики, видавництва, журналістики, нерухомості та соціальних справ. Бізнес та підприємництво залишаються найпопулярнішою категорією краудфандингу, зібравши 6,7 млрд доларів у 2014 році, що становить 41,3 % від загального обсягу краудфандингу. Соціальні проблеми – 18,9 % (3,06 млрд доларів), фільми та сценічне мистецтво – 12,13 % (1,97 млрд доларів), нерухомість – 6,25 % (1,01 млрд доларів) і музика та звукозаписне мистецтво – 4,54 % (736 млн доларів) [2].

За останні роки у Фінляндії зростає популярність краудфандингу як джерела фінансування компаній. У 2019 році загальний обсяг фінансування на краудфандингових платформах становив близько 330 млн євро (табл. 1).

Таблиця 1

Обсяги фінансування, залучені у Фінляндії за допомогою різних форм краудфандингу [3]

Вид краудфандингу	2017, млн євро (зміна за 12 місяців порівняно з 2016 роком)	2018, млн євро (зміна за 12 місяців)	2019, млн євро (зміна за 12 місяців)
Краудфандинг на основі позик	76,0 (64 %)	98,3 (29 %)	124,1 (26 %)
Краудфандинг на основі інвестицій	62,8 (64 %)	58,0 (-8 %)	58,3 (1 %)
Краудфандинг на основі винагород	1,0 (4 %)	0,7 (-27 %)	0,8 (8 %)
Однорангове кредитування споживачів	106,9 (67 %)	150,1 (40 %)	146,7 (-2 %)
Всього	246,7 (65 %)	307,2 (24 %)	329,9 (7 %)

Краудфандинг на основі позик є більш важливим джерелом фінансування для фінських компаній, ніж краудфандинг на основі інвестицій. У 2019 році краудфандинг на основі позик, опосередкований фінськими компаніями, склав 124,1 мільйона євро,

що більш ніж вдвічі перевищує суму краудфандингу на основі інвестицій, залученого компаніями. Обсяг кредитного краудфандингу також був на 26 % вище, ніж у 2018 році.

Розвиток новітніх фінансових інновацій, потребує розробки та функціонування спеціальних засобів методичного забезпечення, а також механізмів залучення ресурсів для реалізації бізнес-проектів та ідей. Ця потреба привела до більш детального вивчення інструментів і методологій оцінки фінансових інновацій, а також до формулювання рекомендацій щодо можливих способів залучення фінансових ресурсів через використання краудфандингових платформ для сприяння можливостям розвитку колективних дій.

Література.

1. Степура В.В. Сутність та переваги краудфандингу як зовнішнього джерела фінансування проєктів. *Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. Серія: Економіка і управління*. 2019. № 3. Т. 30 (69). С. 165-170.

2. Demiray, M., Burnaz, S., & Aslanbay, Y. (2017). The Crowdfunding Market, Models, Platforms, and Projects. In W. Vassallo (Ed.), *Crowdfunding for Sustainable Entrepreneurship and Innovation* (pp. 90-126). IGI Global. URL: <https://doi:10.4018/978-1-5225-0568-6.ch006>

3. Growth in corporate lending through crowdfunding platforms. URL: <https://www.sttinfo.fi/tiedote/growth-in-corporate-lending-through-crowdfunding-platforms?publisherId=1865&releaseId=69877806>

АСПЕКТИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ІНВЕСТИЦІЙНО-ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ІВАНО-ФРАНКІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ

**ГОБИР І.Б., К.Е.Н., ДОЦЕНТ,
КОВАЛЬЧУК С.В., СТУДЕНТКА,
ІВАНО-ФРАНКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ
ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ НАФТИ І ГАЗУ**

Інвестиційні відносини істотно впливають на механізм реалізації інноваційної політики, сутність яких полягає у визначенні стратегій і тактики інноваційних технологій та методів впливу держави на інноваційні процеси.

Відсутність структурних змін у виробництві, використання застарілих обладнання та технологій, надлишкового консерватизму управління та опору змінам з боку працівників, а також зневажання фактором інновативності у процесі виробництва продукції є причинами низької якості, технологічної відсталості, невідповідності

сучасним вимогам споживачів, а отже і низької ціни на власну продукцію. Тому, для інноваційного розвитку промислових підприємств необхідні спеціалізовані організаційні, структурні та функціональні одиниці, що входять до їх складу, які в процесі взаємодії утворюють інноваційну систему підприємства.

Розвиток інноваційної діяльності у вітчизняних регіонах України неможливий без комплексного аналітичного дослідження інвестиційних процесів та особливостей розвитку науки, техніки і виробництва, що є базовими складовими для виконання наукових досліджень та розробок [1, с. 67]. Залучення інвестицій для активізації інноваційної діяльності в кожному регіоні є одним із шляхів забезпечення успішного розвитку підприємства для виявлення нових перспективних форм і напрямів ведення бізнесу. [2].

Загальний обсяг інвестицій промислових підприємств за напрямками інноваційної діяльності показав, що протягом періоду 2015-2019 рр. відбулося зростання питомої ваги інвестицій на придбання машин, обладнання та програмного забезпечення (табл. 1). Так, у базовому 2015 р. частка витрат на придбання машин, обладнання та програмного забезпечення становила 91,2 %, а вже у 2019 р. вона склала 99,66 %.

Таблиця 1

**Загальний обсяг інвестицій промислових підприємств
за напрямками інноваційної діяльності**

Інвестиції за напрямками інноваційної діяльності	Роки				
	2015	2016	2017	2018	2019
всього, тис. грн.	92189,0	80467,5	134192,2	146153,0	230675,8
у тому числі за рахунок:					
– внутрішні НДР	4889,8	4194,2	682,9	4628,0	к
– зовнішні НДР	-	500,0	-	к	к
– придбання машин, обладнання та програмного забезпечення	84080,5	63488,3	130386,2	141400,6	229899,3
– придбання інших зовнішніх знань	720,1	644,2	-	к	-
– інші	2498,6	11640,8	3123,1	38,1	к

Символ (к) – дані не оприлюднюються з метою забезпечення виконання вимог Закону України «Про державну статистику» щодо конфіденційності статистичної інформації.

Джерело: [3]

Щодо решти витрат то їх частка протягом досліджуваного періоду мала тенденцію до зниження, зокрема частка витрат на внутрішні науково-дослідні роботи знизилася на 4,96 % 2019 р. у порівнянні з базовим 2015 р. Зовнішні витрати мали місце лише у 2016 р. та 2018 р. та склали відповідно 0,62 % та 0,06 % відповідно. Інші витрати протягом 2015-2019 рр. мали нерівномірну тенденцію, у 2016 р. відбулося їх зростання до рівня 14,47 %, проте вже у наступні роки їх частка суттєво знизилася.

Варто зазначити, що інвестиційно-інноваційна діяльність в Івано-Франківській області знаходиться в процесі свого розвитку. Загалом в області переважає сільськогосподарське виробництво, частка промислового виробництва є значно нижчою. Зниження показників інвестиційно-інноваційної активності в першу чергу пов'язане із невизначеними зовнішніми умовами, які впливають на фінансування інноваційної діяльності підприємництва.

Література.

1. Ковальська Л.А. Методичний підхід до аналізу та оцінки розвитку інноваційного підприємництва регіонів України. *Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України*. 2019. Вип. 2. С. 66-72. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/sepspu_2017_2_14
2. Горобченко О.А. Активізація інноваційної діяльності промислових підприємств Миколаївської області. *Економіка. Управління. Інновації*. 2018. № 2 (23). URL: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/cui_2018_2_8.pdf
3. Державна служба статистики України. URL: www.ukrstat.gov.ua (дата звернення: 10.10.2021).

ОСОБЛИВОСТІ ТА ПЕРЕДУМОВИ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ АГРОТЕХНОЛОГІЙ В УКРАЇНІ

**ГОНЧАРЕНКО В.Є., СОЦЕНКО В.М.,
ЗДОБУВАЧКИ ВИЩОЇ ОСВІТИ,
ДЕРЖАВНИЙ БІОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Успішний розвиток аграрного виробництва, в сучасних умовах, неможливий без впровадження та використання інноваційних

* Науковий керівник – Грідін О.В., к.е.н., доцент

агротехнологій, оскільки саме вони сприяють підвищенню продуктивності та якості праці, економії усіх видів ресурсів, зниженню собівартості і підвищенню ефективності виробництва [9, с. 193-194].

По суті, інновація – це винахід, який у результаті втілення новаторської ідеї перетворюється в продукт, що має нові споживчі властивості, а його виробництво передбачає зміну технології та організації виробництва з метою отримання певного ефекту (економічного, соціального, екологічного тощо). Без впровадження інновацій неможливе економічне зростання як країни у цілому, так і певної її галузі чи підприємства зокрема [5, с. 28].

Інноваційні процеси в агропромисловому виробництві мають низку суттєвих особливостей, зокрема [3, с. 12-13; 7, с. 262]: різноманітність видів сільськогосподарської продукції і продуктів її переробки; істотні технологічні відмінності; сезонність виробництва; різноманітність зв'язків товаровиробників з інноваційними структурами; істотне відставання аграрної галузі в освоєнні інновацій у порівнянні з промисловістю.

Серед чинників, що гальмують інноваційні процеси в аграрному секторі економіки можна виділити [3, с. 12-13; 9, с. 195]: недостатнє державне стимулювання інноваційно-інвестиційної діяльності; відсутність ефективних форм організації та управління наукою, поєднання науки з освітньою системою, з агропромисловим виробництвом; недоліки в міжрегіональному та міжгалузевому науково-технічному співробітництві; низький рівень державної підтримки науково-дослідних установ; нерозвиненість інноваційної інфраструктури; недосконалість розвитку аграрного страхування, кредитних спілок; посилення монополізації окремих ринків та підгалузей агропромислового виробництва у сферах заготівель і збуту продукції та організації зовнішньої торгівлі тощо.

У той же час, пріоритетами у сфері інновацій агропромислового комплексу є: енерго- і ресурсозберігаючі технології виробництва, зберігання та переробки сільськогосподарської продукції; інновації, що сприяють заповненню внутрішнього ринку якісними продуктами харчування вітчизняного виробництва; прогресивні методи ведення господарства, в основі яких покладено методи ефективного виробництва продукції, застосування техніки нової генерації, використанні нової кадрової політики з врахуванням накопиченого наукового та інноваційного потенціалу тощо [3, с. 14; 7, с. 260].

Відзначимо, що будь-яка прогресивна технологія в аграрній сфері базується на комплексному і раціональному використанні

грунтового-кліматичних, біологічних, трудових, технічних, технологічних, матеріальних і фінансових ресурсів з метою отримання очікуваного кінцевого результату. Перевагами використання інноваційних технологій в аграрній сфері є [7, с. 266]: суттєве підвищення кількості та якості отримуваної продукції; покращення умов утримання тварин; підвищення продуктивності; більш ефективно і гнучке використання робочого часу тощо.

При цьому, аграрний сектор, незважаючи на нестабільність інноваційної активності, намагається інтегрувати провідні науково-технічні розробки й адаптувати їх у власне виробництво [1, с. 75].

На сьогодні існує широкий спектр інноваційних рішень. Так, вельми активно використовуються інновації обробітку ґрунту для підвищення родючості та збереження мікроелементів, але їх вплив не завжди дає позитивний ефект. У зв'язку із цим усе більшого застосування набувають прогресивні інноваційні технології мінімального обробітку ґрунту й точного землеробства, зокрема [1, с. 75-76]:

1. «Mini-till», яка передбачає мінімізацію техніко-технологічного впливу на ґрунт, що підвищує економічну ефективність й екологічність процесу вирощування культур за рахунок зниження впливу погоднокліматичного чинника, скорочення витрат палива, добрив, засобів захисту рослин, раціонального використання сільськогосподарської техніки, зростання урожайності тощо.

2. «No-till» або «Zero-till» (технологія нульового обробітку) як спосіб обробітку ґрунту, що не пропонує механічних рішень для усунення його ущільнень. Вона є ідеальною системою обробітку для захисту поверхні від ерозії.

3. «Strip-till» (смуговий обробіток ґрунту) – це система раціонального природокористування, за якої відбувається мінімальний обробіток ґрунту. Вона поєднує у собі переваги звичайної обробки ґрунту із можливістю їх захисту при ріллі завдяки тому, що зачіпається лише та ділянка ґрунту, в яку закладається рядок насіння. Крім того вона дає змогу успішно проводити підкореневе підживлення рослин із застосуванням як мінеральних, так і органічних добрив при використанні відповідної техніки. При цьому, варто відзначити, що впровадження ресурсозберігаючих і мінімальних технологій мають схожі проблеми в адаптації до вітчизняних умов господарювання. До них можна віднести: недостатню державну підтримку; значні фінансові витрати; необхідність оновлення машино-тракторного парку тощо [1, с. 76].

Висновки. Зауважимо, що для активізації інноваційної діяльності в агропромисловому виробництві необхідно [1, с. 80; 2, с. 174; 3, с. 16-17; 7, с. 263-264; 9, с. 197-198]: поліпшити взаємодію аграрних підприємств з потенційними інвесторами та науковими організаціями; використовувати міжнародний досвід ефективного впровадження інновацій на основі обміну інформацією, трансферу інноваційних проектів; забезпечити прискорення темпів формування інноваційної інфраструктури аграрної сфери; створити сприятливі умови для збільшення до необхідного рівня інвестування, кредитування та фінансування інноваційної діяльності; розробити і впровадити багаторівневу систему підготовки та перепідготовки фахівців для роботи у сфері інноваційної діяльності; створити умови для залучення в агропромислове виробництво інвестицій за рахунок створення ринку інноваційних проектів; завершити формування організаційно-економічного механізму забезпечення технологічної безпеки аграрної галузі; посилити участь місцевих органів влади в активізації інноваційної діяльності тощо.

При цьому не можна забувати, що ефективне впровадження інноваційних ресурсозберігаючих технологій має базуватись на [4, с. 35; 6; 8]: розробленні та неухильному дотриманні сівозміи; удосконаленні технологічних процесів та режимів роботи машин і агрегатів; комплексному захисті рослин; застосуванні сучасних комбінованих високопродуктивних зразків техніки; використанні збалансованої системи внесення добрив; використанні високопродуктивних сортів та гібридів насіння; удосконаленні організації праці, підвищенні кваліфікації та вмотивованості працівників тощо.

Література.

1. Білінська В. Сучасні інноваційні технології в сільському господарстві: основна характеристика та перспективи впровадження. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка*. 2015. № 7(172). С. 74-80. DOI: <https://dx.doi.org/10.17721/1728-2667.2015/172-7/11>

URL: <http://bulletin-econom.univ.kiev.ua/wp-content/plugins/download-attachments/includes/download.php?id=2587>

2. Бреніч І.Є. Механізм впровадження інноваційних технологій в агропродовольчу сферу. *Науковий вісник Львівського національного університету ветеринарної медицини та біотехнологій ім. Г.Жицького*. 2015. Т. 17, № 1(4). С. 172-178. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvlnu_2015_17_1\(4\)_34](http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvlnu_2015_17_1(4)_34)

3. Грідін О.В. Ключові проблеми формування інноваційно-інвестиційної моделі розвитку аграрної сфери економіки та шляхи їх

вирішення. *Актуальні проблеми інноваційної економіки*. 2019. № 2. С. 11-20. DOI: <https://doi.org/10.36887/2524-0455-2019-2-2> URL: http://apic.org.ua/wp-content/uploads/2019/12/apic_2019_r02_a02.pdf

4. Грідін О.В. Ресурсозберігаючі технології як один з головних напрямів інноваційного розвитку підприємств сільського господарства. *Evropský časopis ekonomiky a managementu*. 2019. Svazek 5. 3 Vydání. S. 34-38. URL: https://eujem.cz/wp-content/uploads/2019/eujem_2019_5_3/07.pdf

5. Заїка С.О., Грідін О.В. Генезис дефініції інновація. *Науковий вісник Ужгородського університету. Серія «Економіка»*. 2016. Вип. 2(48). С. 24-30. URL: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/bitstream/lib/15430/1/ГЕНЕЗИС%20ДЕФІНІЦІЇ%20ІННОВАЦІЯ.pdf>

6. Заїка С.О., Грідін О.В. Ресурсозберігаючі технології як пріоритетний напрям інноваційного розвитку аграрної економіки. *Соціально-економічні аспекти стійкого розвитку економіки України: колективна монографія* / За ред. О.О. Непочатенко. Умань: Видавель «Сочінський М.М.», 2016. С. 246-253.

7. Запирченко Л.Д., Рябоволк Т.Ф. Особливості інноваційної діяльності та впровадження інновацій у виробничу діяльність аграрних підприємств. *Центральноукраїнський науковий вісник. Економічні науки*. 2018. Вип. 34. С. 259-368. DOI: [https://doi.org/10.32515/2663-1636.2018.1\(34\).259-268](https://doi.org/10.32515/2663-1636.2018.1(34).259-268) URL: [http://economics.kntu.kr.ua/archive/1\(34\)/34_Zapirchenko.html](http://economics.kntu.kr.ua/archive/1(34)/34_Zapirchenko.html)

8. Інноваційні ресурсозберігаючі технології: ефективність в умовах різного фінансового стану агроформувань: монографія / За ред. професора Г.Є. Мазнева. Харків: Вид-во «Майдан», 2015. 592 с.

9. Маркіна І.А., Дячков Д.В., Мандаліна Н.А. Сутність та значення інноваційних технологій в діяльності сільськогосподарського підприємства. *Економічний форум*. 2018. № 4. С. 192-198. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecfor_2018_4_31

ІНВЕСТИЦІЇ В СТАБІЛІЗАЦІЮ РОЗВИТКУ АГРОПРОМИСЛОВОГО ВИРОБНИЦТВА

**ГРИЦАЄНКО Г.І., К.Е.Н., ДОЦЕНТ,
ГРИЦАЄНКО І.М., ДОЦЕНТ,
ТАВРІЙСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРОТЕХНОЛОГІЧНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ДМИТРА МОТОРНОГО**

Аграрне виробництво є важливою сферою діяльності економіки України, яка визначає продовольчу безпеку країни, формує валютні надходження держави за рахунок експорту сільськогосподарської продукції, зумовлює соціально-економічне становище сільських територій. Зазначимо, що стабілізація та ефективність розвитку галузі

безпосередньо залежать від інвестицій, які виступають потужним драйвером її відродження, що актуалізує пошук нових, відповідних сучасним реаліям теоретико-методичних підходів та технологій інвестицій у стабілізацію розвитку агропромислового виробництва України.

Стабілізація розвитку агропромислового виробництва вимагає його інноваційного оновлення на базі технічного та технологічного переозброєння відповідно до світових стандартів. Для цього необхідне зростання обсягів інвестицій в агропромислову сферу діяльності, що дозволить розширити асортимент та покращити якість продовольчих товарів, збільшити експортний потенціал галузі, а також значно підвищити конкурентоспроможність вітчизняної аграрної продукції на міжнародних ринках тощо. Одночасно наголошуємо, що «... для розвитку національної економіки в цілому та аграрного виробництва зокрема потрібні значні інвестиції, для обґрунтування доцільності яких необхідно брати до уваги еколого-соціо-економічні критерії – тобто, орієнтуватися на сталий розвиток» [3, с. 8].

У 2021 р. у порівнянні з 2010 р. капітальні інвестиції національної економіки збільшилися у 2,8 рази і становили 528,8 млрд. грн. Найбільшими темпами вони зростали у сільському, лісовому та рибному господарствах – у 4,3 рази, до 49,1 млрд. грн. у 2021 р. (рис. 1).

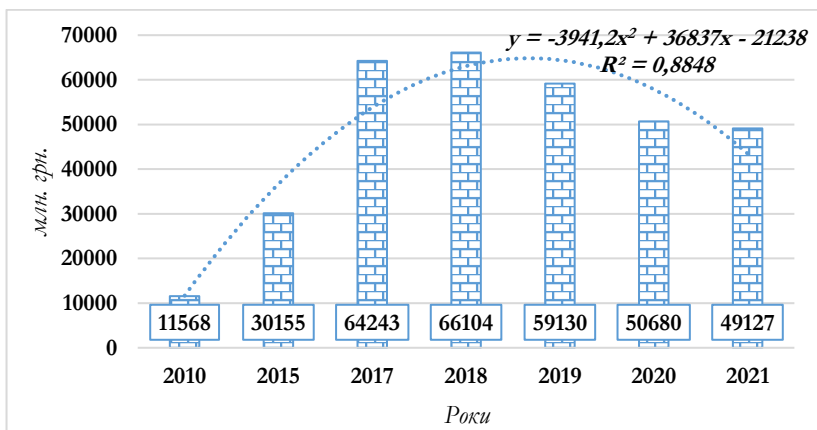


Рис. 1. Динаміка капітальних інвестицій у сільському, лісовому та рибному господарствах, млн. грн.

Джерело: за даними Державної служби статистики України

Зазначимо, що стабілізація розвитку агропромислового виробництва потребує інвестицій у технічне забезпечення, адже «... навантаження на сільськогосподарську техніку в Україні ... в рази перевищує відповідні показники розвинених країн, що перешкоджає виконанню необхідних технологічних операцій у встановлені строки і призводить до втрати врожаю» [4, с. 55].

На теперішній час обсяги інвестицій, які призначені забезпечити техніко-технологічне оновлення та переозброєння аграрного виробництва, є недостатніми. Дефіцит власних коштів, які переважають у структурі джерел фінансування відповідних інвестицій, призводить до того, що «... сільськогосподарські виробники переважно звертаються до вторинного ринку (вживаних автомобілів) та ринку відновлення техніки» [1, с. 35]. Пропонуємо «... як ефективне зовнішнє джерело фінансування інвестицій у технічне забезпечення сільського господарства ... більш широко використовувати фінансовий лізинг» [5, с. 199].

Стабілізація розвитку агропромислового виробництва потребує створення відповідних умов для найбільш раціонального та ефективного використання інноваційного капіталу його працівників, для чого необхідні соціальні інвестиції, «... реалізація яких потребує ефективної взаємодії міжнародних організацій, урядових структур, представників бізнесу і громадянського суспільства в цілому» [2, с. 80-81].

ННЦ «Інститут аграрної економіки» спрогнозував у 2022 р. капітальні інвестиції в агропромислове виробництво у розмірі 72 млрд. грн., якщо б не суттєві втрати та інвестиційні ризики через війну Росії проти України. Проблеми здійснення інвестицій в стабілізацію розвитку агропромислового виробництва є комплексними, тому потребують реалізації відповідних заходів, серед яких першочерговими є забезпечення умов безпеки, а після – покращення інвестиційної привабливості галузі, скорочення інвестиційних ризиків, а також збільшення власних коштів сільськогосподарських товаровиробників для фінансування відповідних інвестицій.

Література.

1. Hrytsaienko H., Hrytsaienko I., Bondar A. and Zhuravel D. Mechanism for the Maintenance of Investment in Agriculture. *Modern Development Paths of Agricultural Production*, 2019. pp. 29-40. URL: https://doi.org/10.1007/978-3-030-14918-5_4

2. Грицасенко Г.І., Грицасенко І.М. Інвестиції в сталій розвиток аграрної сфери економіки. *Підприємництво: інвестиційне забезпечення та економічна безпека*: монографія. Мелітополь: Люкс, 2021. С. 5-94.

3. Грицасенко Г.І., Грицасенко І.М. Розробка інвестиційних проєктів аграрного виробництва: орієнтація на сталій розвиток. *Науковий вісник Таврійського державного агротехнологічного університету: електронне наукове фахове видання*, 2021. Вип. 11, Том 2. URL: <https://doi.org/10.31388/2220-8674-2021-2-20>

4. Грицасенко Г.І., Грицасенко І.М. Інвестиції в технічне забезпечення аграрного виробництва. *Глобальні та національні проблеми економіки*, 2016. Вип. 12. URL: <http://global-national.in.ua/archive/12-2016/14.pdf>

5. Грицасенко Г.І., Грицасенко І.М. Технічне оснащення як пріоритетний напрям інвестування аграрного виробництва. *Економіка та суспільство*, 2017. Вип. 9. URL: <http://www.economyandsociety.in.ua/index.php/journal-9>

ПЕРСПЕКТИВИ ТЕХНОЛОГІЇ BLOCKCHAIN У КОРПОРАТИВНОМУ УПРАВЛІННІ

***ДОМБРОВСЬКА С.О., К.Е.Н., СТАРШИЙ ВИКЛАДАЧ ЗВО,
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ***

Інтенсивний розвиток цифрових технологій у всіх сферах життя і активне зростання зацікавленості до можливостей даної тенденції із боку учасників корпоративного управління обумовлюють достатню актуальність використання blockchain-технології. Економічне зростання характеризується з синхронним впровадженням нових технологій в існуючі методики, що стимулює не тільки залучення інвестицій в цифрові процеси, а й відкриває як малому, так і великому бізнесу можливість значного підвищення ефективності діяльності і зниження витрат за рахунок оптимізації транзакцій за технологією blockchain.

Blockchain становить системоутворюючу технологію, яка стимулює зміни в існуючих економічних процесах. В рамках цифрової інтеграції відбувається глобалізація світових фінансових відносин, зниження витрат за транзакціями, перенесення паперового документообігу в мережі розподіленого реєстру даних, формування середовища взаємодії користувачів з фінансовими посередниками в мережі Інтернет, створення єдиної інформаційної інфраструктури, переміщення переважної більшості фінансових, адміністративних і інших операцій у віртуальну площину.

Blockchain є вибудуваною за певними принципами безперервний послідовний ланцюг блоків, що містять інформацію. Blockchain має вигляд вічного цифрового розподільчого журналу економічних транзакцій, який може бути запрограмований для запису не тільки фінансових операцій в якості криптовалюти, а й практично всього, що має цінність. Дана технологія – це універсальний інструмент для побудови різноманітних баз даних. Більше детально що таке blockchain технологія і як вона функціонує представлено на рис.



Рис. Алгоритм функціонування blockchain технології [1, с. 35]

Blockchain має певні переваги. Можна виділити децентралізацію, адже відсутній головний сервер зберігання даних, і всі записи зберігаються у кожного учасника системи.

Для blockchain характерна повна прозорість: будь-який учасник може відстежити всі транзакції, що проходили в системі.

Blockchain конфіденційний, і всі дані зберігаються в зашифрованому вигляді. Користувач може відстежити всі транзакції, але не може ідентифікувати одержувача або відправника інформації, якщо він не знає номера гаманця. Для проведення операцій потрібен унікальний ключ доступу. Дана технологія відзначається надійністю:

будь-яка спроба внесення несанкціонованих змін буде відхилена через невідповідність попереднім копіям. Для легальної зміни даних потрібен спеціальний унікальний код, виданий і підтверджений системою. Дані, які додаються в систему, перевіряються іншими учасниками. Якщо говорити іншими словами - вони перераховують хеш.

Величезним темпами зростання ринок blockchain технологій зобов'язаний не тільки збільшенням інвестування з боку держав і великих компаній, але і, як наслідок високого попиту, зростання числа фінтех стартапів, що займаються розробкою у сфері застосування децентралізованого розподіленого реєстру даних. Лідером на ринку blockchain-стартапів беззмінно є США. Сьогодні частка охоплення ринку США з перевагою в 22,1 % над Великобританією, яка посідає друге місце в рейтингу, становить 36,9 % [2, с. 38].

Лідером в застосуванні принципів децентралізованого розподіленого реєстру є компанія «Microsoft». Якщо говорити тільки про сферу фінансових ринків - найбільш передовими в частині blockchain-досліджень і впровадження даної технології в процесі роботи є банки і фінансові організації, що входять до консорціуму «R3». Дане об'єднання найбільших гравців на фінансових ринках було створено саме для ведення практико-застосовних досліджень в області технологій децентралізованого реєстру щодо банківського сектора. Консорціум вивчає, розробляє і активно тестує blockchain-продукти фінансової сфери, наприклад, торгові системи, засновані на організації мережі за допомогою ланцюга блоків, платформи для емісії цінних паперів, системи депозит-акаунтів, P2P-кредитування.

Принципи децентралізованого реєстру, побудованого на основі ланцюга блоків, несуть в собі величезну кількість переваг використання і значно знижують як тимчасові витрати на обробку транзакцій, так і ресурсні витрати. Крім цього, blockchain істотно полегшує процес зберігання даних незалежно від цілей їх застосування – будь то призначена для користувача інформація про клієнтів або внутрішній документообіг, а також забезпечує захист бази від фальсифікацій і шахрайства, роблячи її максимально прозорою з точки зору історії здійснення операцій і внесення даних.

Література.

1. Аксьонов Д.А., Купріков А.П., Саакян П.А. Напрями та особливості застосування блокчейн-технології в економіці. *Економічні науки*. 2018. № 1. С. 30-39.

2. Апатова Н.В., Корольов О.А., Круликовський А.П. Аналіз впливу блокчейн-технології на фінансову систему. *Економічні науки*. 2017. № 6. С. 31-39.

УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЙНИМ РОЗВИТКОМ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ

***ГРИЦАЄНКО Г.І., К.Е.Н., ДОЦЕНТ,
ГРИЦАЄНКО М.І., К.Е.Н., ДОЦЕНТ,
ТАВРІЙСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРОТЕХНОЛОГІЧНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ДМИТРА МОТОРНОГО***

Поглиблення процесів глобалізації та інтеграції, посилення конкуренції за іноземні інвестиції, переорієнтація внутрішніх інвестицій до більш розвинутих галузей національних економік суттєво впливають на розвиток господарської діяльності вітчизняних підприємств, що актуалізує дослідження теми управління їхнім інвестиційним розвитком. Зазначасмо, що «... для розвитку національної економіки в цілому ... потрібні значні інвестиції, для обґрунтування доцільності яких необхідно брати до уваги еколого-соціо-економічні критерії – тобто, орієнтуватися на сталий розвиток» [2, с. 8].

Для визначення перспективних шляхів інвестиційного розвитку вітчизняних підприємств необхідно здійснення комплексного аналізу інвестиційної привабливості національної економіки, який «... є основою виявлення та розробки шляхів подолання недоліків у діяльності на мікро-, мезо- та макрорівнях, покращення можливості залучення інвестиційних ресурсів у пріоритетні галузі економіки, а також фундаментом побудови інвестиційної політики країни в цілому» [5, с. 81].

Обсяги інвестицій вітчизняних підприємств визначають стан капітального інвестування національної економіки в цілому (рис. 1). Так, у 2021 р. у порівнянні з 2010 р. загальні обсяги капітальних інвестицій збільшилися в 2,8 рази і становили 528,8 млрд. грн. При цьому в 2021 р. 36,2 % припадало на промисловість, 12% – на державне управління й оборону, а також обов'язкове соціальне страхування, 9,8 % – будівництво, 9,3 % – на сільське, лісове та рибне господарство, 8,2 % – на оптову та роздрібну торгівлю, а також ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів. На охорону здоров'я та надання соціальної допомоги спрямовувалось 2,1 % загальнонаціональних капітальних інвестицій, на освіту – 0,5 % відповідно.

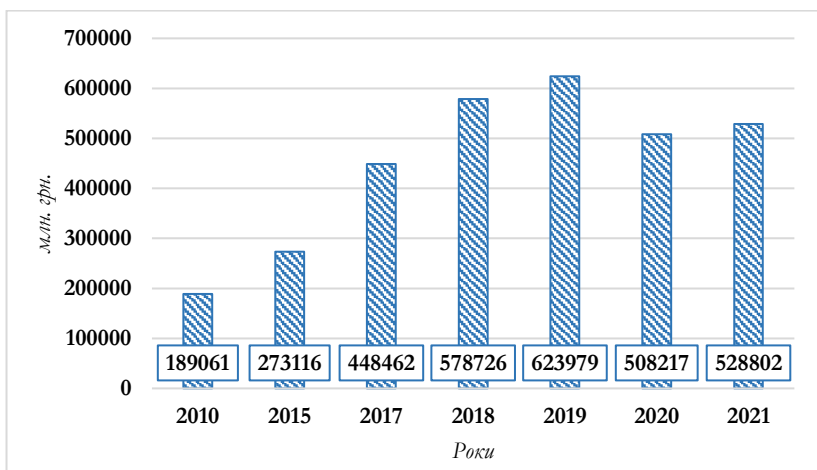


Рис. 1. Динаміка капітальних інвестицій національної економіки України, млн. грн.

Джерело: за даними Державної служби статистики України

В управлінні інвестиційним розвитком вітчизняних підприємств вважаємо пріоритетною орієнтацію на енергозбереження та енергоефективність економіки в цілому, для чого «... необхідні суттєві інвестиції в збільшення внутрішнього видобутку нафти і газу, а також розвитку потенціалу відновлюваної енергії, активізації заходів стосовно максимального збільшення ефективності використання та збереження енергії на всіх рівнях національної економіки» [3, с. 12]. Зазначаємо, що «в сучасних умовах, які характеризуються вкрай недостатнім рівнем фінансових можливостей переважної більшості не тільки підприємств та організацій, але й регіонів та сфер економічної діяльності країни, існує нагальна потреба в пошуку нових джерел фінансування природоохоронних заходів, серед яких необхідно виділити «зелені» облігації та «зелені» кредити для бізнесу» [4, с. 10-11].

Крім цього наголошуємо, що «... інструментом позитивних змін є соціальні інвестиції, реалізація яких потребує ефективної взаємодії міжнародних організацій, урядових структур, представників бізнесу і громадянського суспільства в цілому» [1, с. 80-81].

Інвестиційна діяльність можлива лише за умов безпеки, які були грубо порушені Росією внаслідок розв'язання війни проти України. Вважаємо, що після досягнення необхідного рівня безпеки перспективами подальших досліджень можуть стати обґрунтування напрямів збільшення обсягів власних коштів вітчизняних підприємств як основного джерела фінансування їхнього інвестиційного розвитку.

Література.

1. Грицаєнко Г.І., Грицаєнко І.М. Інвестиції в сталій розвиток аграрної сфери економіки. *Підприємництво: інвестиційне забезпечення та економічна безпека*. Монографія. Мелітополь: Аюкс, 2021. С. 5-94.
2. Грицаєнко Г.І., Грицаєнко І.М. Розробка інвестиційних проєктів аграрного виробництва: орієнтація на сталій розвиток. *Науковий вісник Таверійського державного агротехнологічного університету: електронне наукове фахове видання*. 2021. Вип. 11, Том 2. URL: <https://doi.org/10.31388/2220-8674-2021-2-20>
3. Грицаєнко Г.І., Грицаєнко І.М. Системний аналіз інвестицій в енергоефективність національної економіки. *Науковий вісник ТДАТУ*. Мелітополь: ТДАТУ, 2021. Вип. 11, Том 1. URL: <http://www.tsatu.edu.ua/tsst/wp-content/uploads/sites/6/naukovyi-visnyk-tdatu-2021-vypusk-11-tom-1.pdf> <https://doi.org/10.31388/2220-8674-2021-1-9>
4. Грицаєнко Г.І., Грицаєнко М.І. Екологічні інвестиції як пріоритетний напрямок розвитку аграрної сфери економіки. *Науковий вісник ТДАТУ*. Мелітополь: ТДАТУ, 2021. Вип. 11, Том 1. URL: <http://www.tsatu.edu.ua/tsst/wp-content/uploads/sites/6/naukovyi-visnyk-tdatu-2021-vypusk-11-tom-1.pdf> <https://doi.org/10.31388/2220-8674-2021-1-12>
5. Грицаєнко Г.І., Грицаєнко М.І. Інвестиційна привабливість України. *Agricultural and Resource Economics: International Scientific E-Journal*. 2017. Vol. 3. No. 1. pp. 80-93.

ДЕЯКІ ПИТАННЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВОЇ СТАБІЛЬНОСТІ БАНКІВСЬКОГО СЕКТОРА В УМОВАХ ЦИФРОВИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ

**ЖЕЖЕРУН Ю.В., К.Е.Н., ДОЦЕНТ,
ТВСП «ЧННВ ЛЬВІВСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО
УНІВЕРСИТЕТУ ІМЕНІ ІВАНА ФРАНКА»**

Концепція фінансової стабільності набула поширення в світі у 1990-х роках після спалаху ряду системних фінансових криз, викликаних глобалізацією та лібералізацією руху капіталу, транснаціоналізацією ринків фінансових послуг та накопиченням дисбалансів. В економічній літературі під забезпеченням фінансової стабільності банківського сектору прийнято розуміти певний дієвий механізм, здатний запобігати виникненню банківських криз та відновлювати банківську діяльність після руйнівного впливу ризиків.

Для вітчизняних банків за останні 10 років найбільш притаманними є кредитний, валютний та ризик капіталу. Про це

свідчать основні показники діяльності банків (рис. 1). Такі ризики виникають через скорочення ресурсної бази банків (відплив іноземних інвестицій та коштів з рахунків клієнтів), зниження обсягів активів, збільшення резервів за кредитними операціями внаслідок зростання частки NPL. Слід зазначити, що стабільність національної валюти залишається ключовим показником, який спонукає клієнта розміщувати свої заощадження на депозитних рахунках. Упродовж 2012-2021 рр. гривня девальвувала на 228,8 % та завдала значних збитків банкам в результаті реалізації валютного ризику. Крім того, на початку 2020 року підвищився операційний ризик, викликаний поширенням пандемії коронавірусу Covid-19. Банки активно почали переходити на дистанційне обслуговування клієнтів та роботу on-line. Різко скоротилась кількість банківських відділень (з 8002 відділень у 2019 р. до 6685 відділень у 2021 р.) та збільшилась кількість терміналів самообслуговування, зросло число розробок та пришвидшилось впровадження цифрових дистанційних технологій (мобільні додатки, мобільний еквайринг, технології віддаленої ідентифікації клієнтів). Безконтактні розрахунки із використанням карток збільшились на 38 %, із використанням NFC-гаджетів – на 16 %.

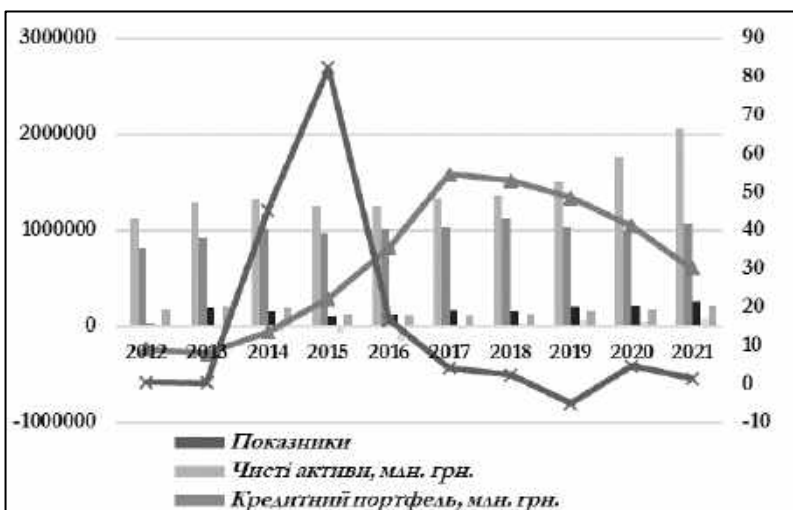


Рис. 1. Динаміка основних показників діяльності банків у 2012-2021 рр.

Джерело: складено авторами на основі [3]

Інтеграція банків та ФінТех призвела до появи цифрових банків (віртуальних, необанків). В Україні наразі успішно функціонують такі цифрові банки (необанки) без фізичних відділень та діють на підставі ліцензій традиційних банків, як: Monobank, НЕОBANK, O. Bank, Sportbank, Izibank, Todobank, Банк Власний Рахунок. На відміну від Великої Британії в українському законодавстві не передбачені «обмежені» ліцензії банків, тобто відкривати та вести клієнтські рахунки можуть виключно банки [2].

Регулятори відіграють провідну роль у забезпеченні фінансової стабільності банківського сектору. Інновації у наглядових та регуляторних технологіях – запорука сталого розвитку фінансового ринку, вони дозволяють фінансовим установам і регуляторам постійно удосконалювати чинні процеси, розширювати коло клієнтів/піднаглядних суб'єктів, виявляти та попереджувати потенційні ризики в діяльності фінансового сектору. Зокрема, впровадження СупТех, співпраця регулятора з піднаглядними суб'єктами і РегТех-компаніями одна із цілей Національного банку України (НБУ), задекларованих в Стратегії розвитку фінансового сектору до 2025 року, Стратегії розвитку ФінТеху в Україні до 2025 року та Стратегії НБУ до 2025 року [1].

Отже, глобалізація банківської діяльності з одного боку та негативний вплив ризиків з іншого підвищили роль та значення забезпечення фінансової стабільності банківського сектора як одного з драйверів розвитку вітчизняної економіки. Ризики, які виникають в банківській діяльності мають негативний вплив на прибутковість, капіталізацію, кредитну та операційну діяльність. Загалом, упродовж 2012-2021 рр. банківський сектор зміг підтримати власну фінансову стабільність, в т. ч. завдяки втручанню НБУ, який забезпечив позитивну макрофінансову ситуацію з низькою інфляцією, високими резервами і стабільним валютним ринком.

Забезпечення фінансової стабільності для всіх учасників ринку банківських послуг означає створення умов для їх безперервного функціонування, що може бути здійснено за рахунок цифрових трансформацій. Активно запроваджуються цифрові технології, які дають змогу банкам обслуговувати клієнтів дистанційно без відвідування відділення, зокрема: мобільні додатки, мобільний еквайринг, технології віддаленої ідентифікації клієнтів.

Література.

1. Впровадження СупТех та РегТех. НБУ.
URL: <https://bank.gov.ua/ua/supervision/suptech-regtech> (дата звернення: 02.06.2022).

2. Жежерун Ю.В. Сучасні тренди формування інклюзивного фінансового сектору. *Трансформація забезпечення фінансової стабільності фінансового сектору національної економіки для сприяння сталому розвитку: методологічний аспект*: монографія / авт. кол.; за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. А.Я. Кузнецової, д-ра екон. наук, доц. М.Е. Хуторної. Львів: Університет банківської справи, 2021. С. 392-424.

3. Наглядова статистика. НБУ.
URL: <https://bank.gov.ua/ua/statistic/supervision-statist> (дата звернення: 02.06.2022).

КОНЦЕПЦІЇ ТА ТЕОРІЇ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ

***ЗЕЛЕНА М.І., К.Е.Н., ДОЦЕНТ,
РУДЧУК Р.С., ЗДОБУВАЧ ВИЩОЇ ОСВІТИ,
ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ***

В Україні та за кордоном, часто постають проблеми ефективного управління персоналом. На даний час, існує велика кількість методів та підходів до управління персоналом, але разом з тим і щодня виникає ще більше проблем які пов'язані з різними факторами, які впливають на ефективність праці персоналу. Багато вчених, які досліджували управління персоналом та менеджмент, внесли значний вклад в історію їх розвитку, серед них: Е. Мейо, Д. Мак-Грегор, Ф. Тейлор, Ф. Герцберг, К. Арджіріс, А. Маслоу, Р. Блейк, Дж. Мутон та багато інших дослідників. За допомогою результатів їх експериментів, було з'ясовано безліч цікавих фактів, які пізніше ставали основою нових підходів до управління персоналом та допомагали в його розвитку [1].

Впродовж всієї історії розвитку людини постійно створювалось та удосконалювалось поняття управління персоналом, воно мало різні тенденції та підходи які з часом постійно удосконалювались, проте як кажуть «ніщо не вічне» і це також стосується процесу управління персоналу, з часом людство розвивалось у всіх аспектах та колишні підходи ставили під критику по різним причинам зокрема через те що не давали ефективного результату.

Варто зазначити, що в управлінні персоналом виділяється два полярних підходи – технократичний та гуманістичний [2].

Порівнюючи наведені стилі управління з точки зору їх прийнятності для формування і розвитку людського капіталу організацій, можемо відзначити, що японський стиль управління є найбільш прогресивним, інноваційно та гуманістично орієнтованим. Якщо англійські, німецькі (а також і американські) організації у переважній більшості своїй схильні забезпечувати свої кадрові потреби за допомогою кадрових агенцій (тобто за допомогою джерел зовнішнього середовища), то японські фірми, навпаки, орієнтовані на «вирощування» власного людського капіталу; вони визнають цей ресурс та опікуються його розвитком.

Прагнення багатьох сучасних компаній до формування ефективної системи управління персоналом спонукає до вивчення різних теорій, висновків та підходів, які пропонувалися вченими та практиками-управлінцями, та вибору найбільш прийнятних до визначеного соціально-економічного становища, адаптації їх відповідно умов зовнішнього та внутрішнього середовища організацій [3]. Формування сучасних управлінських підходів до управління персоналом передбачає застосування знань, умінь, що пропонує наука управління персоналом та які на практиці довели свою ефективність та здатність забезпечувати організаціям конкурентоздатність та стійке положення на ринку.

Люди є найціннішим активом організації. Тільки дотримання цієї тези на різних рівнях управління людськими ресурсами забезпечує успіх ефективного функціонування суб'єктів господарювання: сільськогосподарського підприємства, визначеного регіону чи країни в цілому. Людські ресурси визначають рівень розвитку, успішність діяльності та формують його інтелектуальну базу [4]. Тому підходи до ефективного стратегічного менеджменту людськими ресурсами мають знаходитися у центрі уваги відповідних органів державної влади. Вони також мають бути менш орієнтованими на сам процес, а більше — на його результат. Недостатня якість людських ресурсів загрожує самій здатності підприємств, регіонів, країни здійснювати соціально орієнтоване ефективне суспільне виробництво. До сьогодні в державі ще не склалося розуміння цього, і тому основною проблемою є відсутність послідовного стратегічного підходу до управління персоналом та підтримки відповідного його рівня, необхідного для максимізації добробуту населення країни та її економічного зростання. Таким чином, ми вважаємо, що першим кроком на шляху підвищення якості персоналу організацій має стати визнання існування цієї проблеми, ідентифікація та використання потенціалу всіх

адміністративних органів, до завдань яких входить управління людськими ресурсами та їх розвитком.

На даний час науково-технічний прогрес сильно розвинувся порівняно з XIX ст. що дало змогу автоматизувати виробництво в більшій мірі та замінити людську працю машинною хоча й не повністю, оскільки потрібно слідувати за процесом виробництва, завдяки цьому й поліпшились умови праці. На нашу думку не можливо створити абсолютно правильного чи довгострокового підходу до управління персоналом адже потрібно постійно враховувати безліч різних факторів, такі як культура, традиції, методи заохочення, умови праці, кваліфікаційний рівень працівників та їх відповідальність за вчинки і т.п.

Література.

1. Виноградський М.Д., Виноградська А.М., Шканова О.М. Управління персоналом: навч. посібн. 2-ге вид. Київ : Центр навч. літератури, 2009. 502 с.

2. Балабанова Л.В., Сардак О.В. Управління персоналом: підручник. Київ: Центр учбової літератури, 2011. 468 с.

3. Управління людськими ресурсами: філософські засади: навч. посіб. / Воронкова В.Г. та ін.; за ред. В.Г. Воронкової; Запоріж. держ. інж. акад. К.: Професіонал, 2015. 567 с.

4. Шаповал О., Іваній А., Гальченко А. Кадрова політика підприємства як інструмент системи управління персоналом. *Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії*. 2018. № 5 (17). С. 149-151.

ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ЧИННИК СОЦІО-ЕКОЛОГО-ЕКОНОМІЧНОЇ СИСТЕМИ КРАЇНИ

***КОЛЄДІНА К.О., К.Е.Н., ДОЦЕНТ,
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
БУДІВНИЦТВА ТА АРХІТЕКТУРИ***

На сучасному етапі розвитку суспільства необхідною умовою конкурентоздатного, фінансово стійкого та інвестиційно привабливого підприємства у довгостроковій перспективі є узгодження завдань фінансової та економічної ефективності його діяльності з екологічними умовами та ринковими вимогами [1, с. 234-237]. Пріоритетним напрямом розвитку економіки в нинішніх умовах є інноваційний та спрямований на екологізацію усіх галузей й видів

діяльності. За думкою Прокопенко О.В [2, с. 26-31], вирішення суперечливостей між подальшим соціально-економічним розвитком суспільства завдяки науково-технологічному прогресу на засадах інновацій та необхідністю постійного зниження природоємності життєзабезпечуючих виробничих систем полягає у трансформації погляду на інноваційну діяльність як чинник розвитку соціо-еколого-економічної системи (СЕЕС) вищого та нижчого рівнів.

За такою схемою інноваційна діяльність, яка обумовлена прискоренням темпів розвитку науково-технологічного прогресу, ініціюється самою СЕЕС для забезпечення стійкості свого внутрішнього розвитку та є одним з факторів, що визначає динаміку та рівень її розвитку. Екологізація інноваційного розвитку – це зміни у СЕЕС, що відбуваються в результаті неухильного та послідовного створення, впровадження й поширення еко-інновацій в усіх сферах діяльності, які спрямовані на підвищення екоконструктивного та зменшення екодеструктивного впливу на навколишнє природне середовище, сприяють зростанню її соціальної та еколого-економічної ефективності й забезпечують її сталий розвиток. Соціо-еколого-економічна ефективність реалізації варіанта екологізації інноваційного розвитку є індикатором доцільності подальшого його дослідження та критерієм ранжування таких варіантів за пріоритетністю реалізації.

Актуалізація дослідження та вирішення екологічних проблем призводить до того, що країни та світова спільнота змушені удосконалювати екологічну політику, запроваджувати більш ефективні механізми її реалізації [3, с. 58-66]. Велике значення в цьому питанні відіграє мотивація до екологічно спрямованої діяльності підприємств як складових СЕЕС країни.

З метою зменшення наслідків антропологічного забруднення та враховуючи специфіку впливу певних видів відходів на навколишнє середовище, все більше підприємств приділяють особливу увагу заходам щодо переходу до методів чистого виробництва, наголошують Козій І.С., Гурець Л.Л., Пляцук Л.Д. та Вакал С.В. [4, с. 193-195]. Одним із таких заходів є використання безвідходних технологій як найефективнішого способу вирішення проблеми зменшення кількості відходів. Європейською економічною комісією сформульовано визначення поняття «безвідходної технології» як способу виробництва продукції, при якому найраціональніше використовується сировина та енергія в циклі «сировинні ресурси – виробництво – споживання – вторинні ресурси» так, що будь-який вплив на навколишнє середовище не порушує його нормального функціонування.

Абсолютно безвідходне виробництво створити неможливо. Його не існує в природі. Тому в сучасних умовах більш доречним є вживання терміну «маловідходні технології», що є способом виробництва продукції, при якому частина сировини та матеріалів перетворюються у відходи, однак при цьому шкідливий вплив на навколишнє середовище не перевищує санітарних норм.

Таким чином, зміст екологічної безпеки в контексті виробництва полягає в тому, щоб забезпечити прогресивний розвиток життєво важливих інтересів людини, суспільства, довкілля та держави через управління загрозами та небезпеками, які є наслідком функціонування підприємств. Тому природоохоронна діяльність є обов'язковою складовою промислового виробництва за умов реалізації інноваційних проектів екологічної спрямованості.

Література.

1. Шипова Ю.Г. Оцінка впливу екологоорієнтованої діяльності підприємства на його фінансово-економічні показники. *БізнесІнформ*. 2012. № 12. С. 234-237.

2. Прокопенко О.В., Школа В.Ю. Макроекономічне регулювання екологізації інноваційного розвитку регіону. *Механізм регулювання економіки*. 2012. № 3. С. 26-31.

3. Мельник О.І., Маценко О.М., Пронікова Ж.С. Наукові підходи до удосконалення мотивації екологічно спрямованої діяльності. *Механізм регулювання економіки*. 2012. № 3. С. 58-66.

4. Козій І.С., Гурець А.А., Пляцук А.Д., Вакал С.В. Паспортизація пилу двоокису титану та пошук шляхів для зменшення його втрат на ВАТ «Сумхімпром» *Вісник КДПУ імені Михайла Остроградського*. 2009. № 6. С. 193-195.

ОСОБЛИВОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ В СИСТЕМУ МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВА

***Краля В.Г., к.е.н., доцент,
Подольська О.В., к.е.н., доцент,
ДЕРЖАВНИЙ БІОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ***

Економічне зростання забезпечується сьогодні, в першу чергу, технологічним розвитком, в основі якого лежить інноваційна складова. Тому особливої актуальності набуває інноваційний менеджмент, який розглядається як практичне керівництво з управління інноваційними процесами, що властиві будь-якій сучасній організації.

Інноваційний розвиток зумовлений появою наукомістких технологій, перетворенням знань та інформації домінуючий ресурс, а також все більшим поширенням радикальних інновацій [4, с. 12]. Розвиток обчислювальної техніки призвело до створення високих інформаційних технологій, що, у свою чергу, сприяло появі нано - та біотехнологій, заснованих на найскладніших, численних розрахунках та створених багатofакторних моделях. Ці високі технології дозволили проводити генетичні дослідження, що призвели до розшифровки геному живих істот та рослин та на їх основі створення біотехнології. А створені з урахуванням нанотехнологій нові матеріали значно збільшили можливості комп'ютерної техніки [4, с. 30].

Проте, крім розвитку високих технологій, як підкреслює один із засновників сучасної концепції соціальних та управлінських інновацій П. Друкер, існують й інші галузі інноваційної та підприємницької діяльності. Якщо ще нещодавно основною ознакою інноваційного розвитку вважалися кількість технічних винаходів і рівень їх застосування, то однією з сучасних тенденцій є використання поняття «інновація» у ширшому управлінському сенсі. Слід наголосити, що інновації в менеджменті не менш важливі для економічного та соціального прогресу, ніж технологічні інновації, оскільки вони дозволяють трансформувати функціонування організацій.

Прискорений темп «творчих руйнувань» останніх років змушує компанії бути більш адаптивними та винахідливими для того, щоб забезпечити значний відрив від конкурентів. Сьогодні організації більше, ніж будь-коли, потребують інновацій у сфері менеджменту. Г. Хемел стверджує, що сучасна управлінська модель, у центрі якої знаходяться контроль та ефективність, – не задовольняє вимогам сучасного світу, в якому рушійними силами успіху у бізнесі є адаптивність та креативність [1].

Безумовно, акцент на високих технологіях, на підвищенні якості продукції завдяки безлічі технологічних інновацій наприкінці минулого століття сприяв швидкому зльоту не лише окремих компаній, а й навіть індустріально відсталих країн (Південна Корея, Тайвань, Гонконг, Сінгапур) [3, с. 25]. Але сьогодні компанії мають шукати нові підходи до менеджменту, нові принципи організації процесів управління, які дозволять створювати довгострокові переваги та забезпечити гідне місце на ринку, бути конкурентоспроможними.

Інновації у менеджменті – це вдосконалення процесів управління, реструктуризація підприємств, тобто. зміна організаційних структур, структур управління, складу функцій, технології та організації

процесу управління, методів роботи системи управління, пов'язані з мотивацією персоналу, вирішенням внутрішньо організаційних конфліктів, визначенням службових функцій співробітників, запровадження нових концепцій розвитку корпоративної культури та ін.

Сучасні підприємства мають бути здатними до швидкої адаптації до змін. «У більшості організацій стратегічні зміни, як правило, відбуваються в результаті кризи. Більшість організацій змінюються не активно. Інновації необхідно зробити інстинктивною діяльністю організації, щоб зміни стали частиною підприємства. Темпи змін пов'язані зі швидкістю інновацій. Без експериментів немає змін» [5]. Тобто компанії повинні стежити за змінами суспільстві, його структурі, а відповідно, у потребах та можливостях потенційних споживачів, враховувати їх та адаптуватися до нових умов для розвитку своєї діяльності.

Інновації в менеджменті, на відміну від технологічних, набагато вигідніші і не такі затратні, так як не вимагають значної кількості коштів для придбання устаткування, реконструкцію виробничих площ; але реалізація управлінських інновацій здійснюється набагато складніше, ніж технологічних, бо ґрунтовний вплив дає психологічний фактор, що виражається в опорі персоналу змін, пов'язаних із змінами в корпоративній культурі, поведінці, звичках та уявленнях співробітників про управління та господарську діяльність підприємства [2]. Часто опір пов'язаний з інертністю та консерватизмом, а також з побоюваннями співробітників виявитися недостатньо компетентними для виконання нових функцій та втратою раніше завойованого соціального статусу.

Подолання бар'єрів, що перешкоджають інноваціям в менеджменті, можливе на основі формування інноваційної культури організації з грамотними менеджерами та фахівцями з відповідними мисленням та компетенцією. Для адекватної реакції на запити інноваційного розвитку необхідно орієнтуватися на підготовку висококваліфікованих спеціалістів інноваційним перетворенням у сфері управління.

«У зв'язку з цим виникає потреба у фахівцях, які мають, з одного боку, знання сучасних механізмів розвитку економіки, менеджменту, маркетингу, бізнес-планування, з іншого – специфікою наукової та інноваційної діяльності, механізмів її здійснення. Тому переформатування системи, що відбувається вищої освіти орієнтовано

на підготовку фахівців з інноваційним мисленням, які вміють організовувати та керувати інноваційними процесами на різних рівнях, які готові працювати в умовах жорсткої конкуренції, бути мобільними» [3, с. 53-54]. Наявність таких сучасних менеджерів є необхідною передумовою ефективної інноваційної діяльності організацій.

Система управління інноваційною діяльністю перебуває у постійному взаємозв'язку і взаємозалежності з іншими системами на підприємстві. Наприклад, керівники маркетингової діяльності надають інформацію про стан і тенденції розвитку ринку товарів, послуг і технологій; відділ кадрів займається добором персоналу, який буде здатний виконувати поставлені завдання.

Потім, всі дослідження узгоджуються с фінансовим відділом задля визначення майбутніх затрат. Завершальним етапом є узгодження всіх цих дій та витрат з керівником організації. Злагоджена та гармонійна робота всіх систем підприємства, які виступають як компоненти однієї системи, забезпечує організації досягнення визначених завдань. Притаманність системі управління інноваційною діяльністю таких властивостей як цілісність, адаптивність, розвиток, сумісність дає можливість злагоджено взаємодіяти з іншими системами управління на підприємстві.

Таким чином, завдяки інноваціям у менеджменті сучасні організації здатні проводити зміни синхронно зі змінами довкілля, що досягається готовністю співробітників привносити свою ініціативу, а інноваційна діяльність сприймається ними як необхідна та бажана робота.

Література.

1. Друкер П. Бизнес и инновации. М.: Вильямс. 2009. 432 с.
2. Крупанин А.А., Салимьянова И.Г. Методология развития инновационно-инвестиционной деятельности: монография. СПб.: ВИС, 2009. 136 с.
3. Салимьянова И.Г., Медынская И.В. Инновационное развитие науки и высшего профессионального образования в условиях модернизации: монография. СПб.: Астерион. 2011. 180 с.
4. Хэмел Г. Будущее менеджмента / Пер. с англ. В. Мишучков. СПб.: Best Business Book, 2013. 280 с.
5. Hamel G. The Why, What and How of Management Innovation. Harvard Business Review, 2006. 320 p.

АСПЕКТИ ВИНИКНЕННЯ, ОБЛІКУ ТА ПРАВОВОГО ЗАХИСТУ ВЛАСНИХ ТОРГОВЕЛЬНИХ МАРОК

КУРГАНСЬКА М.Г., ЗДОБУВАЧ ВИЩОЇ ОСВІТИ,
ДЕРЖАВНИЙ БІОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ*

В сучасних умовах існування світової та української економіки ми спостерігаємо підвищення рівня конкуренції у всіх сферах діяльності, через що підприємства, зокрема торгівлі, займаються пошуком та впровадженням нових способів досягнення переваг над конкурентами. Одним із таких способів є розробка власних торгових марок, які являють собою об'єкт інтелектуальної власності суб'єкта господарювання.

Ми погоджуємося з думкою Кузьо Н.Є та Косар Н.С., що актуальність проблеми у тому, що не всі споживачі довіряють продукції власних торгових марок, оскільки мають сумнів щодо їх відповідності стандартам та вимогам якості. Це відбувається через низький рівень цін на таку продукцію, порівняно з їх конкурентами. Іншою проблемою власних торгових марок є відсутність сучасного дизайну та наявність у складі продукції великої кількості шкідливих речовин та консервантів [1, с. 426]. При розгляді переваг та недоліків власних торгових марок, ми відносимо до переваг: розширення товарної пропозиції, контроль над ціноутворенням, зниження витрат на рекламу товару, підвищення рівня конкурентоспроможності товарів, унікальність продукції. До недоліків належать додаткові витрати на створення сприятливого іміджу та додаткове навчання працівників новим маркам.

Кетова Т. Б, думку якої ми підтримуємо, наводить в загальному виді головні етапи створення власних торгових марок, а саме: розробка специфікації на товар та замовлення його виробництва, тобто виробник створює для замовника марочний продукт, а просування цієї продукції замовник здійснює самостійно через свою власну торговельну мережу, що сприяє скороченню ланцюговості системи руху товарів. Безпосередній зв'язок підприємства з різним контингентом покупців дозволяє йому швидко реагувати на зміни кон'юнктури ринку та впливати на обсяг і структуру виробленої продукції [2, с. 400]. Тому, формування певної товарної та цінової політики допомагає суб'єкту господарювання вирішувати проблеми конкуренції та забезпечувати розвиток мережі.

* Науковий керівник – Золотухіна І.В., д.т.н., доцент

Оскільки торгова марка є об'єктом інтелектуальної власності який потребує охорони, то необхідні норми містяться у таких нормативно-правових актах: Цивільний кодекс України, Закон України «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг», Закон України «Про авторське право і суміжні права» та інші. Через те, що виключні права на торговельну марку засвідчуються свідоцтвом та проходять процедуру державної реєстрації, існування таємної та неоприлюдненої торгової марки неможливе. Тож, як зазначає Гордейчук В., торговельна марка як об'єкт правовідносин інтелектуальної власності – це нематеріальний результат інтелектуальної діяльності, який є позначення у вигляді символів, літер, слів, цифр, малюнків, комбінацій кольорів та інших позначень, яке виконує ідентифікаційну, гарантійну та рекламну функції, відрізняючи товари та послуги одних суб'єктів від подібних товарів та послуг інших, а також на підставі реєстраційної процедури надаються виключні права [3, с. 90].

Обліковий аспект полягає у тому, що згідно з П(С)БО 8 «Нематеріальні активи» нематеріальний актив – це немонетарний актив, який немає матеріальної форми та може бути ідентифікований [4]. Також, спираючись на класифікацію, що наведена в П(С)БО 8 торгової марку можна віднести до групи «права на комерційні позначення» за правовою ознакою та надати номер облікового рахунку. Проте існують проблеми у формуванні первісної вартості торговельної марки при її створенні, порядку та даті встановлення на балансі підприємства. Тому, при формуванні первісної вартості торговельної марки, витрати пов'язані з її створенням необхідно відображати на субрахунку 154 «Придбання (створення) нематеріальних активів». Тож, згідно П(С)БО 8 первісна вартість торговельної марки буде включати наступні витрати: вартість послуг дизайнера за розробку знаку для товарів і послуг; збір за подання заявки та проведення експертизи, яку проводить Державне підприємство «Український інститут інтелектуальної власності»; державне мито за видачу свідоцтва; збір за публікацію про видачу свідоцтва, в установленому порядку, публікуються в офіційному бюлетені «Промислова власність»; вартість послуг представників у справах інтелектуальної власності (патентних повірених), зареєстрованих відповідно до закону. Ці витрати накопичуються на субрахунку 154 та переносяться на субрахунок 123 «Права на комерційні позначення». Проте, визначити суму всіх витрат понесених на створення торговельної марки та встановлення її балансової вартості можливе після одержання свідоцтва на знаки для товарів та послуг. До одержання свідоцтва знак для товарів та послуг буде обліковуватися як

капітальна інвестиція. Право власності на знаки для товарів та послуг підлягає амортизації методами, передбаченими стандартами обліку, а строк нарахування амортизації встановлюється відповідно до свідчення на знаки для товарів та послуг [4].

Отже, сучасні аспекти виникнення, правового регулювання та обліку торговельної марки визначають необхідність більш детальної регламентації облікових питань, щодо визнання торговельної марки як нематеріального активу та правильного відображення її у фінансовій звітності, що може надати можливість для об'єктивної оцінки її вартості, залучення кредитних коштів під заставу права власності на знаки для товарів та послуг.

Література.

1. Кузьо Н.Є., Косар Н.С., Дуднік Б.Е. Дослідження конкурентоспроможності товарів власних торгових марок торговельних мереж України. *Економіка та управління підприємствами*. 2018. Вип. 22. С. 426-431.

2. Кетова Т.Б. Економічна сутність власних торгових марок у торгівлі та їх функції. *Бізнес Інформ*. 2019. № 11. С. 396-401.

3. Гордейчук В. Проблематика визначення торговельної марки як охоронюваного об'єкта правовідносин інтелектуальної власності. *Національний юридичний журнал: теорія і практика*. Апрель. 2018. С. 87-91.

4. Ясипшена В.В., Пославська А.І. Торговельна марка: обліковий, правовий і маркетинговий аспект. *Ефективна економіка*. 2017. № 3. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5475>

ФОРМУВАННЯ КОМУНІКАТИВНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ МЕНЕДЖЕРІВ ЯК ПЕРЕДУМОВА ЇХ ЕФЕКТИВНОЇ ПРОФЕСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

***КУРИЛО А.В., ЗДОБУВАЧ ВИЩОЇ ОСВІТИ*,
ДЕРЖАВНИЙ БІОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ***

Однією з особливостей формування професійної компетентності менеджерів є необхідність розвитку їх комунікативної взаємодії, що пов'язано із зростанням обсягу соціально-економічних контактів. За цих умов особливого значення набуває проблема фахової підготовки менеджерів до комунікативної професійної взаємодії, як

* Науковий керівник – Нагасв В.М., д.п.н., професор

невід'ємного атрибуту їх професійної діяльності та інструменту досягнення операційних цілей. Комунікація займає особливе місце в системі управлінської підготовки, виступаючи невід'ємною складовою професійної діяльності фахівця в системі менеджменту організацій [1, с. 229].

Менеджер підприємств і організацій – це керівник-лідер трудового колективу та соціуму, який забезпечує ефективну господарську діяльність через активізацію людського фактору шляхом прийняття управлінських рішень в умовах комунікативної взаємодії. У систему комунікаційного менеджменту входить управління всіма видами організаційних комунікацій, включаючи внутрішньо організаційні відносини, а також економічні, політичні, соціальні, маркетингові та фінансові комунікації. Ці менеджерські якості формуються завдяки вивченню теорії та практики професійної комунікації, яка покликана надати майбутнім фахівцям можливість ефективно впливати на виробничі ситуації в системі менеджменту організацій.

В умовах професійної управлінської діяльності комунікативна компетентність (КК) визначає здатність менеджера ефективно здійснювати свої функціональні обов'язки в системі багаторівневих комунікацій на рівні переконання трудових колективів і окремих виконавців сукупністю форм та засобів управлінського впливу [2, с. 45].

Наведені вище положення доводять, що професійна комунікація має відповідати конкретним напрямам професійної діяльності менеджера і мати структурно-функціональну побудову у вигляді моделі компетентності фахівця. Формування комунікативної компетентності у процесі фахової підготовки менеджерів розглянемо крізь призму аспектного аналізу за компетентісним, діяльнісним і технологічним підходами [3].

Компетентісний підхід реалізує гносеологічну мету фахової підготовки майбутніх менеджерів до КК, а саме, набуття студентами досвіду з організації та управління, а також досвіду роботи з інформацією.

Діяльнісний підхід виявляє процесну, суб'єктну та контекстно-змістову складові професійної підготовки і реалізує праксеологічну мету через навчальну діяльність суб'єктів щодо оволодіння знаннями, вміннями та навичками з КК.

Технологічний підхід полягає в забезпеченні педагогічних умов організації освітнього процесу з метою формування компетентісних характеристик досвіду КК. Даний підхід реалізується через

імплементацию педагогічних технологій, застосування алгоритмізованих методів, засобів і форм на основі принципів управління та професійної комунікації [3].

Комунікативна компетентність формується в умовах безпосередньої взаємодії, тому є результатом досвіду спілкування у процесі навчання. Цей досвід набувається у процесі безпосередньої взаємодії майбутніх фахівців під час виконання творчих вправ, аналізу управлінських ситуацій, впровадження інтерактивних методів навчання, в результаті чого здобувач формує вміння з аналізу комунікативних ситуацій, навички з визначення особливостей міжособистісної взаємодії та засоби їх вирішення [4, с. 108].

Розглянемо компонентну структуру КК менеджерів в системі підготовки управлінських кадрів відповідно до функціонального аспекту. До її основи включено: планувальну, організаційну, мотиваційну, організаційну, контрольну та аналітичну комунікації. Кожна з цих груп спирається на цілком конкретні функціонально-комунікативні ролі менеджера. На цій основі визначимо комунікативну компетентність менеджера як здатність суб'єкта до успішного здійснення комунікативної взаємодії в професійній сфері, що ґрунтується на системних знаннях комунікативних технологій, риторичних уміннях і навичках, а також сукупності особистісних якостей, які охоплюють мотивацію, вольовий прояв і рефлексію.

Висновки. Модель КК менеджера розуміємо як інтегративну структуру, складниками якої є такі компоненти: емоційно-ціннісний (мотиваційні потреби, інтереси, цілі та цінності комунікативної діяльності); когнітивний (повнота, системність, гнучкість знань, їх науковий характер, етична спрямованість знань); комунікативно-діяльнісний (пізнавальна активність, творча управлінська діяльність, уміння і навички переконувати співбесідника, лідерські здібності, мистецтво управління); особистісно-розвивальний (здатність до саморозвитку, уміння і навички самоуправління та рефлексивної діяльності, досвід професійної комунікації).

Література.

1. Грідін О.В. Концептуальні підходи до створення ефективної системи управління персоналом. *Вісник Харківського національного технічного університету імені Петра Василенка: Економічні науки*. Харків: ХНТУСГ, 2017. Вип. 188. С. 228-236.

2. Нагаєв В.М. Формування досвіду соціокультурної професійної комунікації менеджерів у процесі їх фахової підготовки. *Актуальні проблеми інноваційної економіки*. 2017. № 2. С. 42-47.

3. Олійник Д. Г. Формування комунікативної професійної компетентності менеджерів в системі публічного адміністрування. *Сучасний менеджмент: моделі, стратегії, технології*: Матеріали XXI Всеукраїнської студентської науково за міжнародною участю, 23 квітня 2020 р. Одеса: ОРІДУ НАДУ, 2020. С. 600-601.

4. Циціна Д. С. Компонентний аналіз структури професійної риторичної компетентності майбутніх менеджерів. *Актуальні проблеми вищої професійної освіти*: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. 21-22 березня 2013 р. Київ: НАУ, 2013. С. 107-108.

РОЛЬ ІНВЕСТУВАННЯ В ЗАБЕЗПЕЧЕННІ СТАБІЛЬНОСТІ РОЗВИТКУ РЕГІОНУ

***ЛУНЬОВА Т.С., К.Е.Н., ДОЦЕНТ,
НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ СТАТИСТИКИ, ОБЛІКУ ТА АУДИТУ***

Значення інвестування для забезпечення стабільного розвитку регіону обумовлене соціально-економічним ефектом від вкладених інвестицій, зокрема для підприємницьких структур він полягає в можливості отримувати стабільний прибуток, а для населення – у можливості отримати роботу, поліпшити умови проживання, в цілому підвищити рівень життя. Реалізація довгострокових інвестиційних проєктів формує структуру регіональної економіки, визначає місце регіону в економіці країни, змінює структуру попиту на ринку праці. Розвиток інвестиційних процесів в регіоні забезпечує досягнення реальних структурних зрушень в економіці, технічне перезбросення, підвищення якісних показників господарської діяльності і, головне, підвищення якості і рівня життя населення.

Теорія та практична діяльність виявляють зв'язок між інвестуванням та економічним зростанням. За оцінками фахівців Світового банку і Міжнародної фінансової корпорації, при підвищенні приватних інвестицій в країнах, що розвиваються, на 1 % до ВВП, за інших рівних умов, збільшується середньорічний темп зростання економіки на 0,71 % [1, с. 23].

А.В. Нечипоренко зазначає, що «інвестиції є фінансовим інструментом, що визначає загальне зростання економіки. У результаті інвестування в економіку збільшується валовий регіональний продукт, розвиваються і йдуть вперед в економічній конкуренції галузі, що найбільшою мірою задовольняють попит на певні товари. Інвестиції, що утворюються за рахунок ВРП, самі обумовлюють його зростання й

відтворення» [2, с. 64]. Зазначений автор вважає, що у процесі здійснення інвестиційної діяльності в регіоні необхідно надавати перевагу вітчизняним інвесторам, а іноземні інвестиції доцільно використовувати лише на початковому етапі формування соціально орієнтованої економіки регіону. До інвестиційних інструментів стимулювання регіонального розвитку він відносить:

- інноваційне інвестування регіональної науки та технологій;
- приватне та державне капіталовкладення наукоємних технологій, орієнтоване на досягнення стійкого регіонального розвитку.

В процесі інвестування першим і найважливішим кроком є визначення чітких і досяжних цілей. Головна мета регіональної інвестиційної політики – стабільний соціально-економічний розвиток регіону на основі раціонального використання інвестиційних ресурсів.

Досягнення цієї мети вимагає не тільки нарощування інвестиційних ресурсів, але також підвищення економічної і соціальної ефективності їх використання шляхом направлення фінансування на інноваційний розвиток виробництва, на створення високопродуктивних робочих місць, розвиток інфраструктурного середовища. Цього можна досягти, підвищуючи інвестиційну привабливість регіонів, як для залучення інвестицій (у т.ч. іноземних), так і для міжрегіонального перерозподілу фінансових ресурсів.

Інвестиції в розвиток регіону, з нашої точки зору, повинні бути спрямовані на забезпечення економічного і соціального розвитку регіонів з урахуванням раціонального використання їх потенціалу, відтворення місцевих ресурсів і охорони навколишнього середовища; підвищення технологічного та інформаційного рівня всіх сфер господарської діяльності для досягнення конкурентоспроможності продукції та послуг підприємницьких структур регіону.

Перед побудовою інвестиційної стратегії регіону необхідно з'ясувати вплив факторів на інвестиційну діяльність. На думку К.Ю. Деделюк, найбільш значущими регіональними факторами, які позитивно впливають на інвестиційне середовище регіону, є такі [3, с. 135]:

- географічне розташування;
- наявність природних та фінансових ресурсів;
- розвинута інфраструктура;
- потужний кадровий потенціал;
- активність регіональної влади;
- наявність об'єктів, привабливих для інвестування.

Факторами, які перешкоджають ефективному інвестуванню в

регіонах України, є наступні [3, с. 135]:

- недостатнє інституційне забезпечення інвестиційної політики в регіонах;
- неефективність окремих інструментів фінансування капітальних проєктів;
- низька ефективність розподілу інвестицій.

З нашої точки зору, пріоритетними напрямками активізації інвестиційної діяльності в регіонах України повинні стати такі:

- покращення інвестиційного клімату в регіонах, зокрема шляхом інформаційно-аналітичного забезпечення формування інвестиційного іміджу регіону;
- розширення переліку інструментів залучення інвестицій, зокрема через застосування державно-приватного партнерства;
- створення на території регіону технопарків, наукових парків та бізнес-інкубаторів;
- розвиток міжнародної взаємодії у сфері інвестування.

В цілому слід зробити висновок, що інвестиційна діяльність в регіонах країни – це невід’ємна складова, яка відіграє вирішальну роль в процесі забезпечення стабільності їх розвитку.

Література.

1. Мороз М.О. Інвестиційна безпека України: дис. ... канд. екон. наук: 08.00.08. Київ: ДВНЗ «Університет банківської справи», 2019. 252 с.
2. Нечипоренко А.В. Фінансові інструменти стимулювання регіонального розвитку в Україні: дис. ... канд. екон. наук: 08.00.08. Ірпінь, 2018. 270 с.
3. Деделюк К.Ю. Актуальні виклики активізації інвестиційної діяльності регіонів України. *Науковий вісник Мукачівського державного університету. Серія: Економіка*. 2015. Вип. 2(4). С. 133-137.

ВПЛИВ ІННОВАЦІЙНОГО ПРОГРЕСУ НА ЕКОНОМІЧНЕ СЕРЕДОВИЩЕ

МАЗУР О.О., К.Е.Н.,

МАЗУР О.В., СТУДЕНТКА,

**КИЇВСЬКА МУНІЦИПАЛЬНА АКАДЕМІЯ ЕСТРАДНОГО
ТА ЦИРКОВОГО МИСТЕЦТВ**

Інновації є ключовою рушійною силою економічного прогресу, які приносять користь споживачам, бізнесу та економіці в цілому.

В економічному плані інновація описує розробку та впровадження ідей і технологій, які покращують товари та послуги або роблять їх виробництво більш ефективним [1, с. 185]. Зовсім недавно інформаційні технології змінили методи виробництва компаній і канали збуту їхніх товарів і послуг, відкриваючи шлях до нових ринків і бізнес-моделей.

Оскільки інновації мають сильний вплив на макроекономічне середовище, ЄЦБ стежить за його розвитком і прагне створити економічні та соціальні передумови, що сприяють його розвитку [2, с. 201].

Метою Європейського центрального банку є підтримання стабільності цін. Через відсоткові ставки ЄЦБ впливає на умови фінансування економіки та, зрештою, на загальний попит на товари та послуги. Але довгостроковий потенціал зростання економіки, який залежить від інновацій, також визначає здатність ЄЦБ виконувати свій мандат.

Однією з головних переваг інновацій є їх внесок у економічне зростання. Простіше кажучи, інновації можуть призвести до підвищення продуктивності, тобто, збільшення виробництва при тих самих витратах. Підвищення продуктивності призводить до збільшення виробництва товарів і послуг, тобто до зростання економіки [4, с. 278]. Розробляються та впроваджуються нові ідеї та технології, збільшуючи виробництво з тими ж витратами. Збільшення виробництва товарів і послуг підштовхує до зростання заробітної плати та прибутковості компаній.

Інновації та зростання продуктивності є надзвичайно корисними для споживачів і бізнесу. Заробітна плата робітників зростає в міру зростання продуктивності. Таким чином, вони можуть купувати більше товарів і послуг. З іншого боку, компанії збільшують свій прибуток і можуть інвестувати та наймати працівників.

Спочатку інновації зазвичай обмежуються компанією, яка вперше використовує нову технологію, яку вона розробила. Але щоб дати повний результат, він повинен поширюватися на всю економіку та однаково приносити користь компаніям будь-якого розміру, які працюють у різних секторах, що називається процесом дифузії інновацій [3, с. 76].

Європа була місцем багатьох інновацій і залишається інноваційним регіоном, потенціал для інновацій. Але єврозона вже давно відстає від інших великих країн з розвинутою економікою з точки зору витрат на дослідження та розробки.

Більше того, поширення інновацій відбувається повільно. Успішні та високопродуктивні компанії особливо інноваційні, ті, що «відстають», мало виграють від інновацій.

Отже, структурні заходи щодо сприяння інноваціям включають збільшення витрат на дослідження, розробки та інвестиції в освіту, заходи щодо сприяння створенню бізнесу та встановлення процедур швидкого виходу з ринку для компаній-банкрутів. Компанії також можуть заохочувати інновації, інвестуючи в своїх людей чи власні дослідження і розробки.

Література.

1. Вівчар О.Й., Паранька Н.М. Інноваційна діяльність в Україні та напрямки її розвитку. Науковий вісник НАТУ України: зб. наук.-техн. праць. Львів: РВВ НАТУ України. 2019. Вип. 21.9. С. 183-187.
2. Микитюк П.П. Інноваційний розвиток підприємства: навч. посібник. Тернопіль: ПП «Принтер Інформ», 2015. 224 с.
3. Щербань В.М., Козубенко Л.Л. Товарно-інноваційна політика: навч. посібн. К.: Вид-во «Кондор», 2016. 396 с.
4. Юринець З.В., Гнилянська Л.Й. Інвестиційний та інноваційний менеджмент. Львів: Вид. центр ЛНУ ім. Івана Франка, 2012. 320 с.

ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА: ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ

***МІШНЬОВА Д.С., СТУДЕНТКА*,
ДЕРЖАВНИЙ БІОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ***

Якісні зрушення в сучасній економіці демонструють той факт, що відбулося значне перегрупування факторів і джерел, що визначають економічний розвиток. Звужені можливості традиційних ресурсів економічного зростання пов'язані як з наближенням фізичних меж їх використання, так і з ефективністю, що знижується, і збільшенням витрат на природоохоронні заходи. Це означає, що домінантою у становленні моделі економічного зростання у ХХІ ст. при переході до Шостого технологічного устрою суспільства має стати система інноваційних процесів, наукових знань, нових технологій, продуктів та послуг.

* Науковий керівник – Ткаченко С.Є., к.е.н., доцент

Згідно із Законом України «Про інноваційну діяльність», інноваційна діяльність – діяльність, що спрямована на використання і комерціалізацію результатів наукових досліджень та розробок і зумовлює випуск на ринок нових конкурентоздатних товарів і послуг [1]. Багато сучасних вітчизняних та іноземних науковців досліджували теоретичні аспекти інновацій та інноваційної діяльності [2-5].

Виходячи з проведеного аналізу літературних джерел, ми дійшли висновку, що можна виділити такі властивості, притаманні інноваціям:

По-перше, інновація є кінцевим результатом науково-дослідної та практичної діяльності у певній сфері. По-друге, інновація за своїми характеристиками відрізняється від попередніх аналогів. По-третє, інновація створюється з метою одержання економічного, управлінського, екологічного, науково-технічного чи іншого виду ефекту.

Таким чином, у широкому сенсі під інновацією слід розуміти кінцевий результат науково-дослідної та практичної діяльності людей, що відрізняється від попередніх аналогів та реалізований у вигляді нового чи вдосконаленого продукту або вдосконаленого технологічного процесу, створений з метою одержання економічного, управлінського, екологічного чи іншого виду ефекту.

В економічній науці під інноваційною діяльністю розуміється діяльність із доведення науково-технічних ідей, винаходів, розробок до результату, придатного у практичному використанні. У повному обсязі інноваційна діяльність включає всі види наукової діяльності, проектно-конструкторські, технологічні, досвідчені розробки, діяльність з освоєння нововведень у виробництві та їх споживачів — реалізацію інновацій [2, с. 12].

Це означає, що інноваційна діяльність є не одиничним актом запровадження будь-якого нововведення, а цілеспрямованою системою заходів щодо розробки, впровадження, освоєння, виробництва та комерціалізації нововведень [4].

Інноваційна діяльність складається з виконання цілої низки заходів, об'єднаних в один логічний ланцюг. Кожна ланка цього ланцюга підпорядковані своїй логіці розвитку, мають закономірності і зміст. Об'єднуючись вєдино, наукові дослідження, дослідно-конструкторські та технологічні розробки, інвестиційно-фінансові, комерційні та виробничі заходи підпорядковані одній головній меті - створенню нововведення. Тому інноваційну діяльність не можна звести до жодної з її складових; вона характеризується фронтальністю, високим рівнем невизначеності та ризику, складністю прогнозування результатів [3, с. 42-45].

Кожна інновація реалізується за схемою, яка має назву інноваційного циклу, що включає різні етапи — від ідеї до комерціалізації нововведення.

Первинним етапом нововведення є творчий акт створення ідеї, що має імовірнісний характер. Етап народження нової ідеї пов'язаний з виникненням концепції нововведення. За етапом народження ідеї слідує етап винаходу або розробки предметної форми нововведення, тобто. надання ідеї матеріальної субстанції та форми. Результатом винаходу є інформаційний продукт: конструкція виробу, технологічна схема процесу тощо. На цьому етапі доводиться науково-технічна можливість реалізації ідеї нововведення. Наступним етапом є нововведення, що полягає у матеріалізації ідеї, інформації, закладеної у наукових дослідженнях та конструкторських розробках. Етап нововведення складається з первинного акту застосування одиничного нововведення з його подальшим тиражуванням [5].

Створення нової технології розробки включає проведення лабораторних досліджень, проектування технологічних схем, складання технологічної документації (технологічних регламентів, креслень, інструментів, оснащення тощо). Зміст науково-технічного етапу складають наукові дослідження, дослідно-конструкторські розробки, лабораторні та технологічні випробування нових зразків, пусконаладжувальні роботи, технічна допомога, консультації та авторський нагляд за нововведеннями. Наступний етап присвячений освоєнню нової продукції чи нової технології у виробництві. На виробничій стадії здійснюється весь комплекс робіт з освоєння нової продукції, виготовлення перших партій, та здійснення масового випуску нового продукту [5, с. 57-59]. Розподіл інноваційних процесів на різні групи дозволяє проаналізувати їх рівень, вплив на економічні показники діяльності окремого підрозділу та підприємства в цілому.

Література.

1. Закон України «Про інноваційну діяльність» від 04.07.2002 р. № 40-IV (з чинними змінами та доповненнями). URL: <http://zakon.rada.gov.ua>
2. Маркетинг. Менеджмент. Інновації: [монографія] / За ред. д.е.н., проф. С.М. Ілляшенка. Суми: Папірус, 2010. 621 с.
3. Фатхутдинов Р.А. Инновационный менеджмент. СПб.: Питер пресс, 2008. 442 с.
4. Сербенівська А.Ю. Сутність та значення інноваційних процесів в діяльності підприємств. *Ефективна економіка*. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua>
5. Скрипко Т.О. Інноваційний менеджмент: підручник. К.: Вид-во «Знання», 2011. 423 с.

ІНСТРУМЕНТИ ЕФЕКТИВНОГО ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОГО РОЗВИТКУ НАУКОВОЇ УСТАНОВИ

*ПІЛИПЕНКО О.В., К.Е.Н., ДОЦЕНТ,
ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІНФРАСТРУКТУРИ ТА ТЕХНОЛОГІЙ*

Наукова установа Національний науковий центр «Інститут землеробства Національної академії аграрних наук України» має значний інтелектуальний потенціал і перспективи успішної науково-дослідної та патентно-ліцензійної діяльності. Конкурентоспроможність Інституту в сучасних умовах залежить від багатьох факторів і не в останню чергу – від обраної стратегії управління інтелектуальною власністю, яка об'єднує зусилля і враховує інтереси всіх підрозділів установи за різними напрямками наукових досліджень.

Основним продуктом діяльності Інституту є інтелектуальний капітал, що включає як об'єкти авторського права: результати наукової діяльності, монографії, результати наукових досліджень, бази даних; так і об'єкти промислової власності: сорти та гібриди низки сільськогосподарських культур, винаходи, корисні моделі, знаки для товарів та послуг. Інтелектуальна власність – одна із форм майна, що потребує належної правової охорони. Правова охорона забезпечує закріплення за Інститутом права інтелектуальної власності на конкретні результати інтелектуальної, творчої діяльності, що в свою чергу є необхідною умовою для введення цих об'єктів в господарський оборот.

В ННЦ «Інститут землеробства НААН України» для інтенсифікації діяльності по комерціалізації інновацій створено відділ інтелектуальної власності та маркетингу інновацій. Відділ створено з метою ведення ефективної політики з усіх питань, які стосуються управління інтелектуальною власністю, інноваційним розвитком, маркетингом, зовнішньоекономічною діяльністю, формуванням брендового «обличчя» установи. У складі відділу функціонує сектор інноваційної діяльності [1].

Ми пропонуємо створити у цьому підрозділі сектор рекламно-інформаційної діяльності та стимулювання збуту, завданням якого буде поширення інформації про розробки Інституту з метою збільшення обсягів реалізації насінневої продукції та реалізації ліцензійної продукції, надання послуг.

Функції спеціаліста з реклами і стимулювання збуту полягають у плануванні, організації і контролю рекламної та інформаційної

діяльності установи, діяльності в області просування результатів наукових досліджень і стимулювання збуту. На нього ж покладаються обов'язки по організації та підтримці зв'язків з громадськістю, оскільки на сьогодні інформування про результати наукової діяльності установи є надзвичайно важливими. А також в його завдання входить координування всього комплексу маркетингу з просування розроблених сортів рослин та використання корисних моделей (в основному полягають у різноманітних способах оцінки стану та обробки ґрунту та насінневого матеріалу).

На нашу думку, для того, щоб забезпечити зростання доходів установи, необхідно провести рекламну кампанію в спеціалізованих виданнях і каталогах. Економічний ефект витрат на рекламу в спеціалізованих виданнях складає 9,76 грн на кожен гривню, витрачену на рекламу. Планове зростання річного валового доходу після реалізації рекламних заходів становитиме 12,69 %. Вважаємо, що інтенсивну рекламну кампанію достатньо провести протягом I кварталу року, перед посівною кампанією, тоді, коли сільгосп підприємства здійснюють підготовку до сівби ярих культур. Правильно організована рекламна кампанія сприятиме підвищенню конкурентоспроможності установи на ринку посівних матеріалів та спеціалізованих послуг, збільшить інформування потенційних покупців та сприятиме розширенню їх кола, включаючи і малих сільгоспвиробників та фермерів.

Для того, щоб залучити новий сегмент сільськогосподарських виробників, що придбають результати інноваційної діяльності (посівний матеріал) потрібно запропонувати на ринок нові сорти рослин, які на сьогодні можуть бути «в тренді» у споживачів. Враховуючи сучасні тенденції, пропонуємо зацентрувати цікавість потенційних споживачів на таких розробках, як:

- органічна продукція (тобто культури, вирощені за технологіями органічного виробництва) [2];

- культури, що мають вузьке призначення і орієнтовані на споживачів, які мають особливі потреби, наприклад, не переносять глютену. Такою особливою зерною культурою є спельта (підвид пшениці).

Порівняно з поширеними видами пшениці спельта має ряд переваг і недоліків. Перевагами, на які слід звернути увагу, є:

- добре переносить низькі температури на різних стадіях розвитку;
- має високий вміст протеїну (до 25 %) та клейковини (до 50 %), в насінні спельти міститься мінімальна кількість глютену. Хліб з неї

можуть вживати люди з алергією на глютен. Наразі хліб зі спельти можна придбати у супермаркетах у розділах екологічної їжі [3]. А попит на продукцію з низьким вмістом глютену в останні роки тільки зростає.

Отже, розробка і реалізація таких видів культур мають свого споживача. Слід зазначити, що ННЦ «Інститут землеробства» має достатньо високий потенціал розробки таких сучасних культур, оскільки показники рентабельності виробництва сільськогосподарських культур установи інколи вищі, ніж в агробізнесі середньому по Україні [4]. Так, рентабельність виробництва органічної спельти на сьогодні в установі – 486 % [1], та й рентабельність інших органічних культур дуже висока – наприклад, органічних гречки і проса, що свідчить про високу зацікавленість довосенного ринку у розвитку такого виробництва і у цих культурах.

Література.

1. Офіційний сайт ННЦ Інститут землеробства НААНУ.
URL: <https://zemlerobstvo.com/>
2. Органічне виробництво в Україні. Міністерство економіки України.
URL: <https://www.me.gov.ua/Documents/DetailOrganichneVirobnitstvoVUkraini>
3. Спельта. Вікіпедія. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/%B0>
4. Рентабельність агробізнесу в 2021 році: прогнози та експертні оцінки.
URL: <http://agro-business.com.ua/agro/ekonomichnyi-hektar/item/20418-rentabelnist-ahrobiznesu-v-2021-rotsi-prohnozy-ta-ekspertni-otsinky.html>

АКТУАЛЬНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ СТАРТАПІВ В УКРАЇНІ

**САК Т.В., К.Е.Н., ДОЦЕНТ,
ВОЛИНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ЛЕСІ УКРАЇНКИ**

Розвиток стартапів, як сучасної форми започаткування інноваційного підприємництва, має високий потенціал в Україні. За міжнародним рейтингом StartupBlink Україна в 2021 році займала 34 позицію серед 100 країн [2]. За останні 20 років стрімких обертів набрала розробка стартапів в ІТ індустрії. Проте, в Україні є чимало інших перспективних сфер, окрім ІТ, які в майбутньому можуть розвиватися і допоможуть вивести Україну на високі рейтинги інновацій.

Для усього світу 2021 рік став рекордним по залученню інвестицій у стартапи. Так, у 2021 році було залучено \$ 454 млрд., тоді

як у 2020 році – \$ 332 млрд. [3]. Такий ріст свідчить про розвиток венчурної індустрії.

В Україні є велика кількість масштабних та успішних стартапів. Незважаючи на війну, українські стартапери отримують стабільні прибутки у сфері IT-аутсорсингу та інших сферах віддаленої роботи, а зростання ринку має більші темпи, ніж у країнах ЄС. За підсумками 2021 року було виділено 8 найкращих стартапів в Україні за версією Forbes [1]: Gitlab – розробка програмного забезпечення; Grammarly – вебсервіси; Ajax Systems – розумні пристрої; People.ai – CRM; Restream – стримінг; MacPaw – застосунки; Jiji – електронна торгівля; Preply – онлайн-навчання. Зазначені галузі стартапів підтверджують факт про те, що в Україні стартапи найбільше розвиваються у сфері інформаційних технологій.

Однією з причин сповільнення розвитку стартапів в Україні (у порівнянні з США, країнами ЄС) є відсутність інвестиційно спроможних вітчизняних замовників, які б купили кінцевий продукт, створений в результаті інноваційної діяльності. Це призводить до того, що українські стартапери реалізують стартап проекти за кордоном (у США, Європі, країнах Азії), де отримати інвестиції та комерціалізувати ідеї значно легше, ніж в Україні, особливо в сучасних умовах воєнного стану.

В той же час, важливою умовою для успішної реалізації будь-якого стартапу є стабільне нормативно-правове забезпечення в країні, що включає в себе: здорову конкуренцію; правильно налагоджену правову систему, яка б не обмежувала дії стартаперів; високий рівень освіти та допомога з боку університетів в інноваційних дослідженнях та розробленні нових ідей; фінансова підтримка з боку держави не тільки за умов, що проєкт є успішний, але й на початкових етапах розвитку; введення податкових пільг та інших економічних стимулів.

Для подальшого розвитку стартапів в Україні необхідна підтримка з боку держави як в інноваційній сфері, так і в галузі венчурного інвестування:

- орієнтація на розвиток підприємницької культури;
- надання можливості стартаперам брати участь у міжнародних програмах;
- гарантія захисту прав стартаперів, інтелектуальної власності;
- залучення інвестицій для подальшого розвитку стартапів на території країни.

Розвиток стартап індустрії є перспективною та прибутковою формою ведення бізнесу в Україні, оскільки завдяки цьому не тільки

виникають нові компанії, але їй вирішуються проблеми малого та середнього бізнесу. Інноваційне підприємництво дає можливість створювати нові робочі місця, покращувати інвестиційний клімат, що буде особливо важливо для післявоєнного відновлення України.

Варто зазначити, що в Україні перспективною є не лише IT сфера, але й, враховуючи усі переваги країни, стартапи можуть ефективно розвиватись у сільському господарстві, переробній промисловості, фінансовій діяльності, страховій діяльності, телекомунікації тощо. Важливими є бізнес-ідеї щодо забезпечення енергетичної незалежності, використання екологічних технологій, психологічної допомоги та альтернативної освіти в умовах війни.

Отже, розвиток інноваційного підприємництва має стати основою забезпечення конкурентоспроможності українського бізнесу. Ефективна реалізація стартапів є можливістю для післявоєнного відновлення країни та виходу на міжнародні ринки венчурного капіталу.

Література.

1. Forbes. 30 кращих стартапів за версією Форбс. URL: <https://forbes.ua/ru/ratings/30-luchshikh-startapov-02042021-1251> (дата звернення: 05.04.2022).
2. Global Startup Ecosystem Index 2021. *Startupblink*. URL: <https://www.startupblink.com/> (дата звернення: 11.04.2022).
3. Україна потрапила в топ-35 найбільших стартап-країн світу. *Бізнес*. URL: <https://www.business.ua/uk/ukraina-potrapyla-v-top35-naibilshykh-startapkrain-svitu> (дата звернення: 10.014.2022).

МЕНЕДЖМЕНТ КОМПАНІЇ «НОВА ПОШТА»: ВИКЛИКИ ТА УПРАВЛІНСЬКІ РІШЕННЯ

***ТКАЧОВА С.С., К.Е.Н., ДОЦЕНТ,
ДАВИДЕНКО О.В., ЗДОБУВАЧ ВИЩОЇ ОСВІТИ,
ДЕРЖАВНИЙ БІОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ***

Якщо оцінювати ефективність менеджменту Групи Нова Пошта (НП) у кількісних показниках, необхідно зазначити наступне. Це унікальна українська компанія з 21-річним успішним досвідом роботи; лідер логістичного ринку; компанія, яка створила та розвинула ринок експрес-доставки в Україні. Група включає українські та зарубіжні компанії – Нова Пошта, НП Логістик, NovaPay, Нова Пошта Глобал. З

2014 р. НП розпочала свою міжнародну експансію, відкривши компанії в Грузії та Молдові. Це один з найкрупніших платників податків в Україні (за 2020 р. – 5 млрд грн. податків та зборів; один з найкрупніших роботодавців України, в компанії працюють 32 тис. осіб. Мережа компанії об'єднує 9300 відділень (75 % – за франчайзингом), 13 тис. поштоMATів, 5 інноваційних терміналів: КІТ (м. Київ), ХІТ (м. Хмельницький), ЛЕО (м. Львів), ХАІ (м. Харків), ДАО (м. Дніпро). Це соціально-відповідальний бізнес. Підтвердженням успіху компанії є такі показники: своєчасно у відділенні – 95,03 % відправлень; своєчасно за адресою – 87,08 %; своєчасно отриманий вантаж – 92,02 %; NPS готовність рекомендувати – 76 % [1]. НП має 8 млн клієнтів. Група компаній за час існування пройшла 5 етапів стратегічного розвитку, з 2016 р. працює відповідно до Стратегії стійкого розвитку. На основі роботи компанії за 2020 р. на початку квітня 2021 р. українське рейтингове агентство «Стандарт-Рейтинг» вдруге підвищило кредитний рейтинг НП та її облігацій до рівня uaAA. Це підтвердження інвестиційної привабливості та стабільного розвитку НП [2]. Виручка компанії за 2021 р. зросла більш ніж на 20 %, порівняно з 2020 р., який НП завершила з доходом 16,9 млрд грн і чистим прибутком 991 млн грн. Протягом 2021 р. українці відправили через НП 372 млн посилок (+14 %), що у декілька разів більше, ніж через державну Укрпошту. Гендиректор Укрпошти І. Смілянський оцінює частку Нової Пошти у цьому сегменті як домінуючу: доля ринку НП (за обсягами 2019 р.) становила 75 %, Укрпошти – 11 % [3]. У планах Групи Нова Пошта на 2022 р. було швидке масштабування. Бюджет розвитку збільшився у півтора рази – до 5 млрд грн. Найбільша інвестиція – 1,2 млрд грн виділена на будівництво одеського інноваційного терміналу. До кінця 2022 р. НП планувала збільшити мережу поштоMATів удвічі – до 25 тис. пристроїв, мережу відділень на 10 % – до 11 тис. Міжнародні посилки до кінця 2022 р. повинен був доставляти флот із двох літаків власної авіакомпанії Supernova Airlines. 10.02.2022 р. засновники НП стали одними з переможців премії Forbes в номінації «Нові горизонти» [4]. З такими домінуючими на ринку доставки України результатами діяльності та грандіозними планами на майбутнє Група Нова Пошта підійшла до початку війни 24.02.2022 р. Величезним викликом для компанії співвласник В. Клімов назвав операційний звіт від 26.02.2022 р. – «обсяг доставок компанії в цей день упав до 2 % від довоєнного рівня» [5].

Як змінювався менеджмент компанії та які стратегічні рішення приймав та приймає під час війни? Це моментальне створення

оперативного штабу для прийняття рішень в режимі 24/7 відповідно до подій в країні. Розгортання резервного центру управління компанією (2 власники, СЕО НП, операційний директор та директор національної мережі) поза Києвом. Максимальне скорочення витрат компанії (завдяки перемовинам, знижкам, відтермінуванню). Топ-менеджмент НП за власною ініціативою відмовився від заробітної плати. У березні співробітникам призупинено виплати КРІ. Також у березні 1500 працівників відправлено у простій. Зміна логістичної моделі у перші тижні війни 1 раз на 3 дні, потім щотижня. Активна благодійна діяльність. Проведення управлінської реформи в компанії: оптимізація управлінського складу, а також кількості рівнів прийняття рішень. Коригування стратегічних планів та інвестицій у розвиток нових проектів (\$100 млн) [6]. Спрямування зусиль на активний розвиток міжнародної доставки. Страхування бізнесу від воєнних ризиків. За 1800 мобілізованими співробітниками НП зберігаються їх робочі місця та заробітна плата. У результаті прийнятих та реалізованих управлінських рішень компанія НП сьогодні відчуває себе впевнено, втримує фінансову стійкість, активно відновлює операції, прагне до довоєнних обсягів. На початок травня в мережі вже працювало понад 4800 відділень та близько 8700 поштوماتів. Відновлено кур'єрську доставку і забір посилок: послуга наразі доступна у 6670 населених пунктах. Щодня відновлюється робота 100-200 відділень, відкриваються повністю нові відділення [6]. Група Нова Пошта після війни планує стати одним з лідерів серед міжнародних компаній.

Література.

1. Офіційний сайт компанії Нова Пошта.
URL: <https://novaposhtha.ua/ru> (дата звернення: 15.05.2022).
2. «Нова Пошта отримала підвищення кредитного рейтингу uaAA.
URL: <https://novaposhtha.ua/news/rubric/2/id/8402> (дата звернення: 15.05.2022).
3. «Нова Пошта» покінчила з монополією «Укрпошти». Держоператор прокинувся і повертається в бій. URL: <https://forbes.ua/company/nomer-vidstezhennya-02012021-811> (дата звернення: 15.05.2022).
4. Вміння заглянути за обрій зробило засновників «Нової Пошти» одними з переможців премії Forbes. Де закінчуються амбіції Клімова та Поперешнюка? URL: <https://forbes.ua/inside/vminnya-zaglyanuti-za-obriy-zrobilo-zasnovnikiv-novoi-poshti-odnimi-z-peremozhtsiv-premii-forbes-de-zakinchuyutsya-ambitsii-klimova-ta-popereshnyuka-20022022-3760> (дата звернення: 15.05.2022).

5. У «Нової Пошти» у перші дні війни залишилось тільки 2 % доставок. Як відновлюється компанія? Інтерв'ю із співзасновником В'ячеславом Климовим. URL: <https://forbes.ua/ru/inside/skinuti-zayve-ta-stavati-globalnoyu-vyacheslav-klimov-pro-uroki-viyini-ta-rozbudovu-novoi-poshti-intervyu-26042022-5608> (дата звернення: 15.05.2022).

6. «Нова пошта» і війна: як змінилася робота найбільшої в Україні служби доставки. URL: <https://mind.ua/video/20241311-nova-poshta-i-vijna-yak-zminilasya-robota-najbilshoyi-v-ukrayini-sluzhbi-dostavki> (дата звернення: 15.05.2022).

ІННОВАЦІЇ ЯК ПАРАДИГМА СУЧАСНИХ МЕТОДІВ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ

***УСТИЛОВСЬКА А.С., ДОКТОР ФІЛОСОФІЇ, ДОЦЕНТ,
ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІНФРАСТРУКТУРИ ТА ТЕХНОЛОГІЙ
БОЖИДАЙ І.І., К.Е.Н., СТАРШИЙ ВИКЛАДАЧ ЗВО,
ДЕРЖАВНИЙ БІОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
НАКАЛЮЖНА А.О., АСПРАНТ, СТАРШИЙ ВИКЛАДАЧ ЗВО,
ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІНФРАСТРУКТУРИ ТА ТЕХНОЛОГІЙ***

З розвитком відносин у суспільстві розвиваються й виробничі відносини між керівництвом підприємств та їх персоналом. Саме тому методи управління персоналом постійно еволюціонують. Керівництво підприємства знаходиться в постійному пошуку нових методів та інструментів управління. Останнім часом, досить актуальним стають радикально нові, інноваційні методи управління, до них відноситься і праксеологічний підхід (орієнтація управління на зміну поведінки працівника). Характер управління стає більш «людяним», фокусуючись на людях як на головній конкурентній перевазі підприємства, створюються умови, що дозволяють персоналу застосовувати у роботі унікальні людські якості – емоційний інтелект, креативність, інноваційність тощо.

Зрозумівши, що застосування нових методів виробництва підвищує ефективність діяльності підприємства, їх керівництво зосередилось на удосконаленні технологічного процесу, а зрозумівши, що головним ресурсом (капіталом) підприємства є людина (працівник, персонал), воно почало пошук інноваційних методів управління персоналом.

Термін «інновація» вперше ввів американський учений Йозеф Алоїз Шумпетер у першому десятилітті ХХ ст. Первинне поняття «інновація» трактувалося як зміна з метою впровадження й використання нових видів споживчих товарів, нових виробничих, транспортних засобів, ринків і форм організації в промисловості.

Згідно Закону України «Про інноваційну діяльність» інновацією є новостворені (застосовані) і (або) вдосконалені конкурентоздатні технології, продукція або послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і (або) соціальної сфери [1].

Інновація – це введення в експлуатацію будь-якого нового або значно поліпшеного продукту (товару або послуги) або процесу, нового методу маркетингу або нового організаційного методу у діловій практиці, організації робочих місць або зовнішніх зв'язках.

Інновації – новостворені вдосконалені конкурентоздатні технології, продукція або послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і (або) соціальної сфери [2].

Дослідивши останні трактування поняття «інновація», як економічної категорії, можна сказати, що кожне з них містить складову сфери управління [3]. Інакше кажучи, поняття «інновація» не обмежується лише матеріальною сферою, а новітні методи управління – є інноваціями, що змінюють соціально-економічні відносини. Саме тому доцільно дати чітке визначення поняттю «інноваційні методи управління персоналом».

Інноваційні методи управління персоналом – новостворені і (або) вдосконалені способи організаційно-технічного, виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру за допомогою яких здійснюється вплив керівництва підприємства на інтереси, поведінку й діяльність працівників з метою досягнення тактичних та стратегічних цілей підприємства.

Головною відмінністю інноваційних від класичних методів управління персоналом можна вважати те, що класичні методи впливають на працівника та його дії задля отримання вигоди з точки зору підприємства, а інноваційні, в свою чергу, не лише впливають на працівника, а й враховують його особисті інтереси [4].

Література.

1. Про інноваційну діяльність: Закон України (Відомості Верховної Ради України, 2002, № 36, ст. 266). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/40-15#Text> (дата звернення: 12.04.2022)
2. Тимочко Н.О. Економічна історія України: навч. посіб. Київ: КНЕУ, 2005. 204 с.
3. Стойко І.І. Управління інноваціями: навч.-метод. посіб. Тернопіль: ТНТУ ім. Івана Пулюя, 2016. 200 с.
4. Устіловська А.С. Інноваційні методи управління персоналом транспортних підприємств: дис. ... д-ра філос. з екон.: 051 / Харків. нац. ун-т буд. та арх. Харків, 2020. 312 с.

Секція

*Інституційне та
організаційно-
правове забезпечення
стабілізації розвитку
соціально-
економічних систем*

АКТУАЛЬНІСТЬ ДОСЛІДЖЕНЬ ІНСТИТУЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В СФЕРІ ВИРОБНИЦТВА І СПОЖИВАННЯ ПРОДУКТІВ ХАРЧУВАННЯ

*ІГНАТЕНКО М.М., Д.Е.Н., ПРОФЕСОР,
САМОЙЛЕНКО М.С., АСПІРАНТ*,
УНІВЕРСИТЕТ ГРИГОРІЯ СКОВОРОДИ У ПЕРЕЯСЛАВІ*

В останні десятиріччя розвиток підприємництва в Україні, як і в усьому світі, особливо мало, сприймається як основа формування середнього класу, важлива сфера зайнятості населення, джерело формування доходів, добробуту працівників та власників, забезпечення платоспроможного попиту на споживчих ринках. При цьому в середовищі класичного підприємництва, основна мета якого визначається як отримання прибутків, все більшого поширення та значення набувають особливі підприємства – соціальні. Вони відрізняються від класичних тим, що, попри однакову економічну мету, мають соціальну місію – вирішення нагальних, значимих соціальних проблем [1, с. 94]. Слід зазначити, що значна частина бізнесу вирішує соціальні питання на тому або іншому рівні, насамперед, через механізми соціальної відповідальності або корпоративної соціальної відповідальності. При цьому основна місія як економічна залишається. Соціальні підприємства націлені на вирішення соціальних завдань безпосередньо.

Таким чином, соціальне підприємництво поєднує, здавалось, би непослануване – бізнес та альтруїзм. Через це воно несе й подвійне навантаження через і економічні, і соціальні ризики та загрози [2, с. 8]. Вказане формує певні вимоги до нього. Функціонуючи переважно у формі малого та середнього бізнесу, соціальні підприємства повинні мати надзвичайно мотивованих власників та професійних менеджерів; залучати до роботи соціально вразливі верстви населення; виробляти продукцію та надавати послуги за доступними цінами, зберігаючи при цьому й нарощувати конкурентоспроможність [3, с. 4]. Означені вимоги та завдання значною мірою ускладнює не достатній розвиток нормативно-законодавчого забезпечення власне соціального підприємництва в Україні, інших інститутів, неможливість механічного перенесення міжнародного досвіду у вітчизняні умови.

* Науковий керівник – Ігнатенко М.М., д.е.н., професор

І в Україні, і в світі подальших наукових розробок потребують ідентифікація соціального підприємництва; обґрунтування його основних інститутів у вигляді нормативно-законодавчого забезпечення й організаційно-правових форм здійснення; аналізу та оцінки ефективності й визначення напрямів удосконалення через інноваційні технології та інструменти фінансування, системного менеджменту та маркетингу. Особливо це стосується сфери виробництва і споживання продуктів харчування або продовольчої сфери через її виняткове значення в життєдіяльності будь-якого суспільства, значні масштаби та потенціал в Україні, недостатнє поширення соціальних підприємств.

Література.

1. Мармуль Л.О., Коваль С.В., Романюк І.А. Організаційно-економічні засади розвитку та удосконалення структури ринку плодоовочевої продукції. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. Вип. 7. Ч. 2. Ужгород: Вид. дім «Гельветика», 2016. С. 93-96.

2. Ігнатенко М.М. Управління органічним виробництвом аграрних підприємств на засадах здійснення соціальної відповідальності. *Економіка і фінанси*. 2015. № 12. С. 4-11.

3. Мармуль Л.О., Ігнатенко М.М., Леваєва А.Ю., Романюк І.А. Ідентифікація на сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів у сукупності форм організації діяльності селі. *Агроевіт*. 2019. № 17. С. 3-7.

ВПЛИВ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ НА РОЗВИТОК СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН: АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ

**КОЛЕСНИК Т.В., Д.Ю.Н., ПРОФЕСОР,
ВАЦ О.І., ПРОРЕКТОР З НІПР ТА МІЖНАРОДНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ,
ДЕРЖАВНИЙ БІОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Процеси глобалізації істотно впливають на зміст і темпи формування нових типів соціально-економічних відносин у сучасному суспільстві і розвитку людського капіталу. Останній є запорукою зростання національного доходу країни, конкурентоздатності на підприємствах. В умовах сьогодення чітко відслідковуються масштабні інноваційні зрушення в економіці, які кардинально змінюють характер функціонування та умови розвитку суспільства. Безумовно, сучасний вектор розвитку виробництва і споживання вимагає ресурсозберігальних технологій, належного рівня інтелектуального розвитку людини,

суттєво змінює зміст праці, робить її творчою і неординарною. Інформаційна ера та нові технології в змозі забезпечити загальний високий рівень добробуту населення і гарантувати належну якість життя [1, с. 154].

Зважаючи на зростаючу глобалізацію, а також збільшення регіональних економічних угод та регіональних інтеграційних схем, слід констатувати, що конвенції Міжнародної Організації Праці набувають останнім часом вагомого значення. Імплементация і глобалізація впливають на різні сфери розвитку сучасного суспільства, особливо на юридичну та економічну. В цьому аспекті, основна увага національного права акцентується на соціальних стандартах у системі захисту трудових прав людини, оскільки вона є домінантною ознакою в умовах глобального розвитку, а праця – це основна цінність у глобалізованому правовому світі.

У сучасних умовах, при дослідженні глобалізації, науковці дедалі більше приділяють уваги проблематиці цього процесу шляхам формування цілісного світу. Так, глобалізація визначається як об'єктивний соціальний процес, змістом якого є зростання взаємозв'язку і взаємозалежності національних економік, національних політичних і соціальних систем, національних культур, а також взаємодії людини з навколишнім середовищем. Її основу складає розвиток світових ринків товарів, послуг, праці, капіталу [2, с. 13]. Принагідно відзначити, що в Глобальному договорі ООН значна увага приділяється регулюванню саме соціально-трудова відносин, що тісно взаємопов'язані з соціально-економічною складовою. Це підтверджується положеннями закріпленими в принципах глобалізації:

Принцип 3: Ділові кола повинні підтримувати свободу об'єднання і реальне визнання прав на укладення колективних договорів;

Принцип 4: Ліквідація усіх форм примусової і обов'язкової праці;

Принцип 6: Ліквідація дискримінації у сфері праці і зайнятості [3].

У соціальній сфері глобалізація позначається на рівні та умовах зайнятості і безумовно, на соціальних правах працівників. Глобальна конкуренція, що супроводжується переведенням виробництва в інші країни і поширенням офшорів, підштовхує компанії на переведення виробництва в ті держави, де зарплати і соціальний захист працівників знаходяться на найнижчому рівні. В результаті цього профспілки і працівники цих країн «вимушені» приймати менш сприятливі умови, що часто називають «соціальним демпінгом».

Слід підкреслити, що сьогодні саме профспілки найбільше стурбовані процесом глобалізації і найкритичніше до нього відносяться. Так, наприклад, Європейська конференція профспілок призвала до створення рамок відносно стійкого розвитку. Такі рамки повинні включати:

- багатосторонні рамки по захисту мігрантів;
- багатосторонні рамки по сприянню соціальному захисту;
- багатосторонні рамки по просуванню праці в умовах гідності і справедливості, як основного інструменту для зниження бідності;
- багатосторонні рамки для захисту прав трудящих, забезпечення продовольчої безпеки, охорони здоров'я, освіти, гендерної рівності і повної автономії жінки [4].

Глобалізація і міжнародні трудові норми все тісніше взаємопов'язані у зв'язку з наростаючим процесом формування міжнародного ринку праці. Слід констатувати, саме формування міжнародного ринку праці – це фактичний доказ того, що процеси світової інтеграції не лише йдуть в економічній і технологічній областях, але і певною мірою впливають на сферу соціально–трудова відносин, які набувають наразі глобального характеру. У безпосереднє зіткнення приходить соціальна і трудова політика різних країн, що мають неоднаковий соціальний досвід і несхожі національні традиції. Домінуючий підхід до глобалізації має бути переорієнтований таким чином, щоб пріоритет в першу чергу був зосереджений на потенційних конкурентоздатних працівниках, а потім на ринку праці.

В свою чергу, соціальний вимір глобалізації – це не тільки робочі місця, охорона здоров'я, освіта, але і багато що інше. Це такий вимір глобалізації, з яким люди стикаються у своєму повсякденному житті і в роботі: сукупність їх спрямувань до демократичної участі і до матеріального благополуччя.

Принагідно зазначити, що іноді глобалізація ототожнюється зі становленням глобальної економіки, але цей термін застосовується однаковою мірою до економіки, політики, права, культури й інших сфер суспільного життя. Однак саме глобалізація економіки утворює основу всіх глобалізаційних процесів, служить двигуном і дає імпульс розвитку процесу. Інші сфери суспільного життя є інерційнішими, ніж економіка, і за своїми темпами та глибиною глобалізація в цих галузях істотно поступається глобалізації економіки. Це пояснюється тим, що глобалізація в царині політики, культури, у соціальній сфері напштовхується на національні бар'єри, що важко перебороти в силу існування національного суверенітету, традицій, менталітету, духовних цінностей нації.

В свою чергу, глобалізація вивільняє економічні сили, які поглиблюють уже наявну нерівність у сфері продуктивної праці, доходів, матеріального добробуту, перешкоджають рівності можливостей в соціально-трудових відносинах. Негативні наслідки глобалізації у певній мірі підтримують стійкий інтерес до використання у соціально-економічній діяльності та соціально-трудових відносинах політики трудового протекціонізму – захисту національних ринків праці.

Безумовно, вплив глобалізації є неоднозначним і суперечливим, при цьому сумарний результат визначається рівнем національної спроможності вести адекватну політику розвитку власних конкурентних переваг. Глобалізація несе найбільшу вигоду країнам, що провадять ефективну політику підвищення своєї конкурентоспроможності. Також у разі відсутності єдиної політики розвитку національної економіки виникають кризові явища, стримується формування довгострокових міжнародних конкурентних переваг країни у світовому господарстві та послаблюються міжнародні конкурентні позиції. Отже, виникає проблема вибору щодо використання переваг глобалізації та протидії її загрозам внаслідок недорозвиненості інститутів. Тому наявність інституційної спроможності країни оптимально використовувати переваги глобалізації та нейтралізувати її загрози, спроможність формувати відповідні механізми розвитку глобальної конкурентоспроможності розглядаються як ключові завдання економічної політики будь-якої країни, в тому числі й України.

Конкурентоспроможний розвиток економіки нашої країни можливий за умови усвідомлення і формування національної господарської багаторівневої моделі, в якій кожна складова посилюватиме свій вплив на загальний позитивний ефект. Транснаціональні цикли відтворення, формування та розподілу розглядаються як складові вищого рівня. Другий рівень залучає механізми включення країни в систему регіональних відносин у стандартах ЄС, а третій – двосторонні відносини з країнами, які за рівнем розвитку відповідають Україні. Отже, посилення світових глобалізаційних та інтеграційних процесів актуалізує питання вибору місця й ролі національної економіки та її складових у світовій економічній системі [5].

Усі ті події і ситуації, які відбуваються в Україні і світі, підводять до висновку про те, що глобалізація економіки впливає на ринок

людського капіталу нашої країни у двох аспектах. По-перше, через міграційні потоки та посилення попиту на робочу силу в Україні транснаціональними і міжнаціональними компаніями, що спричиняє поступову трансформацію нашого ринку праці на частину глобального ринку праці, інтеграцію з ним. По-друге, глобалізація економіки впливає на ринок праці України опосередковано через різноманітні канали і чинники, до яких насамперед слід віднести: прямі іноземні інвестиції і міжнародну торгівлю; зміну курсу національної валюти; зміну цін на міжнародних ринках на товари і послуги, що посідають важливе місце в українському експорті та імпорті (особливо енергоносії, метал, продукція сільського господарства) тощо [3, с. 174-175].

Резюмуючи, принагідно відзначити, що глобалізація є багатовимірним, комплексним явищем, яке впливає на всі сфери життя людини і змінює: соціум, який під впливом глобальних процесів трансформується і змінює вектор розвитку; характер праці та ставлення людини до неї; соціальний діалог як форму відносин між урядами, роботодавцями та працівниками. Глобалізація наразі стала важливою характеристикою сучасної світової системи, однією з найбільш впливових сил, яка визначає хід розвитку сучасного світу і України, зокрема. Процес глобалізації спричинив фундаментальні зміни в укладі й способі життя українського суспільства, у соціальному устрої й управлінні, у характері суспільних зв'язків і спрямований на подальший прогресивний розвиток.

Література.

1. Людський капітал України: стан, проблеми, перспективи відтворення: монографія / В.М. Лич, І.К. Бондар, І.О. Лютий, О.А. Грішнова та ін. К.: КНУБА, 2009. Ч. I. 224 с.

2. Лукашевич В.М. Глобалістика: навч. посібник. 2-ге вид. Львів: Новий Світ. 2000. 440 с.

3. Глобальний договір ООН.
URL: www.unglobalcompact.org/AboutTheGC/TheTenPrinciples/index.html

4. Резолюція Виконавчого комітету ETUC по соціальному виміру глобалізації. 2005. URL: www.etuc.org/a/365

5. Кирилов Ю.Є. Вплив процесів глобалізації на розвиток національних економік. *Ефективна економіка*.
URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5297>

БАНКРУТСТВО ПІДПРИЄМСТВА: ОРГАНІЗАЦІЙНО-ПРАВОВИЙ АСПЕКТ

*КОТКОВСЬКИЙ В. С., Д. Е. Н., ДОЦЕНТ,
КРИВОРИЗЬКИЙ ФАКУЛЬТЕТ НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ
«ОДЕСЬКА ЮРИДИЧНА АКАДЕМІЯ»*

Банкрутство – неминуче явище будь-якого сучасного ринку, який використовує неспроможність як ринковий інструмент перерозподілу капіталів і відбиває об'єктивні процеси структурної перебудови економіки. Тому актуальність обраної теми пов'язана з тим, що виявлення та обґрунтування причин виникнення банкрутства на підприємствах відіграє важливу роль в їх організаційно-правовому функціонуванні.

Питання банкрутства підприємства досліджували такі відомі вчені, як Є.М. Андрущак, І.О. Бланк, Р. Брелі, О.Я. Базилінська, Н.А. Голощапов, С. Майерс, Р.С. Сайфулін, О.О. Терещенко та ін.

Розглянемо тлумачення банкрутства в нормативно-правових актах України. Треба зазначити, що на сьогоднішній день втратив чинності Закон України «Про відновлення платоспроможності боржника або визнання його банкрутом». В жовтні 2018 р. набрав чинності Кодекс України з процедур банкрутства, який встановив умови та порядок відновлення платоспроможності боржника-юридичної особи або визнання його банкрутом із метою задоволення вимог кредиторів.

Український Кодекс про банкрутство визначає поняття банкрутства як визнану «господарським судом неспроможність боржника відновити свою платоспроможність за допомогою процедури санації та реструктуризації і погасити встановлені у порядку, визначеному Кодексом України з процедур банкрутства, грошові вимоги кредиторів інакше, ніж через застосування ліквідаційної процедури» [1]. Концептуально Кодекс про банкрутство спрямований на те, щоб уникнути банкрутства боржника і насамперед відновити його платоспроможність. Тому до відкриття провадження у справі про визнання боржника банкрутом законодавці України зобов'язують засновників, учасників, власників майна юридичної особи, а також органи виконавчої влади та місцевого самоврядування вживати своєчасних заходів для запобігання банкрутству підприємства-боржника. Українське законодавство не містить вказівки на будь-які обставини, які б послужили посадовій особі керівництвом до дії.

У Кодексі про банкрутство закладено інструментарій для скорочення процедур банкрутства й підвищення їх ефективності, що має забезпечити задоволення вимог кредиторів унаслідок процедури банкрутства, а також унеможливити зловживання боржниками. Процес, пов'язаний з банкрутством, з положень Кодексу України з процедур банкрутства, умовно можна розділити на [1]: санація боржника до відкриття провадження у справі про банкрутство; судові процедури, які застосовуються щодо боржника.

Відповідно до Господарського кодексу України, нездатність боржника відновити свою платоспроможність та задовольнити визнані судом вимоги кредиторів інакше як через застосування визначеної судом ліквідаційної процедури вважається банкрутством [2]. Відповідно до ч. 1 ст. 209 Господарського кодексу України ми спостерігаємо, що термін «банкрутство» ототожнюється з поняттями неспроможність.

До легальних складових поняття неспроможності відносять [2]: нездатність суб'єкта підприємництва виконати грошові зобов'язання перед своїми кредиторами; невиконання зазначених грошових зобов'язань протягом визначеного часу – трьох місяців після встановленого для їх погашення строку; неможливість відновлення платоспроможності боржника. Крім того, поряд з термінами «банкрутство» і «неспроможність» розглядається поняття «неплатоспроможність», яке характеризує неспроможність боржника виконати після настання встановленого строку грошові зобов'язання перед кредиторами не інакше, як через застосування процедур, передбачених Кодексом України з процедур банкрутства [1].

Також Національний банк України розглядає банкрутство як неспроможність юридичної особи – суб'єкта підприємницької діяльності у встановлений строк задовольнити вимоги кредиторів, повернути кредити банку та забезпечити обов'язкові платежі до бюджету [3]. В Методичних рекомендаціях НБУ визначено, що суб'єктами банкрутства можуть бути лише юридичні особи, що зареєстровані як суб'єкти підприємницької діяльності, і які не в змозі задовольнити визнані ними претензійні вимоги або сплатити борг за виконавчими документами.

В коментарях до ст. 219 Кримінального кодексу України визначено, що «стійка фінансова неспроможність суб'єкта господарської діяльності є першим наслідком у складі розглядуваного злочину й означає такий фінансовий стан суб'єкта господарської діяльності, який згідно із законодавством про банкрутство, визнається підставою для порушення господарським судом справи про

банкрутство» [4, с. 434]. Отже, відповідно до аналізу законодавчих документів стосовно поняття «банкрутство» можна прослідити ототожнення його з поняттями «неплатоспроможність» та «неспроможність».

Таким чином, у правовій площині необхідно виділити такі нормативні документи, які законодавчо регламентують банкрутство: Кодекс України з процедур банкрутства, Господарський кодекс України, Методичні рекомендації щодо виявлення ознак неплатоспроможності підприємства та ознак дій з приховування банкрутства, фіктивного банкрутства чи доведення до банкрутства.

Література.

1. Кодекс України з процедур банкрутства: Закон України від 18.10.2018 р. № 2597-VIII. Відомості Верховної Ради України. 2019. № 19. ст. 74.

2. Господарський кодекс України: Закон України від 16 січня 2003 року № 436-IV. Відомості Верховної Ради України. 2003. № 18, № 19-20, № 21-22. ст. 144.

3. Методичні рекомендації щодо застосування комерційними банками Закону України «Про банкрутство»: рекомендації Національного банку України від 21.07.1994 р. №23012/105. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v_105500-94#Text

4. Науково-практичний коментар Кримінального кодексу України. Станом на 04 січня 2022 року / за ред. І.М. Копотуна. К.: Професіонал, 2022. 911 с.

ПРАВОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ В УКРАЇНІ

***ГЛУЩЕНКО С.І., К.Е.Н., ДОЦЕНТ,
ДЕРЖАВНИЙ БІОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ***

Спочатку всесвітня пандемія коронавірусної хвороби (COVID-19) 2020-2021, а потім й військова агресія з боку Російської Федерації завдали значних матеріальних збитків та спричинили спад економіки в Україні. Ще однією із причин таких збитків стала фактична неможливість здійснення господарської діяльності суб'єктами підприємництва. Але таку причину можна вважати одночасно і поштовхом для того, щоб перевести господарську діяльність в онлайн формат. Навіть більше – на сьогоднішній день в

деяких регіонах це єдина можливість налагодити комунікацію із споживачами. До того ж, саме завдяки Інтернету суб'єкти господарювання та споживачі із річних країн можуть зручно, безкоштовно та швидко комунікувати між собою, що також може стати одним із способів подолання економічної кризи.

До того ж, в останні роки влада в Україні іде «в ногу із часом» в питаннях діджиталізації, в тому рахунку й у сфері електронної комерції. Про це свідчить План заходів щодо дерегуляції господарської діяльності, затверджений Розпорядженням Кабінету Міністрів України від 04.12.2019 № 1413-р [4]. Згідно даного документу, передбачається прийняття актів, спрямованих на регулювання електронних правочинів, операцій з електронними грошима та електронного документообігу та інших нормативних документів у даній сфері.

До того ж, з метою визначення організаційно-правових засад діяльності у сфері електронної комерції, встановлення порядку вчинення електронних правочинів із використанням інформаційно-телекомунікаційних систем парламентом прийнято основний нормативний документ у даній сфері – Закон України «Про електронну комерцію» № 675-VIII від 03.09.2015 р. [2].

Саме завдяки Закону «Про електронну комерцію» [2] на даний час:

- узаконено принципи електронної комерції;
- наведено тлумачення основних термінів;
- введено положення про учасників електронної комерції та визначено їх правовий статус;
- на покупця продукції через Інтернет розповсюджено правовий режим Закону України «Про захист прав споживачів»;
- викладено права та обов'язки сторін;
- наведено вимоги щодо інформації про об'єкти торгівлі;
- детально регламентовано процедуру укладення електронних правочинів;
- введено положення про захист персональних даних.

Також, завдяки таким змінам у чинному законодавстві укладена у електронному вигляді угода прирівняна до паперової. Тобто, завдяки цьому такі угоди можуть бути використані як доказ в суді, що є доволі позитивним й прогресивним моментом. Однак, складнощі щодо доведення зацікавленою стороною змісту угоди, нажаль, все ще залишаються.

Відповідно п. 1 ч. 1 ст. 3 Закону № 675-VIII [2], електронна комерція – відносини, спрямовані на отримання прибутку, що виникають під час вчинення правочинів щодо набуття, зміни або припинення цивільних прав та обов'язків, здійснені дистанційно з використанням інформаційно-телекомунікаційних систем, внаслідок чого в учасників таких відносин виникають права та обов'язки майнового характеру.

У зв'язку зі специфічним характером та деякими прогалинами у законодавчому регулюванні інституту електронної комерції важливим є окреслення суспільних відносин, які входять в область електронної комерції. Так, електронна комерція охоплює такі три групи суспільних відносин:

- 1) відносини, що пов'язані з укладенням правочинів у сфері господарювання з використанням мережі електрозв'язку;
- 2) відносини, що пов'язані з використанням та обміном електронними документами;
- 3) відносини, що пов'язані з використанням електронних підписів.

Також, у забезпечення законності здійснення правочинів у сфері електронної комерції Цивільний кодекс України [1] містить положення про можливість відображення інформації в електронному вигляді (ч. 1 ст. 200 ЦК України), віднесення до письмової форми правочину, воля сторін у якому виражена за допомогою телетайпного, електронного або іншого технічного засобу зв'язку (абз. 2 ч. 1 ст. 207 ЦК України), використання при вчиненні правочину електронного підпису (ч. 3 ст. 207 ЦК України), можливість опублікування твору шляхом відображення його у загальнодоступних електронних системах інформації (ч. 1 ст. 442 ЦК України), проведення розрахунків за допомогою розрахункових документів у електронному вигляді (ч. 1 ст. 1087 ЦК України) тощо.

Законом України «Про електронні довірчі послуги» [3] забезпечується правове регулювання електронного підпису та електронної печатки в Україні, завдяки яким стає можливим підтвердження юридичних фактів в електронній комерції, та надана можливість ідентифікувати сторони таких правочинів.

Завдяки цьому можна зробити висновки, що на сьогоднішній день питання регулювання електронної комерції доволі розкрито з боку законодавства, забезпечені інтереси сторін електронних правочинів, що дає змогу електронній комерції в Україні отримувати ще більший розвиток.

Література.

1. Цивільний кодекс України. Кодекс від 16.01.2003 № 435-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15#Text> (дата звернення: 30.05.2022).
2. Про електронну комерцію. Закон України від 03.09.2015 № 675-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/675-19#Text> (дата звернення: 30.05.2022).
3. Про електронні довірчі послуги. Закон України від 05.10.2017 № 2155-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2155-19#Text> (дата звернення: 30.05.2022).
4. Про затвердження плану заходів щодо дерегуляції господарської діяльності та покращення бізнес-клімату, плану дій щодо покращення умов ведення бізнесу в Україні та [...]. Розпорядження Кабінету Міністрів України; План, Заходи, Перелік від 04.12.2019 № 1413-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1413-2019-%D1%80#n16> (дата звернення: 30.05.2022).

ІНСТИТУЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СІЛЬГОСПТОВАРОВИРОБНИКІВ

*ГРИЦАЄНКО І.М., ДОЦЕНТ,
ГРИЦАЄНКО Г.І., К.Е.Н., ДОЦЕНТ,
ТАВРІЙСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРОТЕХНОЛОГІЧНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ДМИТРА МОТОРНОГО*

Поступальний розвиток сільськогосподарського виробництва вимагає модернізації та покращення матеріально-технічного забезпечення підприємств аграрної сфери, для чого необхідно залучення значних обсягів інвестиційних та інноваційних ресурсів. Саме інвестиційна діяльність сільськогосподарських виробників має першорядне значення, тому що вона обумовлює рівень інноваційного розвитку аграрного виробництва та напряму впливає на стан і динаміку розширеного відтворення національної економіки в цілому. Для активізації інвестиційної діяльності виробників сільськогосподарської продукції необхідно відповідне інституційне забезпечення, що обґрунтовує актуальність та перспективність обраної теми дослідження.

Інституційне забезпечення інвестиційної діяльності – це сукупність інституцій, які обумовлюють наявність законодавчих,

економічних та організаційних умов, необхідних для її провадження. Зазначимо, що «... основою для подолання кризових явищ в аграрній сфері, розвитку ринкових відносин, забезпечення продовольчої безпеки країни є всебічна інтенсифікація сільського господарства, яка неможлива без адекватного розвитку матеріально-технічної бази та ефективних інвестицій у технічне забезпечення аграрного виробництва» [4, с. 53]. В той же час наголошуємо, що «... для розвитку національної економіки в цілому та аграрного виробництва зокрема потрібні значні інвестиції, для обґрунтування доцільності яких необхідно брати до уваги еколого-соціо-економічні критерії – тобто, орієнтуватися на сталий розвиток» [3, с. 8].

Інвестиційна діяльність в сільському господарстві України має недоліки, що підкреслюють існуючі проблеми у відповідному технічному та технологічному забезпеченні. Так, «... недостатня забезпеченість аграрного виробництва сільськогосподарською технікою призводить до того, що навантаження на неї в Україні ... в рази перевищує відповідні показники розвинених країн, що заважає виконанню необхідних технологічних операцій у встановлені строки і призводить до значних утрат урожаю» [5, с. 195].

Аналіз даних Державної служби статистики України свідчить про те, що капітальні інвестиції економіки у 2021 р. порівняно з 2010 р. збільшились у 2,8 рази і становили 528,8 млрд. грн., у тому числі в матеріальні активи в 4 рази (до 505,3 млрд. грн.), у нематеріальні активи в 4 рази (до 23,6 млрд. грн.). Одночасно розміри капітальних інвестицій у сільське, лісове та рибне господарства України збільшились у 4,3 рази і становили 49,1 млрд. грн., у тому числі в матеріальні активи – в 4,7 рази (до 48,2 млрд. грн.), у нематеріальні активи – в 15,5 разів (до 928,8 млн. грн.). За допомогою кореляційно-регресійного аналізу було визначено прямо пропорційну залежність між розмірами капітальних інвестицій (x) та змінами продуктивності праці галузі (y):

$$y = 8E-06x + 381,6; R = 0,9086; D = 0,8256.$$

Коефіцієнт кореляції ($R = 0,9086$) свідчить про наявність цільного зв'язку між результативною та факторною ознаками.

Капітальні інвестиції в 2021 р. на технічне забезпечення сільськогосподарських товаровиробників (інженерні споруди, машини, обладнання та інвентар, а також транспортні засоби) у сільському, лісовому та рибному господарствах становили 71,7 %; у сільському

господарстві, мисливстві та наданні пов'язаних із ними послуг – 72,3 %; у вирощуванні однорічних і дворічних культур – 79,6 %, багаторічних культур – 51,6 %, у тваринництві – відповідно 34,7 % від загальних обсягів капітальних інвестицій в аграрний сектор економіки країни.

На підставі проведеного дослідження можна зробити висновок, що основним джерелом фінансування інвестицій сільськогосподарських товаровиробників є власний капітал, для збільшення якого необхідно «... підвищити прибутковість виробництва шляхом покращення організації виробництва, мотивації оплати праці та праці, логістики, маркетингу, використання інноваційних технологій тощо» [1, с. 36]. Крім цього, особливої уваги потребує соціальна складова, тому зазначаємо, що «... інструментом позитивних змін є соціальні інвестиції, реалізація яких потребує ефективної взаємодії міжнародних організацій, урядових структур, представників бізнесу і громадянського суспільства в цілому» [2, с. 80-81].

Головною умовою розвитку інвестиційної діяльності сільськогосподарських товаровиробників є досягнення миру та безпеки, після чого актуальними можуть бути теоретичні обґрунтування та практичне впровадження адекватного механізму державної підтримки та захисту інвесторів.

Література.

1. Hrytsaienko H., Hrytsaienko I., Bondar A. and Zhuravel D. Mechanism for the Maintenance of Investment in Agriculture. *Modern Development Paths of Agricultural Production*, 2019. pp. 29-40. URL: https://doi.org/10.1007/978-3-030-14918-5_4
2. Грицаєнко Г.І., Грицаєнко І.М. Інвестиції в сталій розвиток аграрної сфери економіки. *Підприємництво: інвестиційне забезпечення та економічна безпека* : Монографія. Мелітополь: Люкс, 2021. С. 5-94.
3. Грицаєнко Г.І., Грицаєнко І.М. Розробка інвестиційних проєктів аграрного виробництва: орієнтація на сталій розвиток. *Науковий вісник Таврійського державного агротехнологічного університету: електронне наукове фахове видання*, 2021. Вип. 11, Том 2. URL: <https://doi.org/10.31388/2220-8674-2021-2-20>
4. Грицаєнко Г.І., Грицаєнко І.М. Інвестиції в технічне забезпечення аграрного виробництва. *Глобальні та національні проблеми економіки*, 2016. Вип. 12. URL: <http://global-national.in.ua/archive/12-2016/14.pdf>
5. Грицаєнко Г.І., Грицаєнко І.М. Технічне оснащення як пріоритетний напрям інвестування аграрного виробництва. *Економіка та суспільство*, 2017. Вип. 9. URL: <http://www.economyandsociety.in.ua/index.php/journal-9>

КРАУДФАНДИНГ У СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОМУ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ: ІНСТИТУЦІЙНИЙ АСПЕКТ

*Грицаєнко М.І., к.е.н., доцент,
ТАВРІЙСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРОТЕХНОЛОГІЧНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ДМИТРА МОТОРНОГО*

Соціально-економічний розвиток національної економіки генерує нові виклики для бізнесу, вимагаючи створювати нові шляхи вирішення актуальних проблем, особливо пов'язаних з фінансуванням. Активний розвиток мережевого суспільства актуалізує діджиталізацію та використання новітніх підходів, які розширюють можливості суб'єктів у різних сферах економічної діяльності. Одним з таких підходів є краудфандинг, простота та доступність використання якого сприяють збільшенню його популярності. Вважаємо, що поширення краудфандингу матиме відчутний вплив на економічні та соціальні процеси національної економіки.

Зазначимо, що «з урахуванням різних аспектів стратифікації національної економіки її розвиток – це послідовний процес якісних перетворень її елементів внаслідок змін їхніх кількісних характеристик, метою цих перетворень є підвищення якості життя населення країни» [2, с. 112]. Одночасно підкреслюємо місце малого підприємництва в економіці України [1].

Вважаємо, що на розвиток краудфандингу впливає наявність та використання соціального капіталу, який є «детермінантом суспільного розвитку та ефективного споживання ресурсів» [4, с. 131]. Нами сформульована дефініція соціального капіталу «... як сукупності здатних приносити дохід зв'язків та соціально-економічних відносин, які виникають у певній соціальній мережі на основі існуючих норм та довіри» [5, с. 192]. Вважаємо, що соціальний капітал має суттєвий вплив на впровадження принципів соціальної відповідальності в корпоративну і бізнес-стратегію підприємства [3, с. 131].

Інформаційне перетворення економіки сприяє посиленню впливу соціального капіталу на різноманітні соціально-економічні процеси, поширення форм економічної взаємодії, оснований на об'єднанні та спільному використанні ресурсів. Саме такою взаємодією є краудфандинг, який акумулює кошти великої кількості агентів і спрямовує їх на реалізацію інвестиційно-інноваційних проєктів та/або підтримку різноманітних стартапів.

Елементами інституційного середовища краудфандингу виступають інститути-функції, інститути-правила, а також інститути – організаційні одиниці (рис. 1).



Рис. 1. Елементи інституційного середовища краудфандингу

Джерело: побудовано автором

Безпосередньо суб'єктами краудфандингу є донори (інвестори), інтернет-платформи (посередники) та реципієнти – суб'єкти, що на краудфандингових платформах публікують інформацію про свої проекти.

Досвід використання краудфандингу свідчить про те, що він активізує діяльність малого й середнього бізнесу, а також підприємницьку діяльність в цілому, що актуалізує подальше дослідження інституційних умов побудови нових та подальшого розвитку вже існуючих краудфандингових інтернет-платформ, а також державної підтримки та регулювання їхньої діяльності.

Література.

1. Zbarsky V.K., Trusova N.V., Sokil O.H., Pochernina N.V., Hrytsaienko M.I. Social and Economic Determinants for the Development of Resource Potential of Small Forms of Agrarian Production in Ukraine. *Industrial*

Engineering & Management Systems, 2020. Vol. 19, No. 1. Pp. 133-142.
URL: <https://doi.org/10.7232/iems.2020.19.1.133>

2. Грицаєнко М.І. Соціальний капітал як драйвер багаторівневого розвитку національної економіки. *Підприємництво: соціально-економічне та інституціональне забезпечення розвитку*: монографія / Л.О. Андрєєва, Л.О. Болтянська, М.І. Грицаєнко та ін. Мелітополь: Люкс, 2021. С. 107-163.

3. Грицаєнко М.І. Формування соціальної відповідальності в економічному механізмі реалізації соціального капіталу підприємства. *Науковий вісник Одеського національного економічного університету*. 2021. Вип. 7-8 (280-281). С. 130-142. URL: <https://doi.org/10.32680/2409-9260-2021-7-8-284-285-130-142>

4. Димчак Р., Шпикуляк О., Грицаєнко М., Саковська О., Грицаєнко Г. Соціальний капітал аграрної сфери: індикатори виміру умов формування та результатів використання. *Agricultural and Resource Economics*, 2021. Vol. 7, No. 4. Pp. 115-137. URL: <https://doi.org/10.51599/are.2021.07.04.07>

5. Шпикуляк О.Г., Грицаєнко М.І. Інтелектуальна модель соціального капіталу: концепти інституціоналізації. *Розвиток сільськогосподарської кооперації та інтеграційні процеси в аграрному секторі економіки*: монографія / Національний науковий центр «Інститут аграрної економіки» [Малік М.Й., Шпикуляк О.Г., Мамчур В.А., Грицаєнко М.І. та ін.]; за ред. М.Й. Маліка. К.: ННЦ «ІАЕ», 2019. С. 186-196.

СОЦІАЛЬНО-ПРАВОВІ ГАРАНТІЇ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ГЕНДЕРНОЇ РІВНОСТІ У СФЕРІ ПРАЦІ

**КУПЧАК М.Я., К.ПЕД.Н.,
САМІЛО А.В., К.Ю.Н., ДОЦЕНТ,
ЛЬВІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
БЕЗПЕКИ ЖИТТЄДІЯЛЬНОСТІ**

З метою належної реалізації конституційного права на працю, виключення гендерної дискримінації, де кожна працездатна людина має рівні права та можливості, є вкрай важливим завданням для формування громадянського суспільства та правової держави. Гендерна рівність розглядається, як рівний правовий статус жінок і чоловіків, а також рівні можливості для його реалізації, що дозволяє особам обох статей брати однакову участь у всіх сферах життєдіяльності суспільства.

Конституція України визначає, що усі люди є вільні і рівні у своїй гідності та правах. Права і свободи людини є невідчужуваними та непорушними. Рівність прав жінки та чоловіка забезпечується у тому числі і наданням жінкам рівних з чоловіками можливостей у праці та

винагороді за неї, спеціальними заходами щодо охорони праці і здоров'я жінок, встановленням пенсійних пільг, створенням умов, які дають жінкам можливість поєднувати працю з материнством, правовим захистом, матеріальною і моральною підтримкою материнства і дитинства, включаючи надання оплачуваних відпусток та інших пільг вагітним жінкам і матерям [1].

Дискримінація за ознакою статі розглядається, як ситуація, за якої особа або група осіб за ознаками статі, які були, є та можуть бути дійсними або припущеними, зазнає обмеження у визнанні, реалізації або користуванні правами і свободами або привілеями в будь-якій формі, встановленій Законом України «Про засади запобігання та протидії дискримінації в Україні», крім випадків, коли такі обмеження або привілеї мають правомірну об'єктивно обґрунтовану мету, способи досягнення якої є належними та необхідними [2]. Дотримання гендерної рівності у соціально-економічній сфері, зокрема, рівність прав при працевлаштуванні, просуванні по роботі, підвищенні кваліфікації та перепідготовці, одержанні винагороди за працю, а також зайняті підприємницькою діяльністю гарантується Законом України «Про забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків» [3].

Жінкам і чоловікам забезпечуються рівні права та можливості у працевлаштуванні, просуванні по роботі, підвищенні кваліфікації та перепідготовці. Не є дискримінацією за ознакою статі у сфері праці спеціальні тимчасові заходи, що мають правомірно обґрунтовану мету та спрямовані на досягнення збалансованого співвідношення жінок і чоловіків у різних сферах трудової діяльності.

Головним обов'язком роботодавця у відповідності до норм чинного законодавства є: створення умов праці, що дозволяють жінкам і чоловікам на рівній основі здійснювати трудову діяльність; забезпечувати жінкам і чоловікам можливість суміщати трудову діяльність із сімейними обов'язками; вживати заходів щодо створення безпечних для життя і здоров'я умов праці; здійснювати рівну оплату праці жінок і чоловіків при однаковій кваліфікації та однакових умовах праці тощо. У регулюванні соціально-трудових відносин до колективних договорів включаються положення, що забезпечують рівні права та можливості жінок і чоловіків [5].

Проте, слід наголосити, що законодавством України передбачено перелік робіт, на яких забороняється застосовувати працю жінок [4]: на важких роботах і на роботах із шкідливими або небезпечними умовами праці, на підземних роботах, крім деяких підземних робіт (нефізичних робіт або робіт, пов'язаних з санітарним

та побутовим обслуговуванням), а також залучення жінок до підіймання і переміщення речей, маса яких перевищує встановлені для них граничні норми, відповідно до переліку важких робіт і робіт із шкідливими і небезпечними умовами праці, граничних норм підіймання і переміщення важких речей, що затверджуються центральним органом виконавчої влади, що забезпечує формування державної політики у сфері охорони здоров'я.

Щодо праці вагітних жінок та жінок, які мають дітей, то: не допускається залучення до робіт у нічний час, до надурочних робіт і робіт у вихідні дні і направлення у відрядження вагітних жінок і жінок, що мають дітей віком до трьох років; жінки, що мають дітей віком від трьох до чотирнадцяти років або дітей з інвалідністю, не можуть залучатись до надурочних робіт або направлятись у відрядження без їх згоди; передбачено переведення на легшу роботу вагітних жінок і жінок, які мають дітей віком до трьох років; забороняється відмовляти жінкам у прийнятті на роботу і знижувати їм заробітну плату з мотивів, пов'язаних з вагітністю або наявністю дітей віком до трьох років, а одиноким матерям – за наявністю дитини віком до чотирнадцяти років або дитини з інвалідністю; звільнення вагітних жінок і жінок, які мають дітей віком до трьох років (до шести років), одиноких матерів при наявності дитини віком до чотирнадцяти років або дитини з інвалідністю з ініціативи роботодавця не допускається, крім випадків повної ліквідації підприємства, установи, організації, коли допускається звільнення з обов'язковим працевлаштуванням.

Важливим соціально-правовим механізмом забезпечення гендерної рівності у сфері праці є наявність у трудових відносин умови реалізації права на матеріальне забезпечення, а також являється підставою для встановлення диференційованих розмірів такого забезпечення різних категорій працівників. Тому, в першу чергу, слід визнати за необхідність проведення гендерної експертизи трудового законодавства в частині врегулювання прогалін та правових колізій у правовому механізмі забезпечення рівних можливостей жінок і чоловіків у сфері зайнятості, оплати праці, можливості кар'єрного зростання тощо [6].

Таким чином, соціально-правові гарантії забезпечення гендерної рівності у сфері праці полягають у правовому врегулюванні та розв'язанні низки соціально-економічних проблем. Дотримання конституційного принципу рівності прав жінки і чоловіка має забезпечувати рівний доступ до усіх видів діяльності, рівні права та

можливості жінок і чоловіків на ринку праці, попередження безробіття, оцінки загальної потреби у робочих місцях, а також формування ринку професій як для чоловіків, так і для жінок.

Література.

1. Конституція України від 28.06.2008 № 254к/96-ВР.
URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80#Text>
2. Закон України «Про засади запобігання та протидії дискримінації в Україні» від 06.09.2012 № 5207-VI.
URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5207-17#Text>
3. Закону України «Про охорону праці» від 14.10.1992 № 2694-XII.
URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2694-12#Text>
4. Закону України «Про охорону праці» від 14.10.1992 № 2694-XII
<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2694-12#Text>
5. Про затвердження Методичних рекомендацій щодо вкляючення до колективних договорів та угод положень, що забезпечують рівні права та можливості жінок і чоловіків у трудових відносинах.
URL: <https://www.msp.gov.ua/projects/461/>
6. Правові аспекти рівності жінок і чоловіків у сфері соціального забезпечення. URL: https://minjust.gov.ua/m/str_48

НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ СОЦІАЛЬНОГО ЗАХИСТУ НАСЕЛЕННЯ В УКРАЇНІ

***СОЦЕНКО В.М., ГОНЧАРЕНКО В.Є.,
ЗДОБУВАЧКИ ВИЩОЇ ОСВІТИ,
ДЕРЖАВНИЙ БІОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ***

В умовах кризового стану соціально-економічної системи, що головним чином обумовлюється воєнними діями, механізм соціального захисту населення України вимагає докорінної перебудови, оскільки він, у таких умовах, не здатний оперативно та повною мірою реагувати на сьогоденні проблеми у соціальній сфері, що призводить до збільшення кількості безробітних, зростання заборгованості з оплати праці, зниження рівня матеріального добробуту та, у підсумку, посилює міграційні процеси [1-3].

* Науковий керівник – Грідін О.В., к.е.н., доцент

Як об'єкт державного управління соціальний захист населення є складною системою економічних, правових та організаційних заходів з боку держави задля забезпечення реалізації соціальних прав і гарантій громадян. Соціальне забезпечення є гарантована державою система захисту населення від ризиків соціального характеру, а також важливою складовою соціального захисту. Система соціального забезпечення фінансується за рахунок державного бюджету, у той час як система соціального захисту може фінансуватися також і з місцевих бюджетів в межах відповідних соціальних програм. Сучасне державне управління системою соціального захисту населення являє собою багаторівневу, ієрархічно упорядковану систему державних заходів і механізмів, спрямованих на зниження соціальної напруги, попередження соціальних конфліктів і суперечностей у громадянському суспільстві. Базовими елементами згаданої системи виступають: соціальні пільги, соціальне страхування, соціальна та компенсаційна допомога, а також різноманітні соціальні послуги. Метою реалізації цих інструментів є покращення життєвого рівня населення, підвищення трудового потенціалу країни, забезпечення екологічної та соціальної безпеки громадян, створення сучасної системи охорони здоров'я, покращення демографічної ситуації в країні тощо [5, с. 5-6; 6, с. 72].

Відзначимо, що для зайнятого населення України основним інструментом реалізації права на соціальне забезпечення є соціальне страхування. Проте, існуюча система обов'язкового державного соціального страхування має суттєві прогалини і потребує невідкладного удосконалення унаслідок: недосконалості нормативно-правової бази; невідповідності діючих соціальних стандартів та нормативів сучасним реаліям; наявності зрівняльного характеру існуючої системи державного пенсійного страхування та відсутності можливості вільного вибору системи пенсійного страхування; низької ефективності механізмів державного соціального забезпечення; необхідності здійснення структурних змін у програмах, що передбачають надання адресності соціальної допомоги; неузгодженості різних програм соціальної допомоги; нерозвиненості системи медичного страхування тощо [4, с. 101-102; 5, с. 8; 7, с. 288].

Відзначимо, що основними напрямками удосконалення існуючої системи соціального забезпечення, створення необхідних умов належного функціонування механізму системи соціального захисту в Україні мають бути, на нашу думку, наступні [2, с. 64-65; 4, с. 101-102; 5, с. 11-12; 6, с. 72]:

– повсюдне впровадження стратегічного планування та маркетингового управління попитом і пропозицією соціальних послуг;

- удосконалення міжбюджетних відносин в ході визначення та забезпечення потреби у фінансових ресурсах для соціального захисту населення;
- створення ефективної системи моніторингу витрачання коштів на соціальний захист населення;
- забезпечення адресності здійснення соціальної допомоги та підвищення ефективності її використання;
- забезпечення справедливого розподілу доходів, зменшення ступеня їх диференціації за рахунок ефективної системи податків та трансферів;
- удосконалення критеріїв оцінки майнового стану населення;
- формування на місцевому рівні баз даних одержувачів усіх видів соціальних допомог;
- безоплатне надання комплексної допомоги (правової, фінансової, матеріальної тощо) найбільш вразливим верствам населення;
- забезпечення постійної підготовки, переїдготовки, підвищення кваліфікації кадрів у сфері соціального забезпечення населення;
- підвищення рівня залучення громадських організацій, благодійних фондів до соціального захисту населення;
- приведення до світового рівня розвитку вітчизняних соціальних інститутів тощо.

Література.

1. Грідін О.В. Актуальні проблеми, сучасні тенденції та основні напрями подолання безробіття в Україні. *Електронний журнал «Економіка та суспільство»*. 2022. Вип. 38. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-38-40> URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1296>
2. Грідін О.В. Державна політика у сфері соціального захисту населення України в умовах воєнних дій. *Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції: «Слобожанські наукові читання: соціально-економічні та гуманітарно-правові виміри»*, (27-28 квітня 2022 р.): тези доповіді. Харків: НТУ «ХПІ», 2022.
3. Грідін О.В. Сучасний стан та основні проблеми фінансового забезпечення соціального захисту населення в Україні. *Вісник Одеського національного університету: Економіка*. 2022. Том 27. Випуск 2 (92). С. 61-66.
4. Кривобок Ю. Соціальні послуги у системі соціального захисту: проблеми та перспективи удосконалення в Україні. *Політичний менеджмент*. 2012. № 1-2. С. 97-102. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/PoMe_2012_1-2_15
5. Махортов Ю.О., Телічко Н.А. Інноваційні підходи до удосконалення системи управління сферою соціального захисту населення. *Проблеми інноваційно-інвестиційного розвитку. Серія: Економіка та менеджмент*. 2018. № 17. С. 4-14. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Piir_2018_17_2

6. Халецька А.А. Напрями удосконалення роботи установ соціального захисту населення в Україні. *Економіка та держава*. 2009. № 9. С. 71-72. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecde_2009_9_24

7. Шевченко О.С. Методологічні аспекти удосконалення соціального страхування як складової системи соціального захисту населення України. *Вісник Чернігівського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки*. 2013. № 2. С. 284-291. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vcndtue_2013_2_44

ТЕХНОЛОГІЇ УПРАВЛІННЯ В СИСТЕМІ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ

***ТАРАН О.М., К.Е.Н., ДОЦЕНТ,
ДЕРЖАВНИЙ БІОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ***

Технологія полягає у методах, прийомах, режимі роботи, послідовності операцій і процедур, вона тісно пов'язана з необхідними для їхньої реалізації засобами, обладнанням, інструментами, матеріалами. Технологія абстрагується від змісту процесу, від конкретних дій, необхідних для його розвитку. Зміст технологізації полягає у тому, щоб найдоцільнішим способом упорядкувати процедури та операції, які забезпечують хід процесу або класу процесів.

Процес, що супроводжує застосування технології, називають технологічним процесом. Його основою є, по-перше, алгоритм дій (операцій), тобто точний припис щодо послідовності операцій, які перетворюють об'єкт і переведуть його в очікуваний стан. По-друге, операції як найпростіші дії, спрямовані на досягнення конкретної мети, а також технологічні процедури, що представляють сукупність цих операцій, об'єднаних певною спільною метою. По-третє, інструменти та засоби, які допомагають досягти визначених цілей при застосуванні певної технології [1, с. 13].

Поширення управлінських технологій є наслідком посилення системності управління, його наукового осмислення і спробою широкого використання типового, вивіреного досвідом, що дає високі результати [2].

Однією з важливих умов упровадження будь-якої технології управління є впорядкованість системи – несуперечність діяльності її елементів, тобто те, наскільки її функції не заважають, не протидіють одна одній. Підвищення ступеня впорядкованості збільшує стійкість системи, але знижує здатність до еволюції. Основна функція

управлінської технології полягає в забезпеченні взаємозв'язку процесів із функціями управління: плануванням, організацією, мотивацією і контролем тощо.

Технологія управління є одним із видів соціальних технологій, що безпосередньо відображає управлінські процеси, а її сутність полягає в системному поєднанні наукового знання, управлінських потреб та інтересів суспільства, цілей і функцій управління, можливостей та елементів управлінської діяльності [3].

За кордоном, а останніми роками і в Україні, набув поширення варіант розподілу управлінських технологій на різні види, який характеризується специфікою соціальних технологій, використовуваних переважно у бізнесі, державному управлінні й третьому секторі, тобто у сфері діяльності некомерційних неурядових організацій. Досить поширеним є трактування розмаїтості управлінських технологій, що диференційовані за предметом і об'єктом, результатом, одержуваням за допомогою тих або інших соціальних технологій, наприклад, технології одержання нової інформації, культурних цінностей, окремих побутових послуг та ін.

Не менш цікавим є розподіл управлінських технологій за ознакою характерних властивостей розвитку і функціонування суспільства. У західній соціологічній думці виділяють три основні групи управлінських технологій: технології планування (planning) управлінських рішень; технології реалізації (structuring) управлінських рішень; технології зміни (adaptable) структури організації. Є чимало спроб поділу технологій управління за видами. Як приклад можна навести виокремлення таких видів у сфері державного управління за рівнем управління (технології центрального, регіонального, галузевого, місцевого управління) і за специфікою керованих об'єктів (технології діагностування, проектування, реформування; інформаційні, впроваджувальні, навчальні; інноваційні, організаційні, контролю та ін.) [4].

Чітко прописані у технології процедури здійснення публічного адміністрування регламентують напрямок та послідовність дій працівників, виключають використання неефективних прийомів, надають керівникам впевненості щодо раціональності дій підлеглих та отримання бажаного результату. Будь-яка технологія передбачає наявність суб'єкта праці, її предмета, засобів і методів, цілей діяльності.

Діяльність із здійснення публічного адміністрування передбачає виконання багатьох процедур та операцій, які можуть бути поєднані відповідно до рівня ієрархії та особливостей об'єкта управління. Усі

зазначені процеси здійснюються конкретними людьми у певних установах, тому наведений перелік має бути доповнений розгалуженою системою технологій виконання управлінських процедур в усіх органах публічного адміністрування за усіма напрямками їх діяльності. Виявлення й оцінка перспектив розвитку управлінських технологій у рамках системи публічного управління України вимагає, насамперед, чіткого визначення взаємозв'язку всіх перерахованих у роботі технологій. Інакше з них неможливо буде сформувати систему.

Важливим фактором успішного впровадження управлінських технологій у систему публічного управління є наявність відповідної культури управління в органах публічної влади. Управлінську культуру розглядають як єдність управлінських знань, почуттів, цінностей, управлінських відносин і творчої управлінської діяльності. Формування організаційної культури в публічному управлінні треба розглядати з позицій створення норм, цінностей, стереотипів діяльності, що відповідають пріоритетним напрямам реформування системи публічного управління, а також визначення потреб розвитку суспільства загалом.

Література.

1. Книш П.В. Теоретичні засади формування системи управлінських технологій в державному управлінні України: дис. канд. наук з держ. управ.: 25.00.01. Івано-Франківськ, 2014. 242 с.
2. Державне управління: навч. посіб / за заг. ред. А.Ф. Мельник. Київ: Знання-Прес, 2003. 343 с.
3. Книш П.В. Сутнісні характеристики поняття «управлінська технологія» *Науковий вісник академії державного управління: Серія «Управління»*. 2014. Вип. 1. С. 255-263.
4. Тексти лекцій з курсу «Соціальні технології» / укл.: О.М. Віноградська, Л.О. Белова Харків: ХНАМГ, 2009. 135 с.

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЗАХИСТУ ЗАКОННИХ ПРАВ СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦТВА

***ТОПОРКОВА М.М., К.ЮР.Н., ДОЦЕНТ,
ДЕРЖАВНИЙ БІОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ***

Будь-який суб'єкт підприємництва не може існувати у відриві від владно-державної структури суспільства, оскільки саме ця структура покликана встановлювати правила та забезпечувати їх виконання, тим

самим регулюючи соціально-економічний розвиток суспільства, а також покликана створювати умови для комфортного, сприятливого існування та розвитку, як для громадян, так і для суб'єктів економіки.

З іншого боку, саме тому, що однією з невід'ємних функцій влади є саме дотримання єдиних для всіх норм, забезпечення порядку та безпеки для всіх членів суспільства незалежно від їх статусу, владні структури, як державні так і місцевого самоврядування зобов'язані виконувати в тому числі й контрольні-наглядові функції щодо суб'єктів бізнесу та підприємницької діяльності. Відповідно в будь-якому економічно розвиненому суспільстві завжди актуальним є питання забезпечення балансу між необхідністю контролювати діяльність економічних суб'єктів та необхідністю забезпечити для них максимальні свободи та можливості для ведення бізнесу, для чого і потрібна наявність розвинених механізмів та інститутів цивільно-правового захисту інтересів підприємців.

Розглядаючи питання забезпечення законних прав та інтересів суб'єктів бізнесу та підприємництва при взаємодії даних суб'єктів з інститутами влади та управління, необхідно насамперед розуміти, що жоден орган влади або його структурний підрозділ ніколи не ставлять за мету якимось чином «душити» бізнес, просто тому, що бізнес, що добре працює, для влади – це завжди робочі місця для населення та податкові надходження для бюджетної системи, а значить і можливість забезпечувати виконання органами влади своїх статутних функцій у частині забезпечення розвитку підвідомчих територій та підвищення якості життя населення.

Проте, як показала практика, владні структури завжди мають спокусу вирішити частину державних або місцевих питань, за рахунок суб'єктів економіки. Крім того, в окремих службовців органів державної влади та місцевого самоврядування також може виникати особиста зацікавленість, так чи інакше пов'язана з використанням службового становища або наявних важелів владного впливу в особистих цілях. Це може бути і тиск на конкурента фірми або банальне здирицтво робіт, товарів, послуг або фінансових засобів з метою особистого збагачення тощо.

Тим не менш, практика показує, що зазвичай державні та муніципальні органи влади часто порушують право на підприємницьку діяльність, закріплене в статті 42 Конституції України [1], при цьому не тільки не повною мірою забезпечують можливість реалізації даного права, але і можуть створювати адміністративні стримуючі бар'єри, у зв'язку з чим, ось уже багато років не втрачає актуальності питання

захисту підприємців від неправомірних дій представників держави, що передбачає створення організаційно-правового механізму, який має забезпечити оптимальний режим взаємовідносин бізнесу та влади, що базується на балансі приватного та публічного інтересів, імперативності та диспозитивності правової методології.

Очевидно, що можливість захисту права є невід'ємною частиною процесу реалізації суб'єктивних прав у разі виникнення будь-яких перешкод для їх безпосереднього здійснення. Іншими словами, суть захисту права завжди полягає в усуненні перешкод, у реалізації правового статусу, у відновленні порушених прав та обов'язків, а також у покаранні винних правопорушників у належних випадках [2].

Право захищати свої права та свободи усіма засобами, не забороненими законом, і навіть державна гарантія захисту права і свободи людини і громадянина державою.

Очевидно, що держава як інститут, до функцій якого належить захист прав людини, зацікавлена у виявленні причинно-наслідкових зв'язків, що зумовлюють формування механізмів та передумов для порушення тих чи інших прав, аби, впливаючи на них, не допустити у соціальній дійсності розростання правопорушень, попередити їх і не допустити перетворення причини в наслідок [3].

Іншими словами, однією з пріоритетних цілей державно-правового захисту прав бізнесу та підприємців має бути виявлення, попередження та усунення перешкод для найбільш повної реалізації права на підприємницьку діяльність, передбаченого статтею 42 Конституції України.

Література.

1. Конституція України: Закон України від 28.06.1996 р. № 254к/96-ВР. *Відомості Верховної Ради України*. 1996. № 30. Ст. 141.
2. Бобкова А.Г. Защита права на предпринимательскую деятельность в Украине. *Предпринимательское право*. 2009. № 1. С. 44-47.
3. Рум'янцева В.В. Проблеми захисту прав суб'єктів підприємницької діяльності в господарських судах України. URL: https://minjust.gov.ua/m/str_1956

Секція

*Планування,
прогнозування,
облік та контроль
в управлінні
розвитком соціально-
економічних систем*

ЗВІТНІСТЬ ЗІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ БІЗНЕС-СУБ'ЄКТІВ АГРАРНОЇ СФЕРИ: НОВІ ВИМОГИ

***КРЮКОВА І.О., Д.Е.Н., ПРОФЕСОР,
ОДЕСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ***

Успішна господарська діяльність компаній у сфері агробізнесу потребує врахування найважливіших для теперішніх та майбутніх поколінь питань екологічного, соціального та економічного забезпечення суспільного розвитку, які за останні роки віддзеркалились у форматі концепції сталого розвитку. Імплементация принципів сталого розвитку у практичну діяльність потребує відповідних стандартів і правил бухгалтерського обліку, які постануть базисом корпоративної фінансової і нефінансової звітності бізнес суб'єктів. Звітність зі сталого розвитку сьогодні формує потенціал довіри до компанії, інвестиційний потенціал, прихильність покупців і споживачів, запас міцності для нарощування вартісних індикаторів бренду і агробізнесу в цілому.

Міжурядові європейські ініціативи сьогодні максимально підтримують та стимулюють доповнення корпоративної звітності зі сталого розвитку шляхом прийняття міжнаціональних програм сталого розвитку (Green Deal, програма збереження біорізноманіття, економічний план замкнутого циклу, зелена архітектура САП та ін.), фінансування відповідних проектів, субсидування соціально відповідальних компаній та реалізують заходи, спрямовані на гармонізацію зусиль у вирішенні актуальних для сучасного суспільства завдань [1].

Сьогодні міжурядові організації (IFRS, ООН) реалізують ініціативу щодо підтримки процесів імплементации глобальної концепції сталого розвитку у обліково-аналітичній сфері у напрямках: 1) створення Ради з міжнародних стандартів сталого розвитку (ISSB); 2) об'єднання Ради зі стандартів по розкриттю інформації про клімат (CDSB) та Фонду звітності про вартість (VRF).

Головною метою Ради з міжнародних стандартів зі сталого розвитку є розробка глобальних стандартів бухгалтерського обліку і фінансової звітності, які розкриватимуть вимоги до складання фінансової звітності компаній. Основними користувачами звітності зі сталого розвитку мають стати інвестори та власники, які матимуть об'єктивну та повну інформацію, що допомагатиме спрямуванню інвестиційних потоків у довгостроковий сталий бізнес [3].

Сьогодні розроблений проект Міжнародного стандарту з розкриття інформації про сталий розвиток, який визначає ключові принципи і вимоги до розкриття інформації, пов'язаної зі сталим розвитком у фінансовій звітності: General Requirements for Disclosure of Sustainability-related Financial Information [2].

Особлива важливість стандартів зі сталого розвитку полягає у можливості майбутньої оцінки впливу витрат на реалізацію програм сталого розвитку на фінансовий стан і результати бізнесу, прогнозовану величину грошових потоків, ефективність бізнес-стратегії і вартість підприємства у цілому. Проект Міжнародного стандарту має істотні відмінності від існуючих міжнародних стандартів бухгалтерського обліку та фінансової звітності. Значна увага приділена механізму управління процесами сталого розвитку на рівні компанії (стратегія, мета, структура управління, політика управління, ризик-менеджмент, контроль, коментарі керівництва тощо).

Фінансова звітність загального призначення, яка формується та подається в Україні за діючими П(С)БО, має значні обмеження та відмінності від звітності, складеної за IFRS. Досить обмеженою фінансова та соціальна звітність українських компаній є у частині кількісної оцінки цінності об'єктів майбутніх інвестицій у програми сталого розвитку, аналітичної інформації щодо оцінки взаємозв'язку та результатів між вкладеннями у програми сталого розвитку та майбутніми можливостями і перспективами росту бізнесу, опису факторів бізнес-середовища діяльності.

На сучасному етапі звітність зі сталого розвитку українських агрокомпаній є добровільною, визначається рівнем корпоративної культури, не регламентується вітчизняним законодавством, орієнтується на стандарти GRI. Звітність містить значний обсяг інформації для користувачів та, поряд з цим, характеризується наступними методичними недоліками:

- 1) відсутність системності та чітких критеріїв її складання і надання;
- 2) відсутність єдиної структури та форм комплекту форм такої звітності;
- 3) вільний набір показників і статей звітності, які не завжди у повній мірі розкривають інформацію про сталий розвиток, витрати на реалізацію програм і одержані результати;
- 4) переважання фінансових показників звітності над нефінансовими, які є ключовими у питаннях сталого розвитку;
- 5) відсутність якісної оцінки стратегічних перспектив розвитку агробізнесу, зокрема, за рахунок досягнення прогресу у питання забезпечення сталого розвитку, обмежена кількість індикаторів оцінки

майбутніх ризиків та результатів впливу сталого розвитку на подальший розвиток компанії;

б) відсутність чітких орієнтирів на запити основних користувачів, у першу чергу, інвесторів, персоналу, суспільних груп;

7) переважна орієнтація корпоративної фінансової звітності середніх та малих агропідприємств на державний сектор управління.

Актуальним питанням сьогодення постає створення єдиної архітектури корпоративної звітності зі сталого розвитку агрокомпаній, яка б покращила якісні її характеристики та доповнила інформаційно-аналітичний базис агроменеджменту.

Література.

1. A European Green Deal. Official website European Commission. URL: https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/european-green-deal_en

2. General Requirements for Disclosure of Sustainability-related Financial Information. URL: <https://www.ifrs.org/>

IFAC. Corporate reporting: climate change information and reporting cycle to 2021. URL: <https://www.ifac.org/knowledge-gateway/contributing-global-economy>

ВПЛИВ ОБЛІКОВОЇ ПОЛІТИКИ НА ДОСТОВІРНІСТЬ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ

***МАРЕНИЧ Т.Г., Д.Е.Н., ПРОФЕСОР,
ДЕРЖАВНИЙ БІОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ***

Згідно діючого законодавства кожен суб'єкт господарювання має обрати найоптимальніший варіант методики ведення бухгалтерського обліку на підприємстві з урахуванням особливостей та умов його діяльності, а також потреб ключових користувачів фінансової інформації. В цьому полягає головне призначення облікової політики. Якісна облікова політика допомагає знизити витрати підприємства на організацію бухгалтерського обліку та складання фінансової звітності, зробити облік відкритим, прозорим, зменшити кількість можливих помилок та штрафних санкцій.

Як показує досвід, реалізація якісної облікової політики підприємства суттєво впливає на достовірність фінансової звітності. В свою чергу грамотно розроблена облікова політика саме щодо фінансової звітності забезпечує формування звітних форм з

дотриманням послідовності, чітке розуміння обраного підходу до визнання та подальшого обліку всіх елементів фінансової звітності.

Кіндрацька Г. та Гордієнко С. стверджують, що причинами ненавмисного порушення правдивості фінансових звітів може бути недостатня компетентність облікових працівників, їхня недобросовісність під час виконання облікових процедур, недосконалість чи наявність альтернативних положень чинного законодавства, а навмисного – бажання викривити фінансову інформацію для фальсифікації реального фінансового стану підприємства перед кредиторами, інвесторами, діловими партнерами [1, с. 216].

На практиці використовують різні способи викривлення показників фінансової звітності підприємств. Водночас одним зі шляхів складання недостовірних фінансових звітів є неналежне формування та реалізація відповідної облікової політики підприємства.

В контексті питання, що розглядається, всі елементи облікової політики, на наш погляд, можна поділити на дві групи: ті, які забезпечують відображення господарських явищ і подій у фінансовій звітності; і ті, які стосуються безпосередньо фінансової звітності [2, с. 77]. Як свідчить аналіз, в наказах про облікову політику фінансовим звітам підприємства майже не приділяють уваги. Елементи облікової політики щодо фінансової звітності стосуються переважно кількісних критеріїв сутєвості для відповідних статей фінансових звітів.

Слід зазначити, що у складі НП(С)БО не передбачено окремого стандарту з облікової політики, на відміну від міжнародних. Так, метою МСБО 8 «Облікові політики, зміни в облікових оцінках та помилки» є визначення критеріїв для обрання та зміни облікових політик, визначення облікового підходу та розкриття інформації про зміни в облікових політиках, зміни в облікових оцінках та виправлення помилок [3].

В Методичних рекомендаціях щодо облікової політики підприємства, що затверджені наказом Міністерства фінансів України від 27.06.2013 р. № 635, в розпорядчий документ про облікову політику підприємствам рекомендують включати лише елементи, які забезпечують формування безпосередньо певних звітних форм. Серед них такі: кількісні критерії та якісні ознаки сутєвості інформації про господарські операції, події та статті фінансової звітності; складання окремого балансу філіями, представництвами, відділеннями та іншими відокремленими підрозділами підприємства; спосіб складання звіту про рух грошових коштів; сегменти діяльності, пріоритетний вид сегмента

[4]. Вважаємо, що цей перелік не є вичерпним, тому підприємства повинні самостійно розробити елементи облікової політики і включити ті норми, які вважають за доцільне застосовувати щодо саме фінансової звітності.

Серед елементів облікової політики, які пов'язані з формуванням фінансових звітів, необхідно зазначити наступні. Перш за все, це кількісні критерії та якісні ознаки суттєвості інформації про господарські операції, події та статті фінансової звітності, які визначаються керівництвом підприємства, якщо такі критерії не встановлені положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку, МСФЗ, іншими нормативно-правовими актами, виходячи з потреб користувачів такої інформації.

Важливим елементом облікової політики, на нашу думку, є «Коригування у фінансовій звітності». Цей розділ повинен розкривати інформацію про те, яким чином підприємство вносить зміни до облікової політики, а також виправляти помилки. Як основний метод коригування облікової інформації у разі виправлення помилок у фінансових звітах і зміни облікової політики використовується ретроспективний метод. Він означає, що коригування проводять через сальдо нерозподіленого прибутку за правилом: для облікової політики – змінена облікова політика існувала завжди; для помилок – помилки не було ніколи [2, с. 81].

Література.

1. Кіндрацька Г., Гордієнко С. Інформаційні ресурси фінансового аналізу: вплив викривленої фінансової інформації на якість його результатів. *Проблеми і перспективи економіки та управління*. 2019. № 2 (18). С. 216-226.

2. Маренич Т.Г., Зайцев Ю.О. Загальні положення облікової політики щодо фінансової звітності підприємств. *Перспективи розвитку обліку, контролю та фінансів в умовах інтеграційних і глобалізаційних процесів*: Матеріали II Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції, присвяченої 90-річчю з дня заснування Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка, 30 жовтня 2020 року / редкол.: Т.Г. Маренич [та ін.]; ХНТУСГ. Х.: «Стильна типографія», 2020. С. 76-81.

3. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 8 «Облікові політики, зміни в облікових оцінках та помилки». URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/929_020#Text (дата звернення: 30.05.2022).

4. Методичні рекомендації щодо облікової політики підприємства, затверджені наказом Міністерства фінансів України від 27.06.2013 р. № 635. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0635201-13?lang=ru#Text> (дата звернення: 30.05.2022).

УПРАВЛІНСЬКИЙ ОБЛІК ЯК НАПРЯМ ПРОЦЕСУ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ В БІЗНЕСІ

*БАГРІЙ К.А., К.Е.Н., ДОЦЕНТ,
ЧЕРНІВЕЦЬКИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ІНСТИТУТ
ДЕРЖАВНОГО ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО УНІВЕРСИТЕТУ*

Наприкінці сімдесятих років управлінський облік піддавався критиці у науковому співтоваристві через те, що став надто орієнтованим на внутрішні оперативні питання, тобто. внутрішньо сфокусований та обмежений діяльністю з планування та контролю на оперативному рівні, що мало допомагає керівникам, які приймають стратегічні рішення. Тому незабаром, з'явився термін «стратегічний управлінський облік», який був запроваджений Сіммондсом у 1981 році та визначений ним як «надання та аналіз даних управлінського обліку про бізнес та його конкурентів для використання при розробці та моніторингу бізнес-стратегії» [1]. З того часу в науковій літературі було зроблено кілька спроб уточнити це визначення та визначити набір методів, які можуть бути класифіковані як методи стратегічного управлінського обліку, що використовуються у процесі управління організацією на перспективу. Процес стратегічного управління є теоретичною основою для дослідження разом з концепцією стратегічного управлінського обліку та роллю сучасного бухгалтера.

Процес стратегічного управління описується різними способами, але існує широка думка щодо того, що ключовими напрямками є: розробка загальної стратегії; формулювання стратегічних цілей та планів їх досягнення; реалізація планів; моніторинг, оцінка та коригувальні дії. Також широкого розповсюдження набула думка, що процес стратегічного управління є безперервною діяльністю і не обов'язково є формальним процесом, але може бути неформальним і емерджентним. При цьому визнається, що ключова роль управлінського обліку полягає у забезпеченні підтримки прийняття рішень і, таким чином, включає типові елементи збору та аналізу інформації, вироблення варіантів, вибору, реалізації, моніторингу та оцінки. Корпоративна оцінка означає об'єднання зусиль зі збирання та аналізу внутрішніх та зовнішніх даних для постановки питання про можливість досягнення поставленої мети, враховуючи зміни у навколишньому середовищі та поточне ресурсне становище. Негативна реакція чи прагнення змін стимулює вироблення стратегічних варіантів, у тому числі робиться вибір, і будь-які зміни у

стратегії потім реалізуються, контролюються та оцінюються відповідно до корпоративних цілей.

Також, одним із дискусійних питань є вивчення ролі бухгалтера у процесі стратегічного управління. З метою уточнення цих розбіжностей, Королівським інститутом управлінського обліку (Великобританія) у 2015 році було проведено дослідження британських компаній із використанням методу описового дослідження та тематичного аналізу [2]. В результаті було проведено опитування керівників бізнес-структур різних галузей діяльності, таких як: логістика; виробництво товарів повсякденного попиту; виробництво зброї; банки; промисловий конгломерат; роздрібна торгівля; надання послуг; садівництво та машинобудування. Аналіз проведеного опитування дозволив виявити три основні фактори, що впливають на значущість бухгалтера в процесі стратегічного управління: фактори, що походять від організації (взаємини, культура спілкування, позиція в організації, кредит довіри, технічні можливості); якості та характеристики бухгалтера (набір навичок, міжособистісні взаємини, знання бізнесу, бажання виконувати цю роботу); практичні аспекти, що впливають на можливість бухгалтера брати участь у цьому процесі (ресурсний потенціал, інформаційна система, форма надання інформації).

Усі учасники опитування описали випадки, коли бухгалтерська інформація використовувалася для підтримки стратегічних рішень або розробки стратегії, проте ступінь значущості, що надається фінансовим результатам, при прийнятті рішення була обмеженою. Стратегічні рішення, описані учасниками, можна згрупувати за чотирма основними напрямками: ціноутворення, розвиток бізнесу, розробка продуктів та діяльність зі злиття та поглинання.

Також учасникам було запропоновано обговорити стратегічні рішення та методи бухгалтерського обліку, що використовуються. Методи, описані учасниками, включали: цільову калькуляцію собівартості, аналіз чистої наведеної вартості, бенчмаркінг та рентабельність клієнтів. Найбільш популярним методом був аналіз прибутковості клієнтів, причому всі учасники або описували, як вони використовують аналіз клієнтів, або у разі двох учасників висловлювали, як вони мають намір розвивати цей аналіз у майбутньому.

Обговорення значення терміну стратегічний управлінський облік як субконцепція управлінського обліку одногolosно показала, що учасники не поділяють думку про існування такої окремої категорії. Дискусія зводилась до поняття «ділового партнерства» у тому сенсі, що

управлінський облік – це підтримка менеджерів і що застосування конкретного методу управлінського обліку є допоміжним механізмом у прийнятті управлінського рішення, в той час коли основна увага має бути зосереджена на підтримці бізнесу і отриманні максимального прибутку при найменших затратах.

Отже, стратегічний управлінський облік розвивався протягом останніх тридцяти років, проте в академічній літературі досі немає згоди в наукових думках щодо розуміння концепцій і методів даного напрямку обліку. Адаптація методів стратегічного управлінського обліку залежить від погляду на саму концепцію стратегічного менеджменту. Для досягнення конкурентних переваг мають бути розроблені та обґрунтовані різні концепції стратегічного управлінського обліку, що наразі стає викликом для практики бухгалтерського обліку при наданні актуальної інформації у процесі прийняття стратегічних рішень для бізнесу у сучасних перманентних умовах.

Література.

1. Simmonds, K. Strategic Management Accounting. *Management Accounting*. 1981. № 59. pp. 26-29.

2. Pitcher, G.S. Management Accounting in Support of the Strategic Management Process. CIMA. 2015. 20 p. URL: www.cimaglobal.com/Research--Insight/Research-Funding/academic-research-reports/#MAindiff (date of the application: 27.04.2022).

РИЗИК-ОРІЄНТОВАНИЙ ПІДХІД У ВНУТРІШНЬОМУ АУДИТІ

БЕЛЕНКОВА М.І., К.Е.Н., ПРОФЕСОР,

РАГУЛІНА І.І., К.Е.Н., ДОЦЕНТ,

ДЕРЖАВНИЙ БІОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

У сучасних умовах, що характеризуються посиленням вимог законодавства та регуляторів, посиленням конкуренції в галузі, поширенням нових технологій, зростанням собівартості, зниженням платоспроможності покупців та постачальників, кризовими явищами, підприємства змушені виходити на нові ринки, розвиватися в нових галузях, запускати нові види продукції, змінювати бізнес-моделі та значно скорочувати витрати. Всі ці зміни пов'язані з новими та більш складними ризиками.

Під ризиком слід розуміти імовірність понесення підприємством втрат та погіршення ліквідності внаслідок настання несприятливих подій, пов'язаних із внутрішніми (складність організаційної структури, рівень кваліфікації працівників) та зовнішніми (зміна економічних умов діяльності організації, що застосовуються технології тощо) факторами.

Внутрішній аудит, надаючи незалежні та об'єктивні гарантії та консультації, спрямовані на вдосконалення діяльності підприємств, покликаний допомогти досягати поставлених цілей, використовуючи систематизований та послідовний підхід до оцінки та підвищення ефективності процесів управління ризиками, контролю та управління [1]. Ефективно реалізувати це завдання дозволяє ризик-орієнтований підхід.

Ризик-орієнтований підхід до проведення внутрішнього аудиту – це методологія, яка поєднує внутрішній аудит із загальною системою управління ризиками [2]. Цей підхід дозволяє внутрішнім аудиторам надати раді директорів гарантії, що процеси управління ризиками ефективні у межах прийнятого підприємством рівня прийнятного ризику.

Складність класифікації бізнес-ризиків визначається їх різноманітністю. Потенційні ризики будь-якого підприємства бувають зумовлені різними факторами: розміром активів; обсягом та складністю операцій; нестійкістю бізнесу; рівнем автоматизації; чесністю та компетентністю співробітників; географічним розташуванням тощо.

Мінімізація ризиків здійснюється на основі ідентифікації та оцінки ризиків, «вбудовування» процесів контролю, що обмежують ризик в усі бізнес-процеси до прийнятного рівня.

Слід враховувати, що залучення внутрішнього аудиту в процес ідентифікації ризиків та їх оцінка повинні бути певною мірою обмежені, що дозволяло б йому при наступних перевірках зберегти об'єктивність і незалежність. При цьому основними елементами ризик-орієнтованого підходу у внутрішньому аудиті є: планування аудиту, яке проводиться на основі оцінки ризиків; оцінка рівня ризику; аналіз уразливості системи контролю, розробка рекомендацій; підсумковий звіт за результатами перевірки, який включає в себе тільки ключові проблеми, порушення і недоліки, що впливають на рівень ризику; комплексна оцінка якості управління бізнес-процесами; моніторинг усунення порушень.

Одним з важливих інструментів визначення ризиків є матриця ризиків. Даний інструмент допомагає визначити, наскільки істотний ризик і яким може бути висновок аудитора про ефективність процесу, що перевіряється, а також підказує напрямок, в якому можливо провести додаткову роботу щодо поліпшення якості доказової бази.

План роботи внутрішнього аудитора на основі ризик-орієнтованого підходу може бути сформований таким чином: визначається перелік об'єктів, які необхідно перевірити в майбутньому році; здійснюється оцінка ризику кожного об'єкта з урахуванням обсягів операцій, значущості проєктів; визначається рівень ризику по кожному об'єкту; складається план роботи, при цьому основна частина контрольно-ревізійних заходів повинна припадати на об'єкти з високим рівнем ризику; обов'язковий ризик-орієнтований підхід при формуванні вибірки; план коригується протягом року з урахуванням зміни рівня ризику.

Вибірка здійснюється під час перевірки на основі оцінки рівня ризику; коригування робочого плану проводиться під час перевірки залежно від виявлених порушень, «слабких» місць у системі внутрішнього контролю. Обов'язково встановлюються причини порушень, виявляються «слабкі» зони у системі внутрішнього контролю. Надалі, при виявленні порушень здійснюється перевірка на системність; вибірка доповнюється об'єктами, ідентичними об'єкту, за якими виявлено порушення. По кожному виявленому порушенню вказуються можливі наслідки, вплив на рівень ризику.

У звіті за підсумками перевірки відображаються лише суттєві порушення; вказуються системний та несистемний характер порушень, факти або ризики заподіяння збитків внаслідок порушень, застосування санкцій за порушення, факти усунення порушень та причин, що спричинили порушення; дається оцінка системи внутрішнього контролю на напрямі, що перевіряється; викладаються рекомендації щодо мінімізації ризику.

У сучасних умовах нестабільності потенціал внутрішнього аудиту полягає у створенні системи моніторингу в управлінні ключовими бізнес-процесами, основою якої є формування проєктів управлінських рішень та застосування процедур, спрямованих на підвищення ефективності діяльності підприємства, а також на отримання інформації, необхідної для оцінки ризиків та прогнозування розвитку суспільства.

Література.

1. Огітчук М.Ф., Рагуліна І.І., Новіков І.Т., Рагуліна М.М. Внутрішній аудит: навч. посібник. Вид. 5-ге, перероб. і допов. Київ: Алерта, 2022. 388 с.
2. Койдан К. Ризик-орієнтований підхід у внутрішньому аудиті: особливості застосування та результати. *Аудитор України*. № 6 (295), 2020. С. 26-31.

ОБЛІКОВІ ОСОБЛИВОСТІ ВІДШКОДУВАННЯ ЗБИТКІВ ЗА ПОРУШЕННЯ ДОГОВІРНИХ ЗОБОВ'ЯЗАНЬ

БЕРЕЖНА Д.Ю., ЗДОБУВАЧ ВИЩОЇ ОСВІТИ,
ПОЛТАВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ*

Відшкодування збитків є одним із найпоширеніших способів захисту цивільних і господарських прав і по суті є заходом відповідальності. Для правильного застосування механізмів відшкодування важливе значення має вивчення теоретико-правової природи збитків та їх складових.

В господарському обліку його слід розглядати у контексті дебіторської заборгованості та відображувати в обліковій політиці підприємства (організаційна складова – документування, обробка інформації та відображення на рахунках претензій; методична складова – зменшення вірогідності сумнівних та безнадійних боргів) [1, с. 91].

Контрагент, який порушив договірні зобов'язання, зобов'язаний відшкодувати потерпілій стороні завдані збитки.

Приклади причин порушення договірних зобов'язань, що призводять до шкоди, включають: відмову від виконання договору, недоставку, несвочасну поставку, поставку неякісних товарів, послуг або неправильний обсяг товару, несвочасне перерахування, пошкодження орендованого майна.

Крім того, в окремих випадках стороною, яка отримує таку компенсацію, може бути як покупець (клієнт, орендар), так і продавець (виконавець, орендодавець).

Відповідно до статті 222 Господарського кодексу України у разі потреби відшкодування збитків або інших санкцій комерційна особа чи інша юридична особа-учасник господарських відносин, права чи законні інтереси якої порушені, безпосередньо вирішувати спори з порушником цих прав чи інтересів, має право звернутися до нього з письмовою претензією [2].

Порядок надсилання та подання претензій викладений у статті 222 Господарського кодексу України. Якщо спроба вирішити питання не принесла позитивного результату, то слід звернутися до суду.

Відповідно до цього бухгалтерський дохід підприємства повинен збільшитися до дати визнання боржником цих сум, тобто дати

* Науковий керівник – Капцедал Н.А., к.е.н., доцент

отримання винним боржником позитивного письмового результату позову. Отже, на дату підтвердження розміру збитків потерпілий повинен скласти наступне проведення Дт 374, Кт 715, а при отриманні відшкодування збитку здійснити проведення: Дт 31, Кт 374 [3].

Суми визнаних претензій відображаються підприємством – одержувачем претензій у складі витрат того звітного періоду, в якому було прийнято рішення задовольнити вимоги заявника претензій, тобто на дату складання письмово результату розгляду претензії.

Визнані штрафні санкції за недотримання законодавчих та договірних умов відображаються в обліку: Дт 948, Кт 685. При сплаті збитків: Дт 685, Кт 311 [3].

Якщо підприємство отримує кошти за пошкоджене майно, що по суті визначається як компенсація вартості пошкодженого майна, то розмір такої компенсації становить з урахуванням ПДВ у базі даних платника. У цьому випадку ПДВ нараховується за ставкою ПДВ 20 %. Отримане платником податку за пошкодження майна як збитки, завдані винним, визнається збитком, завданим платнику і не включається до бази ПДВ [4].

Проведений аналіз свідчить, що боржник, який прострочив зобов'язання, повинен відшкодувати кредитору збитки, завдані невиконанням зобов'язань, а розмір збитків, завданих невиконанням, засвідчується кредитором. Якщо кредитор не вказує інше, при визначенні збитку враховується ринкова ціна, яка існувала на дату добровільного задоволення вимоги боржником у місці, де зобов'язання має бути виконано, або якщо вимога не задоволена добровільно, на дату подання договору або закону. Суд може задовольнити позов про відшкодування збитків, враховуючи ринкову ціну на момент ухвалення рішення. При визначенні недержаного доходу (упущеної вигоди) враховують кроки, зроблені кредиторами для отримання цих доходів.

Урахування облікових особливостей відшкодування збитків за порушення договірних зобов'язань є важливим у діяльності підприємства, особливо в нових умовах господарювання, обтяжених глобалізаційними процесами, обставинами непереборної сили та іншими суспільними перетвореннями, що маю безпосередній вплив на методологію обліку [5, с. 16].

Отже, на рівні господарюючого суб'єкта необхідно постійно моніторити законодавчі зміни та здійснювати систематичний перегляд облікової політики.

Література.

1. Канцедал Н.А., Пономаренко О.Г. Наукове обґрунтування складових облікової політики щодо дебіторської заборгованості. *Актуальні проблеми інноваційної економіки*. 2018. № 1. С. 87-94. URL: <http://dspace.pdcaa.edu.ua:8080/handle/123456789/484>
2. Господарський кодекс України. Кодекс України; Закон, Кодекс від 16.01.2003 № 436-IV URL: <https://zakon.rada.gov.ua/go/436-15> (дата звернення: 24.05.2022).
4. Амброзьяк Н., Павленко О. Відшкодування збитків. *Податки & бухгалтерія*, 2018. № 56. URL: <https://i.factor.ua/ukr/journals/nibu/2018/july/issue-56/article-37755.html>
4. Податковий кодекс України. Кодекс України; Закон, Кодекс від 02.12.2010 № 2755-VI URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17#Text> (дата звернення: 24.05.2022).
5. Канцедал Н.А. Наукова інтерпретація методології обліку у працях корифеїв бухгалтерської думки. *Облік і фінанси*. 2018. № 2(80). С. 16-23. URL: <http://www.afj.org.ua/ua/article/566/>
<http://dspace.pdcaa.edu.ua:8080/handle/123456789/1221>

ЕКСПЕРТНІ МЕТОДИ КОНТРОЛЮ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

ВЕРТЕПНА К.О.,

*СУДОВИЙ ЕКСПЕРТ СЕКТОРУ ЕКОНОМІЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ
ВІДДІЛУ ТОВАРОЗНАВЧИХ, ГЕМОЛОГІЧНИХ ТА ЕКОНОМІЧНИХ
ДОСЛІДЖЕНЬ ЗАПОРІЗЬКИЙ НДЕКЦ МВС*

БАЄВА В.В.,

*ЗАВІДУВАЧ СЕКТОРУ ЕКОНОМІЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ ВІДДІЛУ
ТОВАРОЗНАВЧИХ, ГЕМОЛОГІЧНИХ, ЕКОНОМІЧНИХ,
БУДІВЕЛЬНИХ, ЗЕМЕЛЬНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ОЦІНОЧНОЇ
ДІЯЛЬНОСТІ ЧЕРНІВЕЦЬКИЙ НДЕКЦ МВС*

В умовах господарювання особливе значення відведено вдосконаленню функцій управління підприємством та плануванню підприємницької діяльності. Від того наскільки правильно буде організована планово-аналітична робота на нижчій ланці промислового виробництва, залежать кінцеві результати розвитку країни. Основою планування на промисловому підприємстві є прогнозування основних показників господарської діяльності та навколишнього економічного середовища. Завдяки ним служби отримують об'єктивні ймовірнісні оцінки шляхів і методів досягнення, поставлені в межах стратегічного та тактичного планування цілей.

Прогноз – науково обґрунтоване судження щодо можливих станів об'єкта в майбутньому, шляхів й термінів їх здійснення. Він будується на підставі аргументованих наукових уявлень про стан об'єкта та має випадковий характер.

Прогнозування – процес науково обґрунтованого передбачення майбутнього, що формує інформаційний базис для прийняття управлінських рішень. Організація процесу на підприємстві передбачає визначення відповідних компонентів його методології, які можна класифікувати за різними критеріями і ознаками в залежності від поставлених завдань, об'єктів, предметів, цілей, організації прогнозування тощо.

Об'єкт економічного прогнозування – соціально-економічні процеси, а саме: сукупність економічних і соціальних факторів формування та функціонування системи, що характеризуються зміною параметрів на певному рівні господарювання [1].

Оскільки економічні прогнози – невід'ємна складова прогнозування й планування розвитку суспільних процесів, вони поєднуються з іншими видами таких, а саме: соціальними, політичними, демографічними, науково-технічними, прогнозуванням природних ресурсів тощо.

Проблемами, які потребують проведення експертизи, є:

- визначення мети розвитку об'єкта управління;
- прогнозування;
- розроблення сценаріїв;
- розроблення системи оцінок;
- визначення рейтингів.

За рішенням цих проблем потрібно звертатися до компетентних фахівців, чії оцінки та судження з приводу об'єкта експертизи враховуються під час прийняття рішення. Погляди фахівців та експертне оцінювання щодо перспектив розвитку об'єкта ґрунтується на мобілізації фахового досвіду.

Загальні економічні прогнозування, що застосовуються в процесі планування на підприємстві, поділяються на три групи: інтуїтивні, формалізовані та комбіновані. Одним з основних економічних методів є інтуїтивний (експертний) метод який використовується в тих випадках, коли неможливо врахувати вплив багатьох факторів через значну складність об'єкта прогнозування. В основі даного методу лежить використання оцінок висококваліфікованих спеціалістів (експертів).

Оскільки експертні оцінки (індивідуальні й колективні) є інтегральною сумою прогнозів, вони незалежні від обрання конкретних моделей чи математичних методів. Саме прогнози різного рівня та ступеня деталізації формують інформаційну основу для визначення ключових напрямів стратегічного та тактичного розвитку, планування господарських процесів підприємства.

Також основою організаційної діяльності є планування, без якого неможливо забезпечити взаємозв'язки з ринковою інфраструктурою, контролювати процеси, визначати потребу в ресурсах, стимулювати трудову активність працівників підприємства. Функція управління плануванням тісно пов'язана з контролем, завдання якого полягає у кількісному та якісному оцінюванні та обліку результатів роботи підприємства.

Контроль виробництва на підприємстві – як вказує сама назва – це система, метою якої є забезпечення цілісного, нормалізованого і правильного контролю процесів, які відбуваються в організації [2].

Експертний метод планування ґрунтується на прогнозах фахівців-експертів будь-якої проблеми планування. Непересічну роль в системі управління діяльністю підприємств відіграє економічний контроль за витратами і доходами. Саме він захищає інтереси держави, приватного або колективного власника, замовника, громади та суспільства.

Основні елементи економічного контролю: аудит; ревізії; судово-економічні експертизи, що досліджують один і той же предмет або використовують ті ж самі контрольні прийоми та процедури. Також, вони допомагають виявити порушення у практиці господарювання з метою їх недопущення в майбутньому. Застосування економічного контролю господарських процесів і фінансових відносин має великий вплив на сфери матеріальних відносин, а також невиробничої сфери. Саме тому предметом економічного контролю є всі господарські процеси і фінансові операції організацій, які розглядаються з позиції законності, економічної ефективності, правильності формування фондів, достовірності звітності.

У зв'язку з цим неабияке місце в досудовому розслідуванні кримінальних проваджень економічних злочинів посідають експертні дослідження, засновані на застосуванні прийомів і методів діагностики фінансово-господарського стану підприємства.

Якщо експертиза призначається з метою перевірки висновків документальної ревізії, у документі про призначення експертизи треба зазначити, які саме висновки викликають сумнів (суперечать зібраним

у кримінальному провадженні матеріалам, викликають спори у зацікавлених осіб, непереконливо обґрунтовані ревізорами тощо).

Основною перепорою у роботі експерта-економіста на сьогодні те, що він повинен досліджувати тільки ті документи, що йому надані – він не має права самостійно збирати необхідну додаткову інформацію [3].

Отже, способи і методи обґрунтування планових рішень є ланкою, що поєднує теперішнє з майбутнім, тому для досягнення поставлених цілей та забезпечення стабільності діяльності підприємства повинні застосовуватися усі опції управління: прогнозування, планування та контроль. Оскільки на будь-якому підприємстві існує проблема в тім, що деякі аспекти функціонування економічної системи не піддаються оцінці а через залежність від зовнішнього середовища, яке характеризується швидкою мінливістю.

Література.

1. Шумська С.С. Макроекономічне прогнозування: навчальний посібник: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2015. 176 с. URL: http://ekmair.ukma.edu.ua/bitstream/handle/123456789/9090/Shumska_macroeconomiczne_prohnozuvannia.pdf

2. Світлоока В.Ф. Місце і роль економічної експертизи в сфері державного контролю економічної діяльності. *Ефективна економіка*. 2011. № 12. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua>

3. Закон України «Про судову експертизу» від 25.02.1994. № 4038-ХІІ URL: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=4038-12>

ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ «КАПІТАЛ»

***ГРЕЦЬКИЙ Д., ЗДОБУВАЧ ВИЩОЇ ОСВІТИ,
ХЕРСОНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ***

Напевно, жодна інша економічна категорія не викликали таких суперечностей, як це робив капітал. Капітал грає велику роль у розвитку як і кожного окремого суб'єкта господарювання, так і цілої економічної системи. Капітал прямо впливає на формування валового внутрішнього продукту кожної країни на макрорівні, а на мікрорівні має суттєвий вплив на формування та розподіл грошових ресурсів.

* Науковий керівник – Петренко В.С., д.е.н., доцент

Протягом усього розвитку економіки, капітал був однією із центральних проблем кожного напрямку економічної думки. І не дивлячись на це, ця економічна категорія і досі не має чіткого визначення, що і робить цю проблему актуальною і на сьогодні, адже відсутність чіткого визначення призводить до недостовірності інформації, на підставі якої формуються хибні управлінські та інвестиційні рішення.

Актуальність цієї проблеми і стало приводом для дослідження, яке мало на меті дослідження еволюції поняття «капітал», його складу та наукових концепцій.

Початком проведеного дослідження став період Античності, де капітал був лише нагородою за проведену економічну діяльність і використовувався для подальшого отримання прибутку. Це трактування не зазнало особливих змін і за меркантилістів, де капітал був лише нагромадженням коштів та цінних металів, а основним напрямком їх отримання була сфера обігу.

Перший суттєвий вплив на капітал був за часів фізіократів, які відокремили його від грошей та розглядали його найголовнішим фактором виробництва, де поєднано витрати на робочу силу і природні ресурси. Фізіократи першими зробили спробу класифікувати капітал на «первісні аванси» та «щорічні аванси».

Найширше визначення капіталу відбулося за часів політичної економії, де, крім ресурсу, що вкладається у виробництво задля отримання прибутку, на нього почали впливати фактори людських взаємовідносин та модернізація виробничих ресурсів. Класики наполягали на тому що удосконалення продуктивності засобів виробництва, призводить до більшої вигоди, крім цього встановили ряд залежностей впливу капіталу у суспільному виробництві. Натомість Карл Маркс вводить поняття доданої вартості, що в сумі з вкладеними коштами і є капіталом. Саме таким чином капітал за Марксом стає само зростаючою вартістю. Крім цього економіст визначає три етапи кругообіг капіталу (грошовий, виробничий, товарний).

Наступним етапом стала неокласична школа, яка визначала капітал через закон спадної корисності, тобто продуктивність, яка буде зменшуватися через додавання додаткової одиниці ресурсу, цим і була пояснення межа використання факторів виробництва. Капітал отримав означення перманентності, через можливість швидко переходити із однієї форми в іншу. Кейнісіанство додало до категорії капіталу інвестиції та встановило залежності між ними.

**Характеристика підходів до визначення поняття
«капітал підприємства»**

Автор	Визначення
Балабанов І.Т.	Частина фінансових ресурсів, які пущені в обіг; доходи, що вони приносять ресурси від обігу.
Біла О.Г.	Сукупні грошові ресурси, що використовуються на підприємстві; авансований у господарську діяльність капітал власний, позичений і залучений у сукупності.
Бланк І.О.	Загальна вартість засобів в грошовій, матеріальній і нематеріальній формах; засоби, інвестовані у формування активів підприємства.
Макконелл К., Брю С.	Ресурси, створені в результаті процесу виробництва та використовуються для виробництва товарів і послуг; товари, які безпосередньо не задовольняють потреби людини: інвестиції, засоби виробництва.
Нігзан Дж., Біклер Ш.	Така сукупність кількісно вираженого фінансового фонду та фізичних засобів, які характеризуються певними якостями, що направлена на одержання доходу.
Брейлі Р., Майерс С.	Сукупність фінансових інструментів, випущених у вільний обіг та підкріплених реальними активами, що здатні приносити дохід
Шумпетер Й.	Капітал виступає економічним ресурсом – «купівельною силою» – для залучення необхідних засобів виробництва, з метою забезпечення науково-технічного прогресу суспільства
Маркс К.	Самозростаюча вартість, що приносить додаткову вартість; такі виробничі відносини, які формуються при капіталістичному виробництві, за яких капіталіст експлуатує та монополярно привласнює неоплачену працю найманих
Фішер І.	Дисконтований дохід від капіталовкладення, що формується незалежно від сфери його діяльності

Наступним етапом дослідження став сучасний синтез капіталу, який виник шляхом синтезу з іншими сферами людського життя задля визначення закономірностей та спільних факторів.

Так і виник соціальний капітал, основою якого були рівень довіри, толерантності, знань, набутих в результаті взаємовідносин. Соціальні відносини відкривають будь-якій особі шлях до отримання потрібного ресурсу.

Інтелектуальний капітал являє собою інформацію та знання, чия роль сьогодні найбільш велика. А найціннішим носієм цієї інформації стають люди, які, окрім власного розвитку, впливають на сферу своєї діяльності, розширюючи можливості компанії роботодавця.

Фінансовий капітал є ринковою вартістю усіх ресурсів, які залучаються суб'єктами господарювання з різних джерел. Саме цей вид капіталу відповідає за фінансову здатність організації, а найбільш

дієвим джерелом його формування стають інвестиції. Саме активність на фінансовому ринку, дає більше можливостей для здійснення економічної діяльності.

Отже, визначення капіталу відповідали тогочасним економічним відносинам. Вчені формували свої теорії відповідно до тих сфер, які приносили прибуток. Капітал в основному складається з прибутку минулого виробництва, коштів отриманих від кредиторів та акціонерів, інформації та інвестиційної діяльності. Проаналізувавши еволюцію капіталу, можна сформувати власне визначення цієї категорії, яке буде актуальним на сьогоднішній день. Капітал – це сукупність ресурсів та інформації, яка дозволяє підприємству виготовляти товари та надавати послуги найбільш продуктивно, за рахунок вдалого оперування наявними даними, доступними коштами та засобами виробництва, шляхом розподілу цих ресурсів у достатній кількості для ефективного функціонування кожного етапу кругообігу капіталу та інвестиційної діяльності.

Література.

1. Базилевич В.Д. Економічна теорія: Політекономія: підручник / за ред. В.Д. Базилевича. 7-ме вид., стер. К.: «Знання-Прес», 2008. 719 с.
2. Маркс К. Капітал. Критика политической экономии: Том 1, книга 1: процесс производства капитала. Отел второй, глава четвертая: превращение денег в капитал. / К. Маркс. М.: «Политиздат», 1983. 737 с.
3. Мацелюх Н.П., Максименко І.А. Історія економіки та економічної думки. Політична економія. Мікроекономіка. Макроекономіка: навч. посіб. 2-ге вид. перероб та доп. К.: «Центр учбової літератури», 2014. 382 с.

ОРГАНІЗАЦІЯ ВНУТРІШНЬОГО КОНТРОЛЮ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ

***ДРОБ'ЯЗКО В.В., ЗДОБУВАЧ ВИЩОЇ ОСВІТИ*,
ДЕРЖАВНИЙ БІОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ***

Ефективне функціонування підприємства в сучасних умовах, яке полягає у покращенні фінансово-економічних показників, підвищенні продуктивності, збільшенні обсягів виробленої продукції, виконаних робіт, наданих послуг, зниженні їх собівартості, передбачає раціональне використання основних фондів.

* Науковий керівник – Рагуліна І.І., к.е.н., доцент

Відповідно до П(С)БО 7 «Основні засоби» основні засоби – це такі матеріальні необоротні активи, що утримуються підприємством задля використання в господарській діяльності у процесі виробництва, реалізації та очікуваний строк корисного використання яких більше одного року [1].

В умовах стрімкого науково-технічного прогресу, постійного вдосконалення техніки, створення нових високопродуктивних видів обладнання та механізмів, які замінюють старе обладнання, все більш актуальними стають питання щодо термінів експлуатації основних засобів. Це пов'язано насамперед з необхідністю дотримання принципів раціональності при здійсненні капітальних вкладень у зв'язку з придбанням або створенням нових об'єктів основних засобів. При цьому виникає необхідність підвищення якості облікової інформації про збереження, утримання та вибуття основних засобів, що надається внутрішнім та зовнішнім зацікавленим сторонам. Внутрішній контроль є одним із найефективніших інструментів зниження ризиків помилок в обліку фактів господарської діяльності.

У процесі внутрішнього контролю операцій з основними засобами необхідно виконувати такі контрольні заходи:

- вивчити умови зберігання та експлуатації основних засобів, їх склад і структуру;
- підтвердити правильність документального оформлення та відображення в бухгалтерському обліку операцій, пов'язаних з надходженням і вибуттям основних засобів;
- проаналізувати ефективність використання основних засобів;
- перевірити правильність нарахування амортизації, оцінки та переоцінки основних засобів та достовірність їх відображення в бухгалтерському обліку;
- перевірити правильність обліку орендних та лізингових операцій;
- встановити обсяги виконаних ремонтів основних засобів та законність їх відображення в бухгалтерському обліку залежно від обраного методу.

До основних інструментів внутрішнього контролю основних засобів належать документальний та фактичний контроль, що забезпечує достовірну інформацію керівництву підприємства для прийняття ефективних управлінських рішень у системі управління необоротними активами.

Види документального контролю:

1. Аналітичні процедури використовуються при порівнянні наявності основних засобів у різні періоди, даних звіту про їх рух, оцінки взаємозв'язків між різними статтями та формами звітності тощо.

2. Інспекція – метод, при якому первинні облікові документи про рух основних засобів перевіряються за формою використаних бухгалтерських документів та за змістом фактів господарського життя.

3. Арифметична перевірка – визначає правильність розрахунків і використовується для підтвердження правильності розрахунків сум нарахованої амортизації на основні засоби, податкових розрахунків, звітних показників тощо.

4. Формальна перевірка виявляє недоліки в оформленні документів з обліку основних засобів, правильність реквізитів та наявність невказаних виправлень.

5. Підтвердження – метод контролю, за допомогою якого можна отримати інформацію про об'єктивність відображення в бухгалтерському обліку господарських операцій і реальність залишків на рахунках основних засобів.

6. Звірка – це метод перевірки достовірності даних первинного обліку, реєстрів, головної книги, кореспондентських рахунків.

Види фактичного контролю:

1. Обстеження будівель і споруд передбачає перевірку їх технічного та протипожежного стану, забезпечення безпеки персоналу, безперебійного виробництва та збереження продукції, що випускається.

2. Інвентаризація – метод контролю, який використовується для перевірки фактичної наявності основних засобів за даними бухгалтерського обліку, а також для з'ясування їх збереження на підприємстві.

3. Інспекція передбачає перевірку працездатності, загального технічного стану діючого виробничого обладнання технологічних ліній, дотримання правил технічного обслуговування.

4. Запит – письмовий запит до різних підрозділів підприємства (внутрішній запит) та до різних підприємств і установ (зовнішній запит) надати дані про операції з основними засобами, які необхідні для аналізу та порівняння.

Тому, невід'ємною частиною діяльності підприємства є ефективна політика внутрішнього контролю, що дасть змогу вдосконалити організацію контролю основних засобів, підвищити їх інформативність і прогнозувати ефективність їх використання на підприємстві.

Література.

1. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 7 «Основні засоби»: наказ Міністерства фінансів України від 27.04.2000 р. № 92. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0288-00> (дата звернення: 04.05.2022).

СУТНІСТЬ ПОНЯТЬ «БАЛАНС» ТА «БАЛАНСОВЕ УЗАГАЛЬНЕННЯ» В НАУКОВІЙ ЛІТЕРАТУРІ

ДУНАЄВА Т.В., СТУДЕНТКА,
ДЕРЖАВНИЙ БІОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ*

Згідно із Законом України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» бухгалтерський облік – це процес виявлення, вимірювання, реєстрації, накопичення, узагальнення, зберігання та передачі інформації про діяльність підприємства зовнішнім та внутрішнім користувачам для прийняття рішень [1]. З цього випливає, що головною метою ведення бухгалтерського обліку є складання звітності для забезпечення інформаційних потреб зацікавлених осіб, тоді його методами треба вважати ті елементи, які дозволяють отримати інформацію, потрібну для її досягнення.

Для бухгалтерського обліку наявності та зміни майна, капіталу, зобов'язань, інших господарських операцій встановлені певні способи і прийоми ведення бухгалтерського обліку, які є єдиними для всіх підприємств незалежно від їх організаційно-правової форми. Сукупність способів і прийомів ведення бухгалтерського обліку називається методом бухгалтерського обліку. Кожен окремий спосіб ведення бухгалтерського обліку представляє собою елемент методу бухгалтерського обліку. За допомогою методу бухгалтерського обліку, як сукупності спеціальних прийомів, вивчають його предмет.

Одним із важливих елементів методу бухгалтерського обліку традиційно вважається баланс, який інтерпретується і як форма фінансової звітності. Але ще на початку ХХ століття балансовому узагальненню відводилася важлива роль в теорії бухгалтерського обліку, оскільки за його допомогою здійснювалося обґрунтування рівності обох частин бухгалтерського балансу. На сьогодні значимість балансового узагальнення майже втрачена, не сформовано єдиної думки щодо складових елементів методу бухгалтерського обліку, зокрема включення до них балансу та звітності. Проте чітке визначення методів вивчення об'єктів чи явищ господарської діяльності підприємств забезпечує вищий ступінь пізнання об'єктів, підвищення якості економічної інформації. Тому проведення досліджень у напрямі уточнення сутності та змісту балансового узагальнення та місця балансу в теорії бухгалтерського обліку має надзвичайну актуальність.

* Науковий керівник – Маренич Т.Г., д.е.н., професор

Загальновідомо, що складання балансу та інших форм бухгалтерської звітності являє собою завершальний етап процесу бухгалтерського обліку, що дозволяє сформуванню на певну звітну дату повну і достовірну інформацію про майновий та фінансовий стан підприємства, про його зміни, а також фінансові результати його діяльності за певний звітний період.

Як свідчить аналіз наукової літератури вчені поряд з терміном «баланс», використовують інші категорії: «балансове узагальнення», «спосіб балансування», «балансовий метод», «метод балансового узагальнення» тощо.

Вивчення літературних джерел показує неоднорідне сприйняття понять, пов'язаних з балансом. Так, на думку Бондар В.П., науковці розглядають баланс в різних аспектах: як власне прийом бухгалтерського обліку; як підсумок облікових процедур та форму фінансової звітності (інформаційну модель економіки підприємства); як властивість урівноваженої системи [2, с. 3].

Інша група вчених стверджує, що не доречно в контексті елементів методу бухгалтерського обліку розглядати ні баланс, ні звітність загалом (Ю.О. Івахів [3], В.Ф. Палій [4]).

Щодо балансового узагальнення Петрук О.М. зазначає, що сьогодні його значимість є майже втраченою, доказом цього є сумніви окремих вчених щодо входження бухгалтерського балансу до елементів методу бухгалтерського обліку та інтерпретації балансу лише як форми фінансової звітності [5, с. 56].

Серед науковців також поширеною є думка, що балансове узагальнення є першим аспектом бухгалтерського балансу, другим – виступає бухгалтерський баланс як форма фінансової звітності [6, с. 27].

Таким чином, питання щодо сутності, використання термінів балансу та/або балансового узагальнення та їх місця в системі бухгалтерського обліку та звітності залишаються актуальними і носять дискусійний характер, що вимагає проведення поглибленого дослідження.

Література.

1. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні: Закон України від 16 липня 1999 року № 996-XIV. Редакція від 01.07.2021 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14#Text> (дата звернення: 30.05.2022).

2. Бондар В. П. Аналіз бухгалтерського балансу та прогнозування діяльності підприємства (на матеріалах хлібокомбінатів м. Києва): автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. ек. наук : спец. 08.06.04 «Бухгалтерський облік, аналіз та аудит» / Бондар Валерій Петрович. Київ, 2001. 19 с.

3. Івахів Ю.О. Фінансова звітність та елементи методу бухгалтерського обліку. *Інвестиції: практика та досвід*. 2011. № 16. С. 76-77. URL: http://www.investplan.com.ua/pdf/16_2011/19.pdf (дата звернення: 30.05.2022).

4. Палий В.Ф. О методі бухгалтерського учета. *Бухгалтерський учет*. 2006. № 7. С. 55-60.

5. Петрук О.М. Регулювання бухгалтерського обліку в Україні: теорія, методологія, практика: Монографія. ЖДТУ, 2006. 152 с.

6. Кулик В.А. Бухгалтерський баланс: минуле, сучасне, майбутнє: Монографія. Полтава: РВВ ПУЕТ, 2010. 186 с. URL: <http://dspace.pdaa.edu.ua:8080/bitstream/123456789/8685/1/Кулик%20В.А.%20Монографія%20Баланс.pdf> (дата звернення: 30.05.2022).

ДОПОРОГОВА ЗАКУПІВЛЯ: ОБГРУНТУВАННЯ ПОТРЕБИ І ДОКУМЕНТУВАННЯ

***ЗМІЄВСЬКА А.О., ЗДОБУВАЧ ВИЩОЇ ОСВІТИ*,
ПОЛТАВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ***

Перехід України до ринкової економіки зумовив виникнення радикальних змін у відносинах між державою та суб'єктами господарювання. Саме тому невід'ємним елементом сучасної держави є публічні закупівлі. Переведення процедур закупівлі в електронний формат створює ефективну європейську модель електронних закупівель за участю розпорядників бюджетних коштів та приватних суб'єктів господарювання. Першими закупівлями, які почали проводити в Україні з використанням електронних засобів, були допорогові закупівлі після яких набрав чинності Закон України «Про публічні закупівлі», в якому створено умови для прозорого забезпечення здійснення публічних закупівель.

Допорогова закупівля – придбання замовником товарів, робіт і послуг, вартість яких є меншою за вартість, що встановлена в частині 3 статті 3 Закону України «Про публічні закупівлі», або суб'єктом підприємницької діяльності, що не є замовником в розумінні Закону України «Про публічні закупівлі» на будь-яку суму [1]. Іншими словами це закупівля замовником товарів чи послуг, вартість яких не перевищує 200 тис. грн. або робіт, вартість яких менше 1,5 млн. грн. Проведення

* Науковий керівник – Пономаренко О.Г., к.е.н., доцент

допорогових закупівель здійснюється для забезпечення потреб підприємства, установи, організації в товарах, роботах чи послугах найвищої якості за найвигіднішою для замовника ціною. Однією з обов'язкових вимог до процедури допорогових закупівель є дотримання основних принципів: добросовісна конкуренція серед учасників, максимальна економія та ефективність, відкритість та прозорість на всіх стадіях закупівель, недискримінація учасників, об'єктивна та неупереджена оцінка пропозицій, запобігання корупційним діям і зловживанням. Дотримання цих правил гарантує справедливу закупівлю для всіх її учасників. Перевагами допорогової закупівлі є максимальна конкурентність, відкритість та розвиток.

Починаючи з 01.01.2022 відповідальною за організацію та проведення процедури закупівлі/допорогової закупівлі є уповноважена особа. Для уповноваженої особи обов'язковим стало проходження безкоштовного тестування на веб-порталі Уповноваженого органу (Prozorro) для підтвердження свого рівня володіння необхідними (базовими) знаннями у сфері публічних закупівель. Порядок організації тестування уповноважених осіб визначається уповноваженим органом. Відповідно до норм Закону, уповноважена особа під час організації та проведення процедури закупівлі/спрощеної закупівлі повинна забезпечити об'єктивність та неупередженість процесу організації та проведення процедур закупівель в інтересах замовника[2].

Оголошення закупівлі – перший етап процедури, де в електронній системі чітко наведена інформація про: предмет та очікувану вартість закупівлі, умови договору, порядок і умови проведення закупівлі, строк подання пропозицій, вимоги до учасника, а також інша інформація, яка є необхідною при окремих закупівлях. Окрему роль для успішного проведення процедури закупівлі та отримання більше пропозицій відіграє встановлення чітких вимог до предмета закупівлі.

При визначенні умов закупівлі необхідно зазначити її очікувану вартість, яка повинна перевищувати 3 тис. грн. Крім того, варто визначити: період уточнень, тривалість якого при проведенні закупівлі очікуваною вартістю 3-50 тис. грн. становить не менше 1 робочого дня, у випадку проведення закупівлі на суму вище 50 тис. грн. – не менше 3-х робочих днів; період подання пропозицій, тривалість якого при проведенні закупівлі очікуваною вартістю 3-50 тис. грн. становить не менше 1 робочого дня, у випадку проведення закупівлі на суму вище 50 тис. грн. – не менше 2-х робочих днів

Другим етапом здійснення процедури закупівлі є період уточнень, тривалість якого встановлюється під час оголошення про проведення закупівлі. Періодом уточнень є визначений проміжок часу, упродовж якого учасники можуть звертатись до замовника з анонімними питаннями щодо вимог закупівлі.

Наступним етапом допороговою закупівлі є подання пропозицій учасниками. Учасники подають пропозиції, які залишаються конфіденційними до закінчення етапу електронного аукціону, шляхом заповнення електронної форми з додаванням електронних документів. До закінчення періоду подання пропозицій учасники можуть вносити зміни та доповнення до поданих ними пропозицій, а також анулювати її. Кожен учасник має можливість подати лише одну пропозицію, у тому числі до визначеної в оголошенні про закупівлю частини предмета закупівлі (лота). Протягом строку подання пропозицій учасники мають право вносити зміни до своїх пропозицій, історія яких також зберігається в системі. Якщо ж на етапі подання пропозицій не було подано жодної пропозиції, то закупівля автоматично вважається такою, що не відбулася.

Після закінчення періоду подання пропозицій наступним етапом є – аукціон. Перед початком цього етапу автоматично відкривається інформація про ціни пропозицій учасників. Якщо пропозицій більше ніж одна, то активується модуль «Аукціон», хід якого всі користувачі можуть спостерігати онлайн. Аукціон складається з 3 раундів. Протягом аукціону учасники можуть зменшувати вартість своєї цінової пропозиції в кожному раунді не менш ніж на крок, який було вказано в оголошенні (відносно своєї попередньої ставки), або залишати вартість своєї пропозиції незмінною. Варто звернути увагу на той факт, що у кожному з раундів останнім робить свою ставку учасник, який подав пропозицію з найнижчою ціною, що дає йому можливість бачити кожен крок конкурентів і робити з цього власні висновки. Учасники мають уважно стежити за часом ходу в аукціоні. Для ходу система надає 2 хвилини, тож учасникам слід впевнитись, що система надіслала повідомлення «Ваша пропозиція прийнята». Замовник самостійно встановлює крок, який зазначається в гривнях, розраховується як відсоткове відношення до очікуваної вартості закупівлі та має перебувати в діапазоні від 0,5 до 3 % від очікуваної вартості закупівлі з перерахунком у грошових одиницях [3].

На етапі кваліфікації постачальників і визначення переможця проводяться активні дії, а саме: послідовно перевіряються отримані пропозиції, починаючи з найменшої запропонованої ціни до найвищої. Якщо пропозиція Постачальника з найменшою ціною

відповідає вимогам, така пропозиція оголошується переможцем. Якщо не відповідає – таку пропозицію дискваліфікують і оцінюють наступну. Завершенням закупівлі вважається завантаження сканованої копії договору з переможцем. Слід звернути увагу на той факт, що сума договору не повинна перевищувати суму, яка була заявлена переможцем за результатами аукціону. Обрання переможця здійснюється на підставі аналізу поданих учасниками документів та їх відповідності заявленим у оголошенні про проведення закупівлі вимогам. Замовник може укласти договір не пізніше ніж через 20 днів з дня прийняття рішення про намір укласти договір про закупівлю.

Наступним етапом Закупівлі є підписання договору не раніше, ніж через 2 робочих дні після оприлюднення рішення про визначення переможця. З цього моменту закупівля набуває статусу «Завершена», а між замовником та переможцем закупівлі виникають договірні зобов'язання. Слід пам'ятати, що Замовник, може відмінити процедуру у будь-який момент до її завершення, але при цьому обов'язково повинен зазначити причини відміни закупівлі.

Для того, щоб допорогові закупівля були успішними учаснику і замовнику слід обрати майданчик, який буде оптимально відповідати запитам, заздалегідь запланувати закупівлю, запросити учасників з якими співпрацювали та які ще не брали участь у електронних закупівлях, встановити конкретну очікувану вартість.

Особливістю сучасних допорогових закупівель є те, що вони можуть проводитися, на розсуд замовника: з використанням електронної системи закупівель або без неї, але з дотриманням принципів здійснення публічних закупівель і обов'язковим оприлюдненням звіту про договір про закупівлю, укладений без використання електронної системи. Перевагами допорогової закупівлі є те, що вона не займає багато часу, адже всього декілька днів триває уточнення інформації про закупівлю (не менше 3 робочих днів) та строк подання пропозицій (не менше 2 робочих днів), а також може забезпечити максимальну конкуренцію та зниження ціни.

Література.

1. Наказ ДП «Прозорро» № 10 від 19.03.2019 «Про затвердження інструкції про порядок використання електронної системи закупівель у разі здійснення закупівель, вартість яких є меншою за вартість, що встановлена в абзацах 2 та 3 частини 1 статті 2 ЗУ «Про публічні закупівлі». URL: <https://infobox.prozorro.org/news-mert/nakaz-10-vid-19-03-2019> (дата звернення 02.05.2022 р.).

2. Методичний посібник з публічних закупівель.
URL: <https://decentralization.gov.ua/uploads/library/file/575/1.pdf> (дата звернення 02.05.2022 р.).

3. Допорогові закупівлі. Етапи проведення допорогових закупівель.
URL: <https://infobox.prozorro.org/articles/doporogova-zakupivlya> (дата звернення 02.05.2022 р.).

БУХГАЛТЕРСЬКІ РАХУНКИ ТА ЇХ ПОБУДОВА

***ІВАХ А.В., ЗДОБУВАЧ,
ДЕРЖАВНИЙ БІОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ***

В процесі господарської діяльності підприємство здійснює велику кількість операцій, кожна з яких практично неможливо відобразити безпосередньо в балансі. Якщо б навіть кожна господарська операція відображалася прямо в балансі, неможливо було б виявити і контролювати взаємозв'язок між ними. Крім того, в балансі ресурси відображають тільки в грошовому вимірі і лише на певну дату. Для цілей управління керівництву підприємства необхідно знати про наявність і рух активів, зобов'язань і власного капіталу, як у грошовому, так і в натуральному вимірниках. Засобом для ведення поточного обліку і отримання відомостей про рух ресурсів підприємства та джерел їх утворення служить система бухгалтерських рахунків.

Бухгалтерський рахунок – це спосіб групування та поточного обліку наявності та руху однорідних господарських засобів, джерел їх формування та господарських процесів [1].

Без існування рахунків важко собі уявити сучасний бухгалтерський облік, як важко уявити бухгалтера, який не був би знайомий з порядком, принципами та правилами ведення обліку на тому чи іншому рахунку.

Отже, бухгалтерський рахунок – це бухгалтерський документ, містить інформацію про один вид майна або один вид зобов'язання. Він є основною одиницею збереження облікової інформації.

Кожен рахунок призначений для відображення конкретного об'єкта обліку та відкривається на кожен вид активу (засобів), пасиву (зобов'язань – позикових коштів) та капіталу організації (власне джерело), включаючи доходи та витрати. На підставі документів на

* Науковий керівник – Рагуліна І.І., к.е.н., доцент

рахунку накопичуються та систематизуються поточні дані щодо однорідних операцій. Будь-який рахунок поділений на дві частини – для відображення збільшення або зменшення господарських засобів підприємства та джерел їх формування. На кожному окремому рахунку реєструється початковий стан об'єкта, що враховується, і його зміни (операції), і тому в будь-який момент часу можна визначити нове стан об'єкта.

Вперше теоретично подвійна бухгалтерія була описана в роботі італійського вченого Луки Пачолі в 1494 р. Отже, починаючи з XV ст. Відбувається зародження, а потім стрімке розповсюдження подвійної бухгалтерії в різних країнах світу, з'являються перші літературні твори з бухгалтерського обліку. З появою подвійної бухгалтерії облік перетворюється в інструмент управління підприємством [2].

Для здійснення належних економічних групувань господарських операцій та отримання необхідних показників для контролю, аналізу фінансово-господарської діяльності та прийняття управлінських рішень важливе значення мають економічно правильно побудована система рахунків бухгалтерського обліку, чітко визначений економічний зміст рахунків та одноманітне відображення на них господарських операцій. У зв'язку з цим усі рахунки бухгалтерського обліку класифікують за економічним змістом та за структурою і призначенням.

Для отримання найважливіших показників, необхідних для складання бухгалтерської (фінансової) звітності, а також з метою поточного вивчення інформації про факти господарської діяльності шляхом її оперативного аналізу та контролю потрібен відповідний перелік рахунків бухгалтерського обліку. Перелік рахунків бухгалтерського обліку фінансово-господарську діяльність підприємство повинно забезпечити отримання необхідних відомостей про стан та рух різних видів господарських засобів, про наявність та зміни їх джерел, про зміни та результати господарських процесів з метою управління ними. Тому виникла необхідність розробки типового плану рахунків бухгалтерського обліку, на підставі якого підприємство затверджує у наказі про облікову політику робочий план рахунків, що включає повний перелік синтетичних та аналітичні рахунки.

Таким чином, бухгалтерські рахунки як елемент бухгалтерської науки, що зародилися за часів Л. Пачолі і пройшли величезний шлях своєму розвитку та становленні, стали невід'ємною частиною бухгалтерського обліку. У XIX ст., коли наука про бухгалтерський облік

загалом сформувалася, цей метод отримав наукове обґрунтування і з того часу широко застосовується.

В даний час система рахунків активно використовується. Рахунки є одним з найважливіших елементів методу бухгалтерського обліку та призначені для поточного обліку господарських операцій, що змінюють склад майна та джерел його формування.

Література.

1. Давидюк Т.В., Манойленко О.В., Ломаченко Т.І., Резніченко А.В. Бухгалтерський облік: навч. посібник. Харків: Видавничий дім «Гельветика», 2016. 392 с.

2. Пасько Т.О. Історія бухгалтерського обліку: навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц. Суми: ВТД Університетська книга, 2009. 141 с.

ОБЛІК РУХУ ГРОШОВИХ КОШТІВ ПІДПРИЄМСТВА

КІРЄЄВА В.О., ЗДОБУВАЧ ВИЩОЇ ОСВІТИ*, ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БУДІВНИЦТВА ТА АРХІТЕКТУРИ

Однією із важливих сфер діяльності підприємства є облік грошових коштів, які представляють собою найліквідніші активи та ті, що швидко обертаються. Від правильного ведення обліку таких засобів залежить ефективне функціонування будь-якого суб'єкту господарювання. Тому, мета роботи полягає у дослідженні облікових операцій в готівковій та безготівковій валюті, а також в національній та іноземній валютах.

На думку багатьох економістів грошові кошти є основними засобами здійснення безготівкових та готівкових розрахунків. Так, Остафійчук С.М. наголошує на тому, що грошові кошти є абсолютно ліквідними активами, до яких не дуже часто можуть бути віднесені залишки на рахунках в банках [1]. В свою чергу, Скоробогатова В.В. трактує грошові кошти як кошти, які знаходяться не тільки на поточних рахунках банків, але і на інших рахунках банківських установ [2, с. 193-197].

Незважаючи на той факт, що переважна більшість суб'єктів господарювання намагаються здійснювати свою діяльність у безготівковій формі, готівкові розрахунки до сих пір «тримаються» в

* Науковий керівник – Коледіна К.О., к.е.н., доцент

грошовому обігу. Так, у відповідності до Інструкції «Про застосування плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій», ведення обліку готівки здійснюється за 30 рахунком «Готівка», а безготівкових коштів – за 31 «Рахунки в банках». В межах кожного з них є субрахунки.

Так, 30 рахунок ділиться на: 301 «Готівка в національній валюті» та 302 «Готівка в іноземній валюті» [3].

Основним документом, який регулює операції в безготівковій формі, є Інструкція № 22 «Про безготівкові розрахунки в Україні в національній валюті» від 21.01.2004. В ній наголошується на тому, що розрахунки здійснюють банки на підставі певних розрахункових документів в електронному вигляді або в письмовому варіанті. Крім цього, такі розрахунки відображаються в обліку за 31 рахунком «Рахунки в банках», який також ділиться на субрахунки: 311 «Поточні рахунки в національній валюті», 312 «Поточні рахунки в іноземній валюті», 313 «Інші рахунки в банку в національній валюті», 314 «Інші рахунки в банку в іноземній валюті» [3].

Крім цього, коли відбувається рух грошових коштів, для аналізу діяльності підприємства вказується стаття руху грошових коштів. Після цього аналітики будують звіт «Cash & flow». Мета такого звіту полягає у наданні конкретної інформації про джерела походження, відтоки та притоки грошових коштів. Підприємство може застосувати ці дані для виявлення причин погіршення грошового потоку, оцінити достатність коштів для погашення заборгованості, спланувати інвестиційну та фінансову політику.

Даний вид звіту охоплює обороти по таким субрахунках:

- грошові еквіваленти (субрахунок 351);
- касова готівка (субрахунки 301, 302);
- електронні кошти у гривнях (субрахунок 335);
- гроші на розрахункових рахунках в банках (субрахунки 311, 312, 313, 314);
- гроші, що знаходяться в процесі банківських операцій (перевезення інкасаторами, продаж і купівля іноземної валюти).

Кінцевим результатом такого звіту буде підрахована бухгалтером чи аналітиком кількість чистого грошового потоку, яке можна вирахувати за допомогою наведеної нижче формули:

$$\text{Чистий рух грошових потоків} = \text{Притік} - \text{Відтік}$$

Крім того підприємство може вести розрахунки з контрагентами в національній або в іноземній валюті. У зв'язку з тим, щоб привести

до єдиних показників балансу дані по розрахунковим рахункам в іноземній валюті, передбачено подвійний принцип відображення залишку і руху коштів – у іноземній валюті та у її еквіваленті в національній валюті. В бухгалтерському обліку використовується курс НБУ, який щоденно встановлюється банком, і згідно якого проводиться переоцінка грошових коштів. У зв'язку з цим виникає курсова різниця (прибуткова або від'ємна), яка відображається на фінансовому результаті діяльності компанії.

Окремо варто виділити облік грошових коштів у розрібній діяльності. Так, 01.01.2022 року законодавством було введено застосування ПРРО. Під даним поняттям мається на увазі програмно-апаратний або програмно-технічний комплекс у вигляді програмного чи технологічного рішення, основне призначення якого полягає у реєстрації розрахункових операцій при продажу товарів чи наданні послуг, здійсненні певних операцій з торгівлі валютними цінностями в готівковій формі тощо [4]. Отже, ПРРО – це віртуальний фіскальний реєстратор, який повинен тепер використовуватися на підприємствах і ФОПами для здійснення ряду розрахункових операцій.

Таким чином, для ефективного ведення своєї господарської діяльності підприємство повинне обов'язково застосовувати облік руху грошових коштів. Адже без здійснення бухгалтерських операцій можна втратити багато прибутку, нерационально розподілити кошти чи інвестувати їх у ті засоби, які будуть збитковими ті які можуть призвести до банкрутства чи навіть до ліквідації.

Література.

1. Остафійчук С.М. Грошові кошти та їх еквіваленти – найліквідніші активи підприємства. *Науковий вісник Ужгородського університету*. 2011. С. 215-220.

2. Скоробогатова В.В. Грошові кошти як основна складова монетарних активів: економічна та облікова сутність поняття. *Вісник ЖДТУ*. 2012. № 1. С. 193-197.

3. Про застосування плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій: інструкція від 30.11.1999. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0893-99#Text> (дата звернення: 04.05.2022).

Про застосування реєстраторів розрахункових операцій у сфері торгівлі, послуг та громадського харчування: Закон України від 06.07.1995. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/265/95%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення: 04.05.2022).

БІОЛОГІЧНІ АКТИВИ: НОРМАТИВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ, ОЦІНКА ТА ОБЛІК

*КОЛОТІЙ В.Ю., ЗДОБУВАЧ ВИЩОЇ ОСВІТИ,
ПОЛТАВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ*

Поняття «біологічні активи» в є завжди актуальним як у практичній, так і в науковій площині. Практичні способи відображення операцій з біологічними активами широко висвітлюються у професійних виданнях [1-2].

Водночас має місце постійна наукова дискусія, зокрема щодо наступних питань: 1) налагодження системи аналітичного обліку у рослинництві та тваринництві; 2) відмінностей у визначенні пріоритетної оцінки при первісному визнанні вироблених біологічних активів у законодавстві України; 4) проблем відображення на рахунках бухгалтерського обліку доходів і витрат від первісного визнання біологічних активів та сільськогосподарської продукції; 5) удосконалення механізму вибору суб'єктом ведення обліку з наявних альтернатив відповідних методів облікового супроводу операцій з біологічними активами [3, с. 52].

Дослідженням питань нормативно-правового регулювання обліку біологічних активів встановлено, що основними нормативними документами є:

НП(С)БО 30 «Біологічні активи»: встановлює базові правила обліку. У цьому положенні зазначений порядок визнання та оцінки біологічних активів, порядок визначення доходів та витрат від сільськогосподарської діяльності, наведено особливості розкриття інформації про біологічні активи у примітках до фінансової звітності. У додатку до НП(С)БО 30 наведено приклади біологічних активів та с/г продукції;

МСБО 41 «Сільське господарство»: застосовується до сільськогосподарської продукції, зібраної як урожай біологічних активів суб'єкта господарювання, причому лише на час збирання врожаю, зазначає умови щодо визнання та оцінки біологічних активів, містить порядок визначення прибутків та збитків, державних грантів, розкриття інформації, розкриття додаткової інформації про біологічні активи, достовірна оцінка справедливої вартості яких неможлива тощо;

* Науковий керівник – Каліцедал Н.А., к.е.н., доцент

НП(С)БО в державному секторі 136 «Біологічні активи»: визначає порядок визнання та оцінки біологічних активів, порядок визначення доходів та витрат від сільськогосподарської діяльності, наведено перелік інформації, що міститься у примітках до фінансової звітності та наведено приклади біологічних активів і с/г продукції.

Найважливішим етапом в організації бухгалтерського обліку біологічних активів є визначення оптимального методу їх оцінки. Нормами НП(С)БО 30 «Біологічні активи» передбачена оцінка біологічних активів і сільськогосподарської продукції рослинництва за справедливою та первісною вартістю, а незавершеного виробництва за виробничою собівартістю.

Порядок оцінки біологічних активів та сільськогосподарської продукції залежить від джерел їх надходження. Тобто якщо:

- актив придбано за плату, то первісна вартість буде визначена за П(С)БО 7 «Основні засоби» або П(С)БО 9 «Запаси»;

- відбулося безоплатне одержання або внесок до статутного капіталу, то первісна вартість буде сформована як справедлива вартість з урахуванням витрат, безпосередньо пов'язаних з доведенням їх до стану, у якому вони придатні для використання із запланованою метою;

- відбулося переведення до складу довгострокових біологічних активів із складу поточних біологічних активів справедлива вартість, зменшена на очікувані витрати на місці продажу, то справедлива вартість буде зменшена на очікувані витрати на місці продажу;

- відбувся обмін на подібний актив, то відображається справедлива вартість переданого активу;

- відбувся обмін на неподібний актив, то відображається справедлива вартість переданого активу, збільшена (зменшена) на суму грошових коштів чи їх еквівалентів, що належить до сплати (отримання) за обмінною операцією;

- додаткові біологічні активи або сільськогосподарська продукція, то справедлива вартість буде зменшена на очікувані витрати на місці продажу або за виробничою собівартістю відповідно до П(С)БО 16 «Витрати».

Тому вважаємо, що сільськогосподарські підприємства повинні приділяти належну увагу формуванню облікової політики, зокрема ввести розділ «Біологічні активи та сільськогосподарське виробництво» [4, с. 119], структура якого буде визначена професійним баченням бухгалтера з урахуванням специфіки конкретного підприємства.

Література.

1. Озерова О. Швець О. Облік біологічних активів рослинництва і тваринництва. *Golovbukh.ua*. 24.05.2022. URL: <https://www.golovbukh.ua/article/8360-oblk-bologichnih-aktivv-roslinnitsva-tvarinnitsva>

2. Краснощок Р. Надходження поточних біологічних активів: облікові аспекти. *Uteka.ua*. 28.08.2015. URL: <https://uteka.ua/publication/agro-4-gospodarski-operacii-v-agrosektori-35-nadkodzheniya-potochnix-biologichnix-aktiviv-oblikovi-aspekti>

3. Канцедал Н.А. Інституціональний підхід до формування в обліку інформації про біологічні активи та сільськогосподарську діяльність. *Економіка. Фінанси. Менеджмент: актуальні питання науки та практики*. 2018. № 1(27). С. 44-55. URL: <http://dspace.pdaa.edu.ua:8080/handle/123456789/228>

4. Канцедал Н.А., Пономаренко О.Г. Дискусійні аспекти інтеграції наукових підходів щодо обліку біологічних активів у практику діяльності господарюючих суб'єктів. Науково-методичні основи розвитку обліково-аналітичної системи України в умовах глобалізації економіки: [колективна монографія] / За заг. ред. Т.Г. Маренич. Харків: Вид-во «Смугаста типографія», 2017. С. 111-129. URL: <http://dspace.pdaa.edu.ua:8080/handle/123456789/5394>

ОРГАНІЗАЦІЯ ОБЛІКУ ВИРОБНИЧИХ ЗАПАСІВ

КОРОЛЬ Є.Я., ЗДОБУВАЧ*,
ДЕРЖАВНИЙ БІОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Запаси є найважливішою частиною активів підприємства. Вони займають особливе місце в складі його активів, а також у виробництві та торгівлі. Необхідність безперебійного постачання продукції в умовах безперервного попиту зумовлює створення на підприємствах запасів у необхідних обсягах. Адже головною проблемою є: як залишитись конкурентоспроможним і як запобігти банкрутству. Насамперед ця проблема є актуальною для підприємств, які займаються виробництвом.

Запаси – це сукупність матеріалів, деталей, сировини, комплектуючих, незавершеного виробництва, напівфабрикатів тощо, необхідних для забезпечення безперервності виробничого процесу і зазвичай знаходяться у відповідальних осіб або на складах різного рівня.

* Науковий керівник – Рагуліна І.І., к.е.н., доцент

Запаси включають предмети праці, що використовуються для господарських потреб, для виготовлення продукції (послуг, робіт) і придбані для перепродажу, або використані для виробництва послуг (послуг, робіт), а також для адміністративних цілей. Класифікація запасів необхідна для аналітичного обліку, раціональної організації зберігання, планування, обліку, нормування, аналізу, управління запасами та інших потреб підприємства.

Неодмінною умовою досягнення високого рівня виробництва на фермах є аналіз безпечності та ефективності використання запасів. Реалізація цих напрямків для покращення аналітичного забезпечення управління запасами на підприємствах дозволить не тільки зменшити втрати від утримання надлишкових запасів, але й дозволить вивільнити значну частину грошових коштів та значно підвищити ефективність їх фінансово-господарської діяльності [2].

Організація та методика проведення інвентаризаційної перевірки є важливою частиною перевірки на підприємстві. Метою аудиту є використання запасів для контролю за дотриманням чинного законодавства при операціях з іншими запасами, встановлення повноти та точності обліку надходження запасів через їх канали, перевірки правильності визнання діяльності за П(С)БО 9. «Запаси» для перевірки стану складу виробничих запасів та перевірки дотримання обраних методів обліку виробничих запасів, встановлених Положенням про принципи бухгалтерського обліку.

Основна мета аудиту виробничих запасів підприємства – допомогти клієнту виявити основні недоліки, порушення та помилки в обліку товарно-матеріальних цінностей, усунути їх та запобігти їх подальшому виникненню, покращивши тим самим фінансовий стан підприємства. Тому правильна та раціональна організація та методологія аудиту запасів допоможе аудитору досягти цієї мети [3].

Для визначення собівартості придбаних запасів використовуються показники аналітичного обліку, оскільки ці показники забезпечують найвищу точність розрахунку на основі грошової оцінки запасів.

Для ефективного управління запасами підприємства слід дотримуватись певних вимог, вибрати систему обліку запасів, яка б враховувала специфіку виробничого процесу; постійно мати досить точну оцінку обсягів і термінів потреб, виконання замовлення, а також інформації про терміни ремонту та їх можливі зміни, контроль надходження і використання сировини в процесі та забезпечення його безперервності особливо важливо для підприємства (структурні підрозділи) [1].

При аналізі структури та складу запасів необхідно мати на увазі, що вони повинні бути оптимальними. Для досягнення цієї оптимальності необхідно розрахувати потребу в запасах, встановити стабільні договірні відносини з партнерами та забезпечити організацію виробничого процесу. Причиною незадовільного фінансового стану підприємства є відсутність або надмірні запаси.

Складність обліку товарно-матеріальних цінностей, різноманітність форм первинних документів, відсутність взаємодії облікових, складових і виробничих підрозділів вимагають різних підходів до вирішення конкретних питань, пов'язаних з прийомами і методами аналітичного обліку запасів.

Таким чином, ефективне управління запасами матеріалів і сировини базується на єдиному принципі: підтримка їх на мінімально безпечному рівні, тобто на рівні, який враховує безпеку постачання та дозволяє уникнути непотрібних витрат на зберігання та ефективне використання. При цьому в організації аналізу забезпечення підприємства активами та ефективності їх використання інформаційне наповнення займає надзвичайно важливе місце. Усі джерела інформації для аналізу матеріальних ресурсів можна розділити на три основні групи:

- планові (для аналізу забезпечення потреб підприємства в матеріальних ресурсах; містять перспективні та поточні плани логістичних специфікацій, планові розрахунки продукції, а також бізнес-плани);
- бухгалтерський облік і звітність (для ретроспективного аналізу матеріальних ресурсів; використання первинних і звітних документів);
- позаоблікові (дані, не передбачені встановленими формами бухгалтерського обліку та звітності: договорами на постачання сировини тощо).

Література.

1. Меліхова Т.О., Федоров І.О. Внутрішній контроль виробничих запасів для своєчасного виявлення загроз у системі управління фінансової безпеки підприємства. *Агроевіт*. 2018. № 2. ст. 63-67.

2. Рабоконь Ю.С., Томчук Е.Ф. Аналіз ефективності використання запасів на підприємстві. *Фінанси, облік, банки*. 2019. № 1 (24).

3. Нижня А.С., Рагуліна І.І. Організація і методика внутрішнього аудиту виробничих запасів. Актуальні проблеми розвитку обліку, аналізу та фінансів в агропромисловому виробництві України: матеріали Всеукр. наук.-практ. конф. молодих учених, аспірантів та здобувачів, 16 квітня 2021 р. Харків: ХНАУ, 2021 р. 225 с.

АУДИТ РОЗРАХУНКІВ З ОПЛАТИ ПРАЦІ: МЕТА, ЗАВДАННЯ, СУЧАСНІ ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ

***КУРГАНСЬКА М.Г., ЗДОБУВАЧКА ВИЩОЇ ОСВІТИ*,
ДЕРЖАВНИЙ БІОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ***

Питання розрахунків з оплати праці на підприємствах є найбільш трудомісткими та потребують підвищеної уваги при проведенні аудиторської перевірки. В обліку розрахунків з оплати праці бухгалтери допускають ненавмисні помилки та порушення, які професійний аудитор повинен виявити.

Тому ми погоджуємося з думкою А.П. Макаренка, що аудит нарахування заробітної плати є складовою ділянкою облікового процесу, яка потребує достовірної, чіткої, раціональної методики їх здійснення, щоб забезпечити ефективне управління трудовими ресурсами підприємства [1, с. 44]. На нашу думку, аудит заробітної плати на підприємстві посідає центральне місце, тому має включати перевірку нарахування та виплати всіх видів виплат, на які працівники мають право. Тож, метою аудиту заробітної плати є встановлення відповідності системи обліку розрахунків з оплати праці чинному законодавству України, а також виявлення існуючих помилок та порушень, ступінь їх впливу на достовірність фінансової звітності.

Якщо розглянути завдання проведення аудиту в розрізі нарахування заробітної плати, то до них можна віднести перевірку дотримання нормативно-правового законодавства про працю, звірку наявності та відповідності первинних документів з обліку робочого часу, перевірку обліку та нарахування заробітної плати та інших видів виплат, які відносяться до фонду оплати праці, встановлення правильності нарахування щорічних відпусток та лікарняних. Аудит нарахування заробітної плати на підприємстві здійснюється відповідно до плану та програми аудиторської перевірки [1, с. 43]. Під час проведення аудиту оплати праці доцільно використати загальновідомі методи такі як документальна перевірка, опитування, запити, спостереження, перерахунки, зіставлення, оцінка, аналітичні процедури, статистичні методи та узагальнення. Для визначення ступеня ризику аудитор проводить загальне дослідження об'єкта за допомогою тестування, а за результатами такого тестування він може відмовитись від проведення перевірки або вжити заходів щодо

* Науковий керівник – Рагуліна І.І., к.е.н., доцент

зменшення ризику [2]. Для накопичення та узагальнення інформації, яку отримано аудитором під час проведення перевірки доцільно використовувати таблиці, де відображаються всі виявлені помилки, розбіжності, зловживання, що в подальшому надасть можливість для визначення загальної суми викривлень. Ми виявили, що найтипівішими порушеннями в операціях з обліку розрахунків з оплати праці є: неправильне оформлення первинних документів; порушення в укладанні колективних договорів; відсутність документів, що підтверджують законність нарахування та виплати робітникам грошових коптів; завищення обсягів робіт в документах на оплату праці відносно їх фактичного виконання; списання виконаних тимчасових та сезонних робіт на неіснуючих працівників; заниження фактичних витрат на оплату праці з метою зменшення відповідних відрахувань та утримань із заробітної плати; не включення виплат, що передбачені нормативно-правовою базою, до складу сукупного доходу при обчисленні податку на доходи фізичних осіб; неправильне використання пільг при нарахуванні податків; несвоєчасна сплата відрахувань та утримань з оплати праці, відповідним органам; несвоєчасні розрахунки з працівниками; невідповідність даних аналітичного та синтетичного обліку тощо.

Оскільки якість аудиту залежить від зібраної інформації на підприємстві, умисне приховування аспектів обліку значно впливає на результати аудиторської перевірки. Вирішити цю проблему можна шляхом розробки новітніх основ і правил складання робочої документації, створення спеціалізованих форм документів та видання методологічних рекомендацій щодо складання плану та програми аудиту, що будуть відповідати умовам бізнесу в сучасному світі.

Для вирішення питання проведення аудиту на підприємстві доцільно створювати відділ внутрішнього контролю, який повинен бути організаційно та функціонально незалежним. Його структура повинна залежати від розмірів та потреб підприємства, а також проводити постійне професійне навчання персоналу, що буде задіяно. На державному рівні необхідно розробити нормативну базу яка б детально регламентувала проведення всіх процедур. В свою чергу, такі науковці як Чепець О.Г. та Кінебас І.Ю. пропонують наступні шляхи вдосконалення аудиту розрахунків з оплати праці: використання електронного реєстру листків непрацездатності та максимальна автоматизація облікового процесу, оновлення програмного забезпечення та підбір спеціалізованих програм для обліку оплати праці, використання законодавчих інформаційних систем, введення до

пштабу працівників персонал з ведення контролю та/або створення відділу внутрішнього контролю [3, с. 228].

Отже, вище наведені шляхи вдосконалення системи аудиту оплати праці дозволить аудитору охопити нарахування заробітної плати та інших виплат працівникам, встановити правильність, своєчасність, законність відображення в обліку операцій з оплати праці, охопити всі аспекти документального оформлення цих операцій, вчасно виявити порушення, надавати рекомендації щодо вдосконалення обліку цих операцій.

Література.

1. Макаренко А.П., Кацай К.О. Удосконалення аудиту нарахування заробітної плати на підприємстві. *Економіка та держава. Секція «Економічна наука»*. 2020. № 1. С. 40-45.

2. Погорелова Т.П., Корячко Д.С. Основні організаційно-методичні аспекти аудиту розрахунків з оплати праці в сільськогосподарських підприємствах. *Ефективна економіка*. 2017. № 1. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5394>

3. Чепець О.Г., Кінебас І.Ю. Шляхи вдосконалення обліку та аудиту розрахунків з оплати праці. *Бізнес Інформ*. 2019. № 7. С. 225-230. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2019-7-225-230> (дата звернення 2.05.2022).

ОСНОВНІ МЕТОДИ ТАЙМ-МЕНЕДЖМЕНТУ

***КУТАС О.О., СТАРШИЙ ВИКЛАДАЧ,
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ***

Тайм-менеджмент – сучасне словосполучення, яке сьогодні широко використовується в нашому розмовному обігу (з англ. time management – управління часом). Звичайно, часом керувати не можна, тому реальне завдання тайм-менеджменту – раціональний розподіл та ефективне використання часу дня, тижня, місяця, року, тобто це облік та оперативне планування часу [1].

Отже, тайм-менеджмент – це техніки та методи, що застосовуються для ефективного використання часу, це самоорганізація та управління собою, а також робочим часом підлеглих. Тайм-менеджмент допомагає людині чи компанії планувати час та економити ресурси. Чим більше задуманого ми встигаємо зробити, тим краща якість нашої роботи та життя в цілому. А в умовах

цифрової трансформації та прискорення змін чітко розпорядження часом допомагає зберігати фокус на цілях і не відхилятися від курсу.

Сьогодні розроблено багато методик управління часом, застосування яких дозволяє ефективніше використовувати власний час. Практично всі існуючі методи управління часом складаються з трьох компонентів:

- визначення пріоритетності. Щоб виконати завдання, потрібно визначити, наскільки воно термінове, складне і важливе, і тільки потім приступити до його виконання;

- планування. Щоб виконати завдання, потрібно розібратися, коли його потрібно зробити і скільки часу на це треба витратити;

- структурування. Для виконання завдання треба зрозуміти, як відстежувати його виконання та результати.

Більшість технік тайм-менеджменту спирається на структурування і визначення пріоритетності, і лише мала частина – складна комбінація всіх трьох принципів. До основних методик управління часом належать наступні.

1. *Матриця Ейзенхауера*. Ґрунтується на розстановці пріоритетів, допомагає розібратися, які завдання термінові та важливі, а які просто відволікають. Усі задачі треба поділити на чотири пріоритети: 1) важливі і термінові; 2) важливі і менш термінові; 3) менш важливі, але термінові; 4) менш важливі і менш термінові.

2. *Метод «Getting Things Done»*. Базується на ідеї, що для більш ефективного використання часу потрібно застосовувати додаткові методики систематизації та розвантажити голову від зайвої рутинної інформації шляхом перенесення її на зовнішній носій. Також метод пропонує робити дрібні завдання – на 1-2 хвилини – першими, по можливості відразу.

3. *Принцип Паретто*. Стверджує, що потрібно спочатку вирішувати життєво важливі проблеми, на які витрачається 20 % часу і отримується 80 % результату, а потім починати виконувати другорядні завдання, на які витрачається 80 % часу і отримується 20 % результату.

4. *АВС-аналіз*. Завдання класифікують та розставляють за ступенем важливості. До завдань категорії А відносять найважливіші, які потребують негайного вирішення. Категорія В – завдання, які бажано було б виконати, але наслідки від їх виконання не є незворотними. До категорії С відносять завдання, які не мають істотних наслідків для роботи.

5. *Метод «Поїдання жаби»*. Автор методу пропонує щоранку «з'їдати жабу», тобто робити найскладніше і найнеприємніше завдання

найпершим. З ранку мозок менше навантажений інформацією, тому буде простіше впоратися зі складною справою. Після такого завдання всі інші здадуться дрібними і на них ще залишаться сили.

6. *«Метод слона»*. Цю техніку називають поїданням салямів або слона по шматочках. Глобальне завдання може налякати обсягом. Щоб почати його виконувати, слід розкласти велике завдання на невеликі етапи. Коли у виконанні великого завдання з'являються конкретні кроки, стає простіше. Завдання «обростає» конкретикою і вже не здається нездійсненною місією.

7. *Метод «Зроби це завтра»*. Рекомендує не братися за термінові завдання одразу, а відкладати їх на завтра. Для цього слід вести закриті списки справ. У закритий список неможливо додати нове завдання, але можна занести до списку наступного дня. Такий підхід допомагає зберігати фокус на поточних справах та робити лише свою роботу.

8. *Метод «Одна задача в один проміжок часу»*. Стверджує, що коли людина робить кілька інтелектуальних справ одночасно, наприклад, читає та розмовляє телефоном, то гірше запам'ятовує і зміст розмови, і прочитане. При цьому не може визначити, яка інформація була важливою, а яка – ні. Якщо людина працює тільки над однією справою в один проміжок часу, вона краще справляється із завданням і добре запам'ятовує інформацію.

9. *Тайм-менеджмент за хронотипом*. Метод підійде тим, хто хоче скласти для себе ідеальний розпорядок дня. Автор методу вважає, що існує чотири хронотипи: «ведмеді», «леви», «вовки» та «дельфіни». У кожного з них свій ідеальний час для пробудження, пік продуктивності та режим сну, і якщо підлаштувати особистий та робочий розклад під власні біоритми, якість життя стане набагато кращою.

10. *Принцип дев'яти справ*. Ґрунтується на ієрархії завдань. Протягом дня потрібно «закрити» одне велике завдання, три менших завдання та п'ять дрібних. Так домашні справи не губляться і враховуються при розрахунку денного навантаження. Варіація – «принцип трьох справ» – метод, який допоможе тим, хто легко поринає в рутину і не приділяє належної уваги своїм довгостроковим цілям. Потрібно завершувати три справи на день, які наближають вас до досягнення глобальної мети [2].

11. *Принцип «Кошик для сніття»*. Працювати потрібно за чистим столом, розпрощатися з непотрібними паперами, оскільки 30 % часу ми витрачаємо на пошук необхідного документу.

Найбільшими «викрадачами часу» є неважливі телефонні розмови, перегляд телевізора, використання комп'ютера не для

робочих цілей, відсутність планування справ на день, зайва комунікабельність та розмови на приватні теми, синдром «відкладання справ з дня на день», нечасте делегування завдань, відсутність пріоритетності у справах, особиста неорганізованість, невміння говорити «ні» та інше.

Література.

1. Ратушняк О.Г., Лялюк О.Г., Подолянчук К.В. Аналіз використання методів тайм-менеджменту сучасною молоддю. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2019. № 3. С. 68-72.

2. Тайм-менеджмент: 15 методів ефективного управління часом. URL: <https://trends.rbc.ru/trends/education/606335659a7947a191c4b092> (дата звернення: 1.05.2022).

ВИДИ БАНКРУТСТВА ТА ПРИЧИНИ ВИНИКНЕННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ

***ЛЕВКОВЕЦЬ Н.П., К.Е.Н., ДОЦЕНТ,
НАЦІОНАЛЬНИЙ ТРАНСПОРТНИЙ УНІВЕРСИТЕТ***

Банкрутство, як економічне явище, може виникнути на будь-якій стадії розвитку підприємства, адже завжди можуть виникнути ймовірні причини які його обумовляють. Мова йде про стадії зародження підприємства, прискореного зростання, стадії зрілості та стадії спаду.

Загрозу неплатоспроможності та банкрутства підприємства на практиці пов'язують із фінансовою кризою, під якою розуміють фазу розбалансованої діяльності підприємства та обмежених можливостей його впливу на фінансові відносини. Розрізняють три фази фінансової кризи:

– фаза, яка безпосередньо не загрожує функціонуванню підприємства (за умови переведення його на режим антикризового управління);

– фаза, яка загрожує подальшому існуванню підприємства і потребує негайного проведення фінансової санації;

– кризовий стан, який не сумісний з подальшим існуванням підприємства і призводить до його ліквідації [1].

Під дією названих причин та факторів, які взаємопов'язані, може відбутися розлад організаційного, економічного і виробничого механізмів функціонування.

Поняття банкрутства охоплює різні його види. В законодавчій і фінансовій практиці виділяють такі види банкрутства підприємств:

1. Фіктивне банкрутство – завідома неправдива заява громадянина – засновника або власника суб'єкта господарської діяльності, а також службової особи суб'єкта господарської діяльності, громадянина – суб'єкта підприємницької діяльності про фінансову неспроможність виконання вимог з боку кредиторів і зобов'язань перед бюджетом, якщо такі дії завдали великої матеріальної шкоди кредиторам або державі.

2. Навмисне банкрутство – навмисне створення або збільшення керівником або власником підприємства його неплатоспроможності, нанесення економічного збитку в особистих інтересах або інтересах інших осіб, заздалегідь некомпетентне фінансове керівництво. Виявлені факти переслідуються кримінальним законодавством. Умисне доведення до банкрутства, якщо це завдало шкоди державним або громадським інтересам або правам та інтересам кредиторів, що охороняються законом, - карається штрафом від п'ятисот до восьмисот неоподатковуваних мінімумів доходів громадян з позбавленням права обіймати певні посади або здійснювати певну діяльність на строк до п'яти років. Ті самі дії, якщо вони завдали великої матеріальної шкоди, - караються позбавленням волі на строк до п'яти років з конфіскацією майна.

3. Реальне банкрутство – повна неспроможність підприємства відновити в наступному періоді свою фінансову стабільність і платоспроможність у зв'язку з реальною втратою капіталу. Таке підприємство юридично оголошується банкрутом.

4. Технічне банкрутство – банкрутство, що викликане суттєвим простроченням дебіторської заборгованості та перевищенням цієї заборгованості над кредиторською, а сума активів значно перевищує фінансові зобов'язання. При ефективному антикризовому управлінні підприємство, як правило, юридично не оголошують банкрутом [1].

У класичній ринковій економіці, за даними зарубіжних дослідників, 1/3 провини за банкрутство припадає на зовнішні фактори і 2/3 на внутрішні. Для сучасної України характерна майже зворотна пропорція. Адаже, згідно з опитуваннями, майже 80 % впливу на виникнення банкрутства має рівень податків.

Література.

1. Актуальні напрями розвитку технічного та виробничого потенціалу національної економіки (економічний аспект): монографія / за ред. Л.М. Савчук, В.І. Дубницького, Л.М. Бандоріної. – Дніпро: Пороги, 2021. С. 44-54.

ФОРМУВАННЯ ОБЛІКОВОЇ ПОЛІТИКИ ЩОДО КАПІТАЛЬНИХ ІНВЕСТИЦІЙ НА ПІДПРИЄМСТВІ

*ЛЕВЧЕНКО З.М., К.Е.Н., ДОЦЕНТ,
ТЮТЮННИК С.В., К.Е.Н., ДОЦЕНТ,
ДУГАР Т.Є., К.Е.Н., ДОЦЕНТ,*

ПОЛТАВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Розвиток діяльності сучасних підприємств зумовлений реалізацією інноваційних процесів та модернізації діючої матеріально-технічної бази. Завдяки посиленню відтворення та вдосконаленню використання існуючих основних фондів за рахунок збільшення капітальних інвестицій можна буде підвищити ефективність виробничої діяльності. У міру розширення матеріальної бази зростає потреба в вірогідній і повній інформації, необхідній для прийняття управлінських рішень, яка надається системою бухгалтерського обліку та сформованій як основа його ведення облікової політики.

Важливу роль у системі обліку капітальних інвестицій відіграють методи їх оцінки, які можна умовно поділити на дві групи: консервативні та динамічні. До консервативних належить оцінка за історичною собівартістю, нормативними затратами, первісною та залишковою вартістю. До динамічних методів зараховують оцінку за поточною, чистою, справедливою та дисконтованою вартістю та за експертною оцінкою [2]. Отже, у наказі про облікову політику доцільно передбачити пункти, де визначено методи оцінки капітальних інвестицій з їх конкретизацією та зазначенням умов, за яких вони можуть застосовуватися. Завдання обліку полягають у реалізації напрямів створення та впровадження капітальних інвестицій містять: оцінку інвестиційної діяльності; надання оперативної інформації для управління процесами створення та впровадження капітальних інвестицій; ведення реєстрів аналітичного та синтетичного обліку для відображення процесів інвестиційної діяльності; надання управлінської, бухгалтерської, статистичної звітності для контролю процесами створення та впровадження результатів капітальних інвестицій.

Облік капітальних проєктів інновацій спрямованості спирається на систему фінансування капітальних інвестицій. Можуть бути включені сфери фінансової підтримки капітальних інновацій: власні кошти компанії, довгострокові або короткострокові банківські позики, кошти місцевого та державного бюджету, особисті або корпоративні внески. У зв'язку з цим на формування облікової політики інноваційних

інвестицій безпосередньо впливають концепції, що відповідають інвестиційному суб'єкту [1]. Зокрема, при створенні кваліфікаційних активів необхідно в обліковій політиці визначати критерії, за якими об'єкт буде визнаний кваліфікаційним. Пропонуємо встановити цей критерій в межах 3-х місяців. Відповідно, стосовно визначення методичних аспектів облікової політики інноваційної інвестиційної діяльності необхідно визначити вид інновацій капітальних інвестицій: розробка новітньої технології, продукції або послуг; організаційно-технічне рішення. У межах першого напрямку в обліковій політиці повинні відображатися основні елементи обліку інвестиційних витрат і порядок їх відображення. У рамках другого напрямку має бути закріплено бухгалтерський супровід процедур придбання (набуття) майнових прав. При розробці облікової політики витрат інвестиційної діяльності необхідно розмежувати витрати на формування собівартості активу, що створюється, та додаткові витрати, що виникають у результаті розповсюдження (збуту) продукції, вартість якої списується на витрати збутової діяльності, а покриваються за рахунок доходу від продажу.

Кваліфікація витрат як таких, що відповідають визначенню модернізації, реконструкції, добудові, тощо носить суб'єктивний характер і потребує уточнення в обліковій політиці. Склад робіт з обслуговування об'єктів основних засобів, залежно від виду, наводиться нормативно-технічною і експлуатаційною документацією. Витрати з поліпшення об'єктів основних засобів носять комплексний характер. Діючим законодавством не передбачено єдиної методології для відображення витрат на поліпшення та витрат на ремонти основних засобів у бухгалтерському обліку. Для накопичення витрат на поліпшення доцільним є ведення обліку на рахунок 15 «Капітальні інвестиції» в розрізі субрахунків. В обліковій політиці можливо передбачити один з двох варіантів обліку витрат на підтримання об'єкту в робочому стані: включення до складу витрат у момент виникнення: в залежності від призначення об'єкту, що ремонтується, дебетуються рахунки 23 «Виробництво», 91 «Загальновиробничі витрати», 92 «Адміністративні витрати» і т.д.; попереднє накопичення на окремому субрахунку з наступним списанням після закінчення ремонту на відповідні рахунки витрат. Діючим Планом рахунків такий субрахунок не передбачено. Проте підприємство, має право для подібних цілей передбачити такий субрахунок в робочому плані рахунків. Для відокремлення витрат на поліпшення основних засобів, що призводять до зростання майбутніх економічних вигод, від витрат

на підтримання у робочому стані, на етапі формування облікової політики доцільно застосовувати при проведенні аналізу такі критерії: наслідком понесених витрат є збільшення терміну корисного використання об'єктів; підвищення їх потужності; поліпшення якості продукції, що виробляється за допомогою визначеного устаткування; збільшення їх ринкової вартості. Правильно регламентована облікова політика допомагає суттєво покращити ведення бізнесу та дозволяє власникам правильно та своєчасно розуміти процеси, що відбуваються під час підприємницької діяльності. Основними елементами облікової політики для розкриття повноцінної інформації щодо капітальних інвестицій є: затвердження документообігу та технології обробки облікової інформації; встановлення правил оцінки об'єктів капітального інвестування; складання реєстрів та звітності; розробка робочого плану рахунків; порядок проведення інвентаризації. Отже, вищезазнані особливості треба врахувати при розробці облікової політики, аби підвищити продуктивність ведення обліку інвестиційної діяльності.

Література.

1. Давидов Г.М., Савченко В.М., Пальчук О.В. Облікова політика: навч. посіб. 2-ге вид., перероб. і доп. Кропивницький: ПП «Ексклюзив-Систем», 2017. 362 с.
2. Смоквіна А.Г., Попович К.Ф. Організаційні аспекти щодо формування облікової політики інноваційних витрат на капітальні інвестиції. *Бізнесінформ*. 2020. № 9. С. 205-213.

ПОДАТКОВІ РИЗИКИ ЯК СКЛАДОВА ДОГОВІРНОЇ ПОЛІТИКИ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

***ЛЕГА О.В., К.Е.Н., ДОЦЕНТ,
ЯЛОВЕГА А.В., К.Е.Н., ДОЦЕНТ,
ПРИЙДАК Т.Б., К.Е.Н., ДОЦЕНТ,***

ПОЛТАВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Ухиляння від сплати податків сьогодні є одним з найпоширеніших видів економічних злочинів, оскільки має на меті незаконне заволодіння державним майном: коштами, які мали б надійти до державного бюджету, або коштами, які незаконно виплачені з бюджету. [1]. Найпоширенішими є невизнання контролюючим органом реальності господарських операцій між платником і його контрагентами [2].

Реалізація саме податкових ризиків при укладенні договору спричинена легковажним ставленням до дотримання «букви закону» посадових осіб або працівників підприємств при укладенні договору, нехтуванням правою практикою, а іноді звичайною логікою [3].

Обов'язок перевіряти свого контрагента за доступними базами даних уже не перший рік закріплений на рівні судової практики. Жоден нормативно-правовий акт не містить такої вимоги, проте принцип «розумної податкової обачності» фігурує в судових спорах з податковими органами щодо безтоварності / фіктивності / нереальності договорів [2].

На нашу думку, для запобігання донарахувань, виникнення податкових спорів на етапі підготовки до укладення договору необхідно врахувати основні елементи договірної політики.

Першою складовою є перевірка за відкритими реєстрами та базами даних, зокрема: а) реєстрація бізнесу – Єдиний державний реєстр юр. осіб, ФОП та громадських формувань, Державний реєстр суб'єктів інформаційної діяльності у сфері телебачення і радіомовлення, Реєстр аудиторських фірм тощо; б) податкова інформація – Електронний кабінет платника податків, реєстри ДФС, Реєстр підприємств, установ, організацій України, що мають заборгованість із заробітної плати тощо; в) ліцензування та дозвільні процедури – Єдиний ліцензійний реєстр, Реєстр документів дозвільного характеру, Дані щодо об'єктів, для яких видано дозволи на виконання будівельних робіт, Реєстр суб'єктів оціночної діяльності тощо; г) відомості про зареєстроване майно – Державний реєстр речових прав на нерухоме майно, Кадастрова карта України, Єдиний державний реєстр МВС із реєстрації транспортних засобів, Державний реєстр цивільних повітряних суден, Відомості про транспортні засоби та їх власників, Єдина база звітів із оцінки майна; д) юридичні дії – Єдиний державний реєстр судових рішень, Відомості про справи про банкрутство, Єдиний реєстр боржників.

На другому етапі підтвердити обґрунтованість вибору контрагента, оцінивши умови угоди та їх комерційну привабливість, наявність особистих контактів керівників компаній, ділову репутація, платоспроможність контрагента, ризик невиконання зобов'язань, наявність в контрагента необхідних ресурсів (виробничих потужностей, технологічного обладнання, кваліфікованого персоналу) і відповідного досвіду тощо. Для суб'єктів господарювання підтверджуючими джерелами можуть бути: а) документи, що фіксують результати пошуку, моніторинг та відбір контрагента; сайти

контрагентів, рекламні матеріали, пропозиція до співпраці і т.п.; ділове листування; звичайні умови та ціни на ринку на аналогічні товари/послуги; звичайні умови та ціни для даного платника практикою здійснення вибору контрагентів тощо.

Крім того, доцільно отримати завірені копії документів від контрагентів, наприклад, Статут. Свідоцтво про внесення запису до Єдиного державного реєстру та про постановку на облік у податкових органах як платника податків; довіреність на особу, що підписує договір (у разі якщо договір підписується за довіреністю); документи, що підтверджують законність використання виключних прав (товарний знак, фірмове найменування тощо) – за наявності таких прав; договір оренди приміщення за адресою місцезнаходження організації (юридична адреса організації) тощо. В оригіналі повинна бути представлена довідка про відсутність заборгованості в податкових органах.

Наступним елементом є безпосередньо аналіз договорів та складання первинної документації. Правильність їх складання є головним чинником впливу на податкові наслідки від господарської операції. Повнота виконання договору відображається у первинних документах, що підтверджують факт відвантаження товарів, продукції, виконання робіт, надання послуг (акти здачі-приймання виконаних робіт, надання послуг, видаткові накладні і ін.) [4]. Виконання договору другою стороною підтверджується, зазвичай, платіжними документами (банківські виписки, платіжні доручення і т. д.).

Отже, реалії функціонування суб'єктів господарювання пов'язані з загрозами, які, зазвичай, носять комплексний характер. Наведені рекомендації щодо ведення договірної політики суб'єктів господарювання не є повними, але можуть стати в нагоді для забезпечення виконання умов договору з контрагентом та запобігання ризикам виникнення спорів з податковим органом.

Література.

1. Канцедал Н.А., Лега О.В. Документальний контроль як спосіб ідентифікації фіктивних господарських операцій платників податків. Розвиток бухгалтерського обліку, фінансів та оподаткування в аграрному секторі економіки в умовах євроінтеграції: збірник матеріалів X Міжнар. наук.-практ. конф. К.: ННЦ «ІАЕ», 2017. С. 246-249.

2. Грабовський В. Як при укладенні договору уникнути податкових ризиків. URL: <https://zakon.help/article/dogovor-riziki-podatkovi-riziki-ukladennya-dogovoru?menu=117> (дата звернення: 31.05.2022).

3. Пилипенко Г. Податкові ризики при укладанні договорів належна обачність при виборі контрагента. URL: <https://sherman.in.ua/podatkovy-riziki-pri-ukladanni-dogovoriv-nalezchna-obachnist-pri-vibori-kontragenta/> (дата звернення: 31.05.2022).

4. Лега О.В., Яловега Л.В., Прийдак Т.Б. Сучасні методи зниження податкових ризиків платників податків. Модернізація економіки: сучасні реалії, прогнозні сценарії та перспективи розвитку: матеріали міжнар. наук.-практ. конф. Херсон: ФОП Вишемирський В.С., 2021. С. 136-140.

ВИКОРИСТАННЯ НЕЛІНІЙНОГО ПРОГРАМУВАННЯ В ПЛАНУВАННІ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

***ЛИСЕНКО О.А., КАНД. ФІЗ.-МАТ. НАУК, ДОЦЕНТ,
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ***

В сучасних надскладних умовах господарювання використання методів оптимізації та моделювання в підприємницькій діяльності стає найбільш актуальним.

Як зауважують науковці Коломієць С.В. та ін. «наддинамічні та нелінійні умови функціонування економіки вимагають зміни парадигми моделювання та прогнозування розвитку соціально-економічних систем». [1, с. 169]

На сьогодні в умовах нестабільності вже неможливо розглядати управління соціально-економічними процесами без врахування нелінійності їх розвитку. Все це призводить до необхідності розробки методів управління економічної ефективності, антикризового управління, прийняття рішення з урахуванням ризику тощо.

Науковці останнім часом приділяють все більше уваги використанню економіко-математичних методів у моделюванні нелінійних соціально-економічних процесів з використанням широко поширених комп'ютерних застосунків [2-5].

Використання програмних застосунків при дослідженні нелінійних економічних процесів вимагає від сучасних підприємців як спеціальних знань та навичок, так і спеціалізованого програмного забезпечення. Тому використання широко поширених програмних застосунків таких як MS Excel, як складової програмного пакету MS Office наразі є необхідним і актуальним.

В основному вбудовану процедуру «Поиск решения» електронної таблиці MS Excel використовують для отримання

розв'язків лінійних задач математичного програмування. При розв'язанні нелінійних задач часто виникають труднощі як із постановкою моделі, що адекватно описує соціально-економічні процеси, так і з отриманням часто неєдиного розв'язку. Не зважаючи на виникаючі проблеми та обчислювальні труднощі вбудовану процедуру «Поиск решения» можна використовувати для отримання додаткових знань про досліджуваний економічний процес: зокрема з метою знаходження цілочислового розв'язку, який часто підприємці визначають інтуїтивно і методом підбору. Єдиний недолік, який виникає при отриманні цілочислового розв'язку, це неможливість провести аналіз на стійкість отриманих результатів розв'язання оптимізаційної задачі. Проте, це можливо здійснити для нецілочислового розв'язку, який зазвичай не сильно відрізняється від цілочислового, особливо, якщо це стосується, наприклад, асортиментних задач, які найбільше зустрічаються при плануванні діяльності в харчовій галузі.

Отже, подальше дослідження можливостей вбудованого інструменту «Поиск решения» електронної таблиці MS Excel з метою аналізу нелінійних моделей, в тому числі і дробово-лінійних, та їх розв'язків дозволить підприємцям більш ефективно планувати власну діяльність.

Література.

1. Коломієць С.В., Дініц Р.О. Зміна парадигми моделювання та прогнозування соціально-економічних систем. *Причорноморські економічні студії*. 2021. Вип. 64. С. 169-175.
2. Бріль М.С. Моніторинг макроекономічних показників на основі дослідження їх нестационарної динаміки в контексті реалізації стратегії сталого соціально-економічного розвитку держави. *Проблеми економіки*. 2016. № 1. С. 264-273.
3. Сергієнко О.А., Голофаєва І.П., Татар М.С. Теорія катастроф як концептуально-методологічна основа оцінки нестійкості розвитку соціально-економічних систем. *Проблеми економіки*. 2016. № 2. С. 184-193.
4. Триус Ю.В. Розв'язування екстремальних задач за допомогою пакету Matlab 6.5. *Науковий часопис НПУ імені М.П. Драгоманова*. Серія 2. Комп'ютерно-орієнтовані системи навчання: [зб. наук. праць]. 2005. № 2(9). С. 61-79.
5. Якименко-Терещенко Н.В., Клімович І.М. Моделювання оптимізації прибутку підприємства. *Ефективна економіка*. 2018. № 4. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/4_2018/10.pdf

ДОКУМЕНТАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ РЕЄСТРАЦІЇ ОПЕРАЦІЙ З ПОВЕРНЕННЯ ТОВАРІВ З ВИКОРИСТАННЯМ РРО

***ЛИТВИНЕНКО І.С., ЗДОБУВАЧ ВИЩОЇ ОСВІТИ*,
ПОЛТАВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ***

Роль сучасного бухгалтера в середовищі цифрових технологій вимагає пошуку нових способів документування і обробки бухгалтерських даних у всіх сферах економіки [1, с. 31].

Безперервний розвиток галузі торгівлі вимагає від будь-якої компанії створення якісного продукту, який відповідатиме всім вимогам і бажанням покупців. Проте з тих чи інших причин виникає імовірність повернення придбаного товару.

В Законі України «Про захист прав споживачів» встановлені права покупців щодо проведення обміну придбаних товарів, або повернення коштів назад покупцеві, які були сплачені за товар [2]. Переважно повернення товару відбувається при виявленні браку, такі ситуації зазвичай спостерігаються в роздрібній торгівлі. Разом з цим з'являється потреба в доказовому документі про здійснення операції з придбання товару.

Реєстратор розрахункових операцій – це пристрій або програмно-технічний комплекс, в якому втілені фіскальні функції і який створений для реєстрації розрахункових операцій при продажу товарів або наданні послуг, реєстрації кількості проданих товарів (наданих послуг) або операцій з купівлі-продажу іноземної валюти.

До реєстраторів розрахункових операцій належать: електронний контрольно-касовий апарат (реєстратор), комп'ютерно-касова система, електронний таксометр, автомат з продажу товарів (наданих послуг) тощо [3].

При поверненні товару суб'єкти підприємницької діяльності повинні видати особі, яка повертає товар, розрахунковий документ встановленої форми та змісту. Документ має бути надрукований і зареєстрований через РРО, а також містити повну суму проведеної операції.

Важливо відзначити, що кінцевий споживач може повернути товар (належної якості чи бракований) лише за умови пред'явлення ним продавцю розрахункового документа – для того, щоб продавець згідно чеку РРО міг визнати свій товар.

* Науковий керівник – Кандидат Н.А., к.е.н., доцент

В розрахунковому документі (чеку) достатньо інформації, аби продавець товару або надавач послуг міг упізнати свою господарську операцію, навіть якщо РРО, на якому створено цей чек, вже не використовується.

Шляхом реєстрації від'ємної суми відбувається реєстрація видачі коштів у випадку повернення товару (відмови від послуги, прийняття цінностей під заставу, виплати виграшів у державні лотереї та в інших випадках) або у разі скасування помилково проведеної через РРО суми розрахунку [4].

При цьому через РРО забороняється реєструвати від'ємні суми з використанням операції «сторно».

Матеріально відповідальна особа або особа, яка безпосередньо виконує розрахунки, зобов'язана скласти акт про видачу коштів, за умови, якщо сума коштів, що необхідно видати покупцю, перевищує 100 грн.

В акті слід зазначити: 1) дані документа, що встановлює особистість покупця, який повертає товар; 2) відомості про товар; 3) суму виданих коштів; 4) номер, дату і час видачі розрахункового документа, що підтверджує покупку товару.

В акті, який складають у довільній формі, можна визнати факт виконання розрахункової операції видачі коштів через інший РРО, аніж той, через який здійснювали операцію продажу.

Акт про видачу коштів зберігається у бухгалтерії протягом трьох років. Якщо у суб'єкта господарювання немає бухгалтерії, то акти дозволяється зберігати будь-яким зручним та дозволеним чинним законодавством способом.

Забирати касовий чек у споживача не потрібно достатньо в акті закрити основні дані розрахункового документа.

Якщо споживач повертає товар вартістю, що не перевищує 100 грн, тоді за формальною ознакою акт дозволено не складати. Але при цьому необхідно створити відомість або журнал повернення «дешевих» товарів, де крім даних про товар та розрахунковий документ можна вказати причину повернення. В такому журналі суб'єкти господарювання можуть виділити графу «Примітки» і зазначити в ній заявлені покупцем причини повернення товару.

Враховуючи трендовий характер цифрової економіки, що підсилює значимість поняття «інформаційні дані» [5, с. 69], можна констатувати: використання реєстратора розрахункових операцій дозволяє спростити процес обліку повернення товарів. Однак для його використання, необхідно чітко знати всі деталі законодавства з обліку розрахункових операцій та розуміти послідовність процедури з їх реєстрації.

Література.

1. Канцедал Н.А. Бухгалтерський облік цифрової епохи: розширення термінологічних кордонів. *Облік і фінанси*. 2019. № 1(83). С. 28-34. DOI: [https://doi.org/10.33146/2307-9878-2019-1\(83\)-28-34](https://doi.org/10.33146/2307-9878-2019-1(83)-28-34) URL: <http://dspace.pdaa.edu.ua:8080/handle/123456789/4904>
2. Про захист прав споживачів: Закон України № 30 від 2 травня 1991 р. Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1023-12#Text>
3. Про застосування реєстраторів розрахункових операцій у сфері торгівлі, громадського харчування та послуг: Закон України № 28 від 6 липня 1995 р. Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/265/95-вр#Text>
4. Про затвердження порядків щодо реєстрації реєстраторів розрахункових операцій та книг обліку розрахункових операцій: Наказ № 547 від 14 червня.2016 р. Міністерство Фінансів України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0918-16#Text>
5. Канцедал Н.А. Інституційна роль бухгалтерського обліку у трансформаційних процесах цифрової економіки. *Теорія та практика управління в державному, муніципальному та корпоративному секторах*: матеріали II Міжнар. наук.-практ. конф. (28 грудня 2020 р.; м. Київ) / Відпов. за вип. С. Остапчук. К.: ТОВ «ВІПО», 2020. С. 68-71. URL: <http://dspace.pdaa.edu.ua:8080/handle/123456789/9113>

АКТУАРНИЙ ОБЛІК В УПРАВЛІННІ РОЗВИТКОМ БІЗНЕСУ НА ОСНОВІ ОЦІНКИ ЗА ТЕПЕРІШНЬОЮ ВАРТІСТЮ

**МАНАЧИНСЬКА Ю.А., к.е.н., доцент,
ЧЕРНІВЕЦЬКИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ІНСТИТУТ
ДЕРЖАВНОГО ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО УНІВЕРСИТЕТУ**

В умовах воєнного стану чимало вітчизняних підприємств опинилися в скрутному фінансовому становищі. Окрім того, доволі негативні наслідки впливу на бізнес мала пандемія COVID-19, що спонукає до пошуку нових, інноваційних шляхів подолання кризової економічної ситуації та залучення додаткових фінансових ресурсів.

Інформаційним забезпеченням іміжду інвестиційної привабливості підприємства виступає система бухгалтерського обліку та звітності, яка в епоху ХХІ століття переходить на нову актуарну щалину розвитку. Тобто особливої актуальності набуває актуарний бухгалтерський облік, та актуарна фінансова звітність, яка здатна

зацікавити реального та потенційного інвестора вкласти кошти у розвиток бізнесу.

Специфікою актуарного обліку є те, що в його системі, особливо при складанні актуарної фінансової звітності, прерогатива надається оцінці довгострокових активів та зобов'язань за теперішньою (дисконтованою) вартістю. Актуарна звітність за своїм змістовим наповненням в певній мірі є прогнозною, та відображає перспективи зміни економічної вартості бізнесу на довготривалу перспективу, тому такий підхід до оцінки довгострокових об'єктів актуарного обліку набуває актуальності.

п. 67 МСБО 1 «Подання фінансової звітності» визначено [1], що *«непоточні активи»* включають матеріальні, нематеріальні та фінансові активи довгострокового характеру.

п. 15, Розділу «Оцінка непоточного активу (або ліквідаційної групи)» МСФЗ 5 «Непоточні активи, утримані для продажу, та припинена діяльність» [2] передбачено, що: «Суб'єкт господарювання оцінює непоточний актив (або ліквідаційну групу), класифікований як утримуваний для продажу, за нижчою з оцінок: або за *балансовою вартістю*, або за *справедливою вартістю* з вирахуванням витрат на продаж». Відповідно п.17 МСФЗ 5 визначено, що: «Якщо очікується, що продаж здійснюватиметься довше ніж рік, суб'єкт господарювання повинен оцінювати витрати на продаж за їх *теперішньою вартістю*. Будь-яке збільшення поточних витрат на продаж, яке виникає з плином часу, повинно відображатися у звіті про прибутки та збитки як фінансові витрати».

З 29.10.2019 р. дисконтувати потрібно всі довгострокові зобов'язання та всю довгострокову дебіторську заборгованість, а не лише на які (на яку) нараховують проценти. Водночас НП(С)БО містять визначення теперішньої вартості, але власне процедуру дисконтування не конкретизують.

Дисконтування (англ. *discount* – знижка) – це процес приведення майбутніх грошових потоків до *теперішньої вартості*, тобто метод приведення майбутньої вартості грошових коштів до їх вартості в поточний період.

У відповідності до п.4, Розділу «Загальні положення» НП(С)БО 11 «Зобов'язання» [3] визначено, що:

теперішня вартість – це *дисконтована* сума майбутніх платежів (за вирахуванням суми очікуваного відшкодування), яка, як очікується, буде потрібна для погашення зобов'язання в процесі звичайної діяльності підприємства.

Відповідно до п.9, Розділу «Загальні положення» НП(С)БО 11 [3]: довгострокові зобов'язання відображаються в балансі за їх *теперішньою вартістю*. Визначення *теперішньої вартості* залежить від умов та виду зобов'язання.

Згідно з нормами НП(С)БО 11 та НП(С)БО 10 на кожну дату балансу (протягом усього строку позики) сторони повинні оцінювати довгострокові зобов'язання/дебіторську заборгованість за *теперішньою вартістю*. Причому слід застосовувати діючу на дату балансу ринкову ставку відсотка та враховувати строк, що залишився до погашення. Різницю між оцінками *теперішньої вартості* на поточну й попередню дату балансу треба списувати на витрати/доходи.

Згідно абз. 2 п. 12, Розділу «Визнання та оцінка дебіторської заборгованості»: «довгострокова дебіторська заборгованість відображається в балансі за її *теперішньою вартістю*» [3].

Ставка дисконту базується на *ринковій ставці відсотка* (до вирахування податку), що використовується в операціях з аналогічними активами та зобов'язаннями. За відсутності ринкової ставки відсотка ставка дисконту базується на ставці відсотка на можливі позики підприємства або розраховується за методом середньозваженої вартості капіталу підприємства [4].

Визначення ставки дисконтування на рівні ринкової ставки відсотка, яка використовується в операціях з аналогічними активами: якщо підприємство регулярно, постійно користується позиками від фінансових та банківських установ, для ставки дисконту тільки за такими чи подібними позиками можливо брати відсоткову ставку, за якими отримуються такі позики цим підприємством. Про рівень ринкових ставок у певний період свідчать також статистичні дані банків оприлюднені на офіційному веб-сайті Національного банку України.

Національний банк України (НБУ) в грудні 2021 року підвищив облікову ставку на 50 базисних пунктів (б. п.) – до 9 % річних, згідно прогнозів більшості опитаних агентством «Інтерфакс-Україна» банкірів (табл. 1).

Замість ставки на можливі позики можна взяти ставку, розраховану за методом *середньозваженої вартості капіталу підприємства*. Така ставка показує середню дохідність, якої очікують власники (інвестори) підприємства, вкладаючи в нього кошти [4].

Облікова ставка Національного банку за 2021 рік

Період	% річних
з 10.12	9,0
з 22.10	8,5
з 10.09	8,5
з 23.07	8,0
з 18.06	7,5
з 16.04	7,5
з 05.03	6,5
з 22.01	6,0

Виходячи із цього, в міжнародній практиці фінансової діяльності, вартість капіталу рекомендується розраховувати на основі використання так званої *моделі середньозваженої вартості капіталу (Weighted Average Cost of Capital = WACC)* [5]:

$$WACC = K_{\text{кк}} \frac{BK}{K} + (1 - S) K_{\text{нк}} \frac{ПК}{K}, \quad (1)$$

де $WACC$ – очікувана ставка вартості власного капіталу;

$K_{\text{нк}}$ – очікувана ставка вартості залученого і позиченого капіталу;

$K_{\text{кк}}$ – сукупний капітал;

K – сума власного капіталу;

BK – сума залученого і позиченого капіталу;

$ПК$ – ставка податку на прибуток.

Якщо ринкову ставку відсотка визначати проблематично, можна брати ставку відсотка на можливі позики, які може отримати конкретне підприємство. Наприклад, підприємство може взяти позику (кредит) в конкретному банку і в такому випадку для визначення ставки дисконту можливо брати ставку кредиту в конкретному банку.

Ставка *дисконту* може відрізнятись від ставки, яку підприємство взяло за основу для розрахунку, на розмір ризиків. Види, величина *ризиків* у кожному конкретному випадку різні і визначається із врахуванням розмірів підприємства, структури його капіталу, ринку діяльності, наявності конкуренції, рівня рентабельності та

прогнозованості отримання прибутків. Серед ризиків, притаманних бізнесу у 2020 році є, зокрема, *ризик*, пов'язаний з впливом COVID-19. Для того, щоб враховувати всі ці фактори, підприємство має постійно здійснювати фінансові розрахунки і мати відповідну інформацію [4].

В системі актуарного обліку та актуарної звітності необоротні активи також відображають за теперішньою (*дисконтованою*) вартістю. Безпосередньо сама процедура здійснення такої оцінки досить оперативно реалізується в середовищі редактора електронних таблиць MS Excel (за допомогою вбудованої функції «Ступінь»). Актуарна звітність складена із застосуванням оцінки за теперішньою вартістю сприяє підвищенню ефективності управління розвитком бізнесом та залученню необхідного обсягу фінансових інвестицій, окрім того кризь її призму можна побачити перспективи зміни (приросту/скорочення) його економічної вартості.

Література.

1. Подання фінансових звітів: Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку № 1: Постанова РМСБО від 01.01.2012 р. № 929-013. URL: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/929_013 (дата звернення: 28.04.2022).

2. Непоточні активи, утримані для продажу, та припинена діяльність: Міжнародний стандарт фінансової звітності № 5.: Постанова РМСБО від 01.01.2012р. № 929-013 URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/929_023#Text (дата звернення: 28.04.2022).

3. Зобов'язання: Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 11: наказ Міністерства Фінансів України від 31.01.2000 р. № 20. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0085-00#Text> (дата звернення: 18.04.2022).

4. Інформаційне повідомлення щодо ставки дисконтування довгострокової дебіторської заборгованості та довгострокових зобов'язань: Міністерство Фінансів України. URL: <https://ips.ligazakon.net/document/NZ203517> (дата звернення: 18.04.2022).

5. Бондаренко В.В. Об'єктивна необхідність визначення вартості капіталу як складової оцінки банку // Облік і фінанси АПК: Освітній портал. URL: <http://magazine.faaf.org.ua/ocinka-vartosti-kapitalu.html> (дата звернення: 18.04.2022).

МІСЦЕ ІНСТРУМЕНТІВ КОНТРОЛІНГУ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

*Носач Н.М., К.Е.Н., ДОКТОРАНТ,
ДЕРЖАВНИЙ БІОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ*

Методи контролінгу з практичної точки зору знаходять своє вираження у комплексі конкретних інструментів, які дозволяють практично реалізувати мету контролінгу. Першочергово використовувані інструменти було спрямовано на оптимізацію витрат підприємства. Однак, у міру ускладнення функцій контролінгу, розширення тимчасового горизонту, що охоплюється, більш тісної взаємодії з управлінням стали застосовувати все більш складні інструменти. Більшість авторів, що досліджують проблеми контролінгу, сходяться на думці, що інструменти контролінгу можна розділити на інструменти стратегічного контролінгу та інструменти оперативного контролінгу. Такий висновок очевидно випливає із призначення цих видів контролінгу. Оперативний та стратегічний контролінг перебувають у постійній взаємодії. Оперативне планування залежить від стратегічного. І навпаки, оперативні рішення надають важливі імпульси для стратегічної стабілізації підприємства.

Головна відмінність стратегічного контролінгу від оперативного полягає в тому, що стратегічний орієнтований на тенденції майбутнього, а оперативний – спирається на минуле. Це і визначає важливі відмінності між стратегічним та оперативним контролінгом у цілепокладанні, домінуванні функціональних зон, об'єктах планування та контролю, інструментах. Класифікація інструментів контролінгу за функціональними областями передбачає виділення областей застосування даного інструментарію: облік, планування та аналіз, моніторинг та контроль. Розглянемо деякі найзагальніші інструменти контролінгу докладніше.

1. Управлінський облік – інтегрована система збору та інтерпретації інформації про діяльність організації, у тому числі про витрати, доходи, результати діяльності підрозділів і собівартість

продукції для отримання внутрішньої звітності підприємства на різних рівнях, орієнтуючись, насамперед, на внутрішні процеси управління. У свою чергу горизонтальна інтеграція управлінського обліку має на увазі сумісність даних в облікових блоках. Інтеграція вертикальна передбачає сукупність управлінських рішень, що приймаються. Враховуючи важливість зіставлення витрат і доходів, пріоритетним стають операції управління доходами, управління витратами та управління результатами. Особливістю розвитку управлінського обліку нині є облік як стосовно підприємству загалом, і з погляду його окремих підрозділів. Управлінський облік спрямовано забезпечення інформацією керівництва за всіма напрямками роботи організації: працю, ціноутворення, виробництво, розподіл відповідальності тощо [1].

2. Бюджетування – процес вироблення оптимальних напрямів використання доходів та формування витрат підприємства у ході здійснення його фінансово-господарської діяльності. Бюджетування охоплює розробку бюджету, організацію його здійснення та контроль за його виконанням.

Бюджетування є формалізацію процесу планування і ґрунтується на п'яти принципах:

- доцільне узгодження, тобто узгодження планів з цілями підприємства та між собою;
- пріоритетності, що означає найефективніше використання дефіцитних ресурсів;
- причинності, що означає наявність прямої залежності від планових показників від діяльності конкретного підрозділу;
- відповідальності, що включає передачу як відповідальності, так і прав та повноважень;
- сталості цілей [2].

Бюджетування дозволяє підвищити ефективність розподілу та використання ресурсів, створює об'єктивну основу для оцінки результатів діяльності організації та її підрозділів.

3. Аналіз відхилень, передусім плану від факту, необхідний виявлення причин і визначення можливих шляхів мінімізації негативних впливів.

Найчастіше під час аналізу витрат проводять:

1. Аналіз зв'язку кількості і якості продукції – визначення співвідношення цих понять, тобто. при поліпшенні яких властивостей

продукції задоволення тих самих потреб досягається меншою кількістю продукції;

2. Аналіз конкурентоспроможності продукції, тобто. її можливості найповніше задовольняти потреби споживачів, її перевагу над аналогічною продукцією;

3. Функціонально-вартісний аналіз - системне дослідження функцій продукції з метою пошуку балансу між її собівартістю та корисністю. Воно передбачає виявлення, попередження, зменшення або ліквідацію зайвих витрат при виконанні різних процесів та процедур, у тому числі організаційних та ін. [3].

При здійсненні інвестиційних проєктів потрібне використання таких інструментів, як мережеве планування, імітаційне моделювання, обґрунтування економічної ефективності тощо. Важливим інструментом є облік зміни вартості коштів (за допомогою дисконтування та капіталізації).

Таким чином, дослідження сучасних тенденцій перспективного розвитку господарської діяльності вітчизняних підприємств з одного боку та джерел їх економічного зростання – з іншого, свідчить про суттєве посилення ролі інструментів (методів) контролінгу в управлінні даних суб'єктів господарювання. Система контролінгу має у своєму розпорядженні велику кількість різноманітних інструментів. Виступаючи як «система підтримки менеджменту» контролінг забезпечує точність, оперативність вимірювань і достовірність даних системи управління сучасного підприємства.

Література.

1. Барабаш Ю.О. Методологія стратегічного та оперативного контролінгу. *Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії*. 2012. № 1. С. 33-38.

2. Рудницький В.С., Рудницький Т.В. Види сучасного контролінгу. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. Серія: «Менеджмент та підприємництво в Україні». 2012. № 722(81). С. 221-225.

3. Русановська О.А. Систематизація методів та інструментів оперативного контролінгу на підприємстві. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. 2014. № 789. С. 142-151.

ОСОБЛИВОСТІ ОПРИБУТКУВАННЯ ГОТІВКИ З ВИКОРИСТАННЯМ РРО

*ОЛЕКСЕНКО А.К., ЗДОБУВАЧ ВИЩОЇ ОСВІТИ,
ПОЛТАВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ*

Поняття «готівка», що наразі є досить актуальним, слід розуміти як грошові кошти, що знаходяться в касі підприємства чи організації, для здійснення готівкових операцій. У широкому інформаційному просторі ми зіткнулися з тим, що у різних нормативно-правових документах та у працях науковців виявилися розбіжності у трактуванні цього поняття.

Так, наприклад, в наукових працях готівка переважно трактується як «рахунок» (з точки зору бухгалтерського обліку), або як «гроші. Наприклад:

Готівка – рахунок, призначений для узагальнення інформації про наявність та рух грошових коштів.

Касова готівка – гроші, наявні в касах підприємств організацій, кредитних та інших закладів.

У нормативних документах також є розбіжності у трактуванні даного поняття:

Готівка – грошові знаки національної валюти України (банкноти і монети, у тому числі розмінні, обігові, пам'ятні банкноти та монети, які є платіжними засобами) (підпункт 3 п. 3 розділу I Положення про ведення касових операцій у національній валюті в Україні від 29.12.2017 № 148);

Готівка – грошові знаки у вигляді банкнот і монет (підпункт 6 п. 4 розділу I Інструкції про ведення касових операцій банками в Україні від 25.09.2018 № 103);

Готівкою є готівкова валюта України і готівкова іноземна валюта у вигляді банкнот і монет, що перебувають в обігу та є законним платіжним засобом на території відповідної держави, банкноти та монети, вилучені з обігу або такі, що вилучаються з нього, але підлягають обмінові на грошові знаки, які перебувають в обігу (крім монет, що належать до банківських металів), і дорожні чеки (Постанова від 27.05.2008 № 148 «Про переміщення готівки і банківських металів через митний кордон України»).

Оприбуткування готівки – проведення суб'єктами господарювання обліку готівки в касі на повну суму її фактичних

* Науковий керівник – Кандидат Н.А., к.е.н., доцент

надходжень у касовій книзі/книзі обліку доходів і витрат/фіскальному звітному чеку/електронному фіскальному звітному чеку/розрахунковій квитанції [1].

Використання реєстраторів розрахункових операцій (РРО) обумовлене цифровізацією розрахункових процесів та розширенням кордонів економічної взаємодії в національному та глобальному просторі [2, с. 29]. Також РРО є ефективним інструментом боротьби з фіктивними операціями, оскільки суб'єкти господарювання, що здійснюють торгівлю за готівку згідно законодавства є суб'єктами контролю первинного рівня в системі фінансового моніторингу [3].

Для більшості суб'єктів господарювання оприбуткування готівки здійснюється з використанням РРО. Для цього існують певні правила.

Оприбуткуванням готівки в касах установ та їх відокремлених підрозділів, які проводять готівкові розрахунки із застосуванням РРО та з оформленням їх касовими ордерами і веденням касової книги, є здійснення обліку готівки в повній сумі її фактичних надходжень у касовій книзі на підставі прибуткових касових ордерів [1].

При оплаті послуг у готівковій формі суми, що надходять до каси підприємства, мають оприбутковуватися в день їх одержання в повному обсязі.

Завжди на суму внесеної готівки потрібно оформлювати ПКО та відображати дані цього документу в касовій книзі.

Необхідним є виконання операції «службове внесення» на суму готівки, наявної в місці проведення розрахунків. Перед цим касир повинен сформувати в електронному вигляді або роздрукувати Z-звіт.

Наступним кроком є задача готівкової виручки у банк для зарахування її на власний поточний рахунок, що здійснюється також у день надходження виручки до каси підприємства.

Водночас, у підприємства є право зберігати в касі готівку для виплат, які належать до фонду оплати праці та здійснюються за рахунок готівкової виручки [4]. Це здійснюється за умови зберігання готівки не більше трьох робочих днів з дня настання строків виплати зарплати та з дотриманням ліміту залишку готівки в касі.

Варто зауважити, що важливим є розробка для конкретного підприємства та його відокремлених підрозділів порядку оприбуткування готівки та особливостей внесення готівки в касу, враховуючи особливості роботи цього підприємства.

Таким чином, підприємство може використовувати всі переваги РРО для здійснення своєї діяльності, але з дотриманням правил користування відповідно до нормативно-правових документів.

Література.

1. Про затвердження Положення про ведення касових операцій у національній валюті в Україні від 29.12.2017 № 148. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v0148500-17#Text>.
2. Канцедал Н.А. Бухгалтерський облік цифрової епохи: розширення термінологічних кордонів. Облік і фінанси. 2019. № 1(83). С. 28.-34. URL: [https://doi.org/10.33146/2307-9878-2019-1\(83\)-28-34](https://doi.org/10.33146/2307-9878-2019-1(83)-28-34)
<http://dspace.pdaa.edu.ua:8080/handle/123456789/4904>
3. Канцедал Н.А., Канцедал Ю.А. Парадокси боротьби з фіктивними операціями в економіці України та способи їх подолання у кризовий період. Ефективна економіка. 2021. № 10. DOI: <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2021.10.74> URL: <http://dspace.pdaa.edu.ua:8080/handle/123456789/11192>
4. Оприбуткування готівкових коштів у разі використання РРО. Євгеній Губа. *Uteka*. 2021. URL: <https://uteka.ua/ua/publication/commerce-12-chastnyi-predprynymatel-173-oprixodovanie-nalichnosti-pri-ispolzovanii-rro>

ІНВЕНТАРИЗАЦІЯ ЗЕМЕЛЬ ЯК ІНСТРУМЕНТ УПРАВЛІННЯ АКТИВАМИ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД

*ПАТИЦЬКА Х.О., К.Е.Н.,
ДУ «ІНСТИТУТ РЕГІОНАЛЬНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ
ІМЕНІ М.І. ДОЛІШНЬОГО НАН УКРАЇНИ»*

Розвиток територіальних громад, сформованих внаслідок адміністративно-територіальної реформи на локальному рівні у 2015-2020 рр., супроводжувався відсутністю в органів місцевого самоврядування повної та достовірної інформації про наявні земельні ресурси. Як зауважують експерти [3], багато із новоутворених ТГ у цей період не отримали від місцевих рад громад, які увійшли до їх складу, інформації про комунальні землі, що позначилося на їх фінансовій самодостатності та неспроможністю повною мірою акумулювати до місцевого бюджету надходження плати за землю, забезпечити раціональне використання земельних активів та сформуванню сприятливого інвестиційного клімату для залучення інвесторів на власну територію.

Відповідно до оцінок експертів USAID, надання органам місцевого самоврядування повної інформації про земельний фонд територіальних громад в Україні може забезпечити збільшення

надходжень до місцевих бюджетів від оподаткування необлікованих земель в середньому на 1,8 млрд. грн щорічно [1]. Зважаючи, що у 2019 р. (коли проводилися відповідні розрахунки) надходження плати за землю до місцевих бюджетів становили 32,8 млрд. грн, додаткові фінансові ресурси від оподаткування земель, які не були обліковані, в цьому році могли становити 5,5 % річного надходження податку.

Наочним є приклад передачі з державної у комунальну власність землі у Чкаловській ТГ, яка розташована у Харківській області. Спочатку Держгеокадастр визначив передачу громаді 1155,7 га землі. Але після проведення інвентаризації земель було «виявлено» 3800 га землі, яку і було передано у комунальну власність громаді [2].

Для отримання повної достовірної інформації щодо наявних на території громади земельних активів потрібно провести їх інвентаризацію. Загалом інвентаризація земель проводиться з такою метою: 1) встановлення місця розташування об'єктів землеустрою, їхніх меж, розмірів, правового статусу; 2) виявлення земель, що не використовуються, використовуються нерационально або не за цільовим призначенням; 3) виявлення і консервації деградованих сільськогосподарських угідь і забруднених земель; 4) визначення кількісних та якісних характеристик земель, необхідних для ведення Державного земельного кадастру; 5) виявлення та виправлення помилок у відомостях Державного земельного кадастру; 6) здійснення державного контролю за використанням та охороною земель і прийняття на їх основі відповідних рішень органами виконавчої влади та органами місцевого самоврядування [5].

Як видно, це комплексний системний аналіз, який спрямований на визначення не лише юридичних (правового статусу, питання власності) аспектів, а й економічних (встановлення кількісних і якісних характеристик, особливостей використання земельних активів) та екологічних (контролю за охороною земель, виявлення забруднених земель, деградації сільськогосподарських угідь, створення сприятливого екологічного середовища та поліпшення природних ландшафтів). Серед іншого, такий аналіз забезпечує органи місцевого самоврядування інформацією про випадки корупції та понесені втрати, дозволяє виявити потенційні шляхи нарощення фінансових надходжень та економічного потенціалу громади. Зокрема щодо: випадків самовільного зайняття земель, тіньової оренди земельних ділянок, невикористання земель комунальної форми власності,

випадків використання земель несільськогосподарського призначення у сільськогосподарських цілях, невитребуваних земельних часток (паїв), земельних ділянок від умерлої спадщини.

Прикладом того, яку користь може принести проведення інвентаризації земель територіальним громадам, є досвід Званівської територіальної громади на Донеччині. Участь у проєкті з розробки та впровадження моделі управління земельними та іншими ресурсами дала змогу громаді: отримати повну інформацію про наявні земельні активи; цифровізувати матеріали з питань землеустрою та управління земельними активами для їх практичного використання в електронній системі управління ресурсами; виявити факти порушення законодавства щодо користування земельними активами у громаді у 2020 р. на загальну суму понад 330 тис. грн (що становило майже 5 % податкових доходів місцевого бюджету у цьому році), зокрема: розорювання 925 га угідь (з них 605 га пасовищ та 320 га сіножатей) (8 % від загальної площі території громади), внаслідок чого до місцевого бюджету недоотримано 228 тис. грн податкових надходжень; використання земельних ділянок загальною площею 1095 га (9,46 % від загальної площі території громади) без укладання договорів оренди; мінімальні обсяги втрат місцевого бюджету становили 110 тис. грн [4].

Література.

1. Кубах С. Просторове планування управління земельними ресурсами для об'єднаних територіальних громад як інструмент розвитку. USAID. Проєкт «Підтримка аграрного і сільського розвитку». 2019. URL: https://loda.gov.ua/upload/users_files/21/upload/1%20%D0%BA%D1%83%D0%B1%D0%B0%D1%85.pdf

2. Миклашук І. Передали на місця? Три проблеми з землею для ОТГ. *Економічна правда*. 12.04.2019 р. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2019/04/12/646954/>

3. Миська Т. Як громадам заробляти на землі? *Українська правда*. 22.06.2021 р. URL: <https://www.prawda.com.ua/columns/2021/06/22/7297954/>

4. Проєкт з розробки та впровадження моделі управління земельними та іншими ресурсами громади. Результати пілотування у Званівській територіальній громаді Донецької області. 2020. 24 с. URL: https://decentralization.gov.ua/uploads/library/file/696/Land_resources_Zvanivka-rpp.pdf

5. Про землеустрій. Закон України № 858-IV від 22.05.2003. Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2003, № 36, ст. 282. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/858-15#Text>

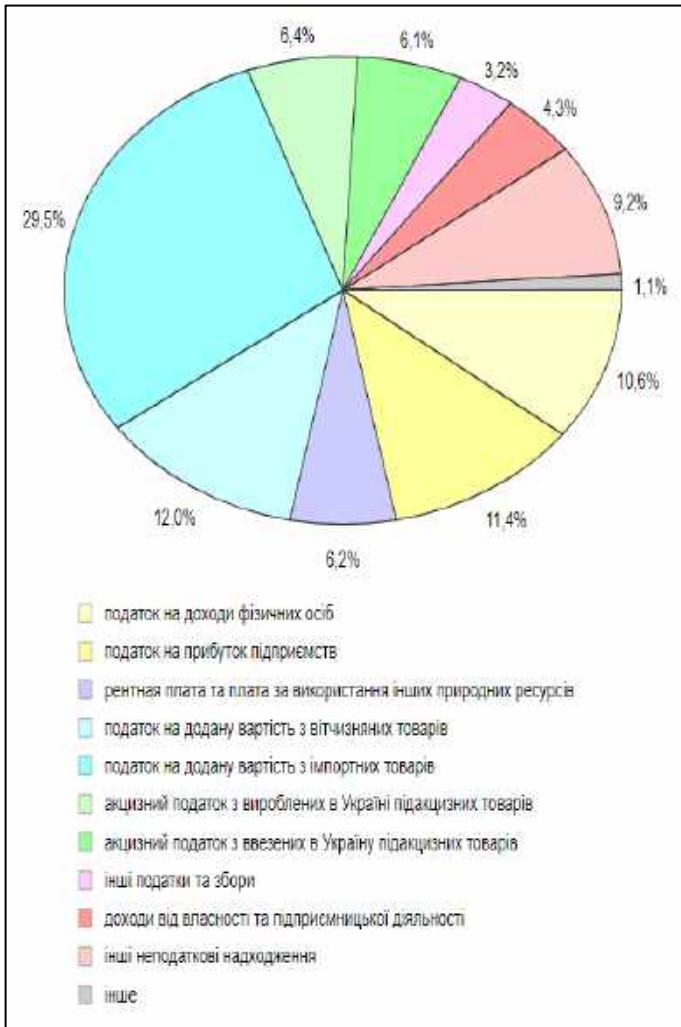
АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ЩОДО ОПТИМІЗАЦІЇ ПДВ В УКРАЇНІ

*ПОНОМАРЬОВА Т.В., К.Е.Н., ДОЦЕНТ,
СОКОЛОВА П.О.,
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ В.Н. КАРАЗІНА*

Через високий рівень податкового навантаження у платників виникає бажання, або навіть необхідність зменшити податкове зобов'язання. На жаль, існує думка, що оптимізація оподаткування та ухилення від оподаткування – це синоніми, які несуть однаковий сенс. Проте, ухилення від оподаткування – це будь-які дії платника, які несуть незаконний характер зменшення свого податкового зобов'язання. За це платник податку може понести адміністративну, фінансову, чи навіть кримінальну відповідальність [3]. У свою чергу, оптимізацією оподаткування є абсолютно законні та легальні прийоми платника зменшити свої податкові зобов'язання, шляхом застосування різних пільг. Метою оптимізації може бути зменшення податків чи збільшення прибутку підприємства. Метою дослідження є вивчення способів оптимізації податку на додану вартість.

ПДВ є обов'язковим платежем, який входить у вартість товарів, робіт чи послуг та його сплата лежить на кінцевому споживачі. Однією з переваг податку на додану вартість, яку виділили економісти, вважають те, що він має опосередкований вплив на результати фінансово-господарської діяльності продавців на виробників. Основа ПДВ – це додана вартість. Додана вартість являється чистим доходом, який створений у процесі реалізації продукції та виробництва, а також вона використовується на всіх етапах цього виробництва.

Роль та сутність податку на додану вартість розкриваються через такі функції: фіскальну, регулюючу, стимулюючу. Справлення податку на додану вартість регламентується Податковим кодексом України, міжнародними угодами, постановами Кабінету Міністрів України, наказами Міністерства фінансів України та Державної податкової служби України. Через те, що саме податки, та зокрема ПДВ, являються досить великою частиною надходжень до бюджету, що продемонстровано на рис. 1, ухилення від сплати – це велика загроза для держави.



**Рис. 1. Структура доходів
Державного бюджету України за 2021 рік**

Джерело: побудовано автором на основі [4]

Методи оптимізації ПДВ, що прямо передбачені законом – це, наприклад, пільгова ставка сплати податку на додану вартість, застосування спрощеної системи та податкові послаблення для

окремих видів бізнесу. Але оптимізація потребує творчих та непрямих підходів, глибокого знання податкового законодавства та бухгалтерського обліку [2].

Існує декілька схем оптимізації податку на додану вартість, які наразі застосовуються у різних країнах. Серед таких схем: продаж товарів на експорт за кордон, де використовуються ставки занижені або 0 відсотків; за товари, що відносять на витрати, платнику податку на додану вартість здійснювати передоплату; саме через осіб, що мають пільги при імпорті, здійснюється імпорт товарів; окрім передоплати, у платника ПДВ здійснюється придбання таких товарів, що відносять на собівартість виробництва та ін.

Отже, ми робимо висновок, що оптимізація сплати ПДВ, як і іншого податку, – це дуже тонкий та важкий процес, який вимагає глибоких знань. Ніколи не можна забувати про законність обраного метода, адже порушення законодавства тягне за собою неприємні наслідки (пеня, санкції, донарахування податків та ін.). Наразі існує багато протиріччя у визначенні різниці між ухиленням та оптимізацією, адже у одних випадках схема може бути ухиленням від сплати, а у інших – саме оптимізацією, тому підходити до цього питання потрібно з усією серйозністю.

Література.

1. Податковий кодекс України: Закон України № 2755-VI (Редакція станом 05.04.2022 р) / ВР України. – URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17?find=1&text=%D0%BF%D0%BE%D0%B4%D0%B0%D1%82%D0%BA%D0%BE%D0%B2%D0%B5+%D0%B7%D0%BE%D0%B1%D0%BE%D0%B2%27%D1%8F%D0%B7%D0%B0%D0%BD%D0%BD%D1%8F#w1_1 (дата звернення: 10.04.2022).
2. LIGA ZAKON. URL: https://biz.ligazakon.net/analytics/206934_skhemi-optimizats-opodatkuvannya-ta-riziki-kh-zastosuvannya (дата звернення: 13.04.2022).
3. KlubOk.net. URL: <https://www.klubok.net/article1889.html> (дата звернення: 14.04.2022).
4. Міністерство Фінансів України. URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/finance/budget/gov/income/> (дата звертання 06.04.2022).

ФУНКЦІОНУВАННЯ ФІЗИЧНИХ ОСІБ-ПІДПРИЄМЦІВ У ВІЙСЬКОВИЙ ЧАС: ПОДАТКОВІ СТИМУЛИ

ПУЖАЙЛО Д.А., ЗДОБУВАЧ ВИЩОЇ ОСВІТИ,
ПОЛТАВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ*

Відповідно до законодавства України, в момент початку бойових дій у всій країні введено воєнний стан з 24 лютого 2022 року. Бізнес серйозно постраждав: багато компаній зупинили виробництво, перевезли офіси в безпечніші міста, скоротили персонал. Зараз головна задача бізнесу – відновити якомога швидше свої потужності, забезпечити українців необхідними продуктами та створити нові робочі місця [1].

Для того, щоб країна могла економічно розвиватись далі і не втрачати економічні ресурси, для різних видів підприємств було підписано Закон України «Про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законодавчих актів України щодо дії норм на період дії воєнного стану» від 15 березня 2022 року [2].

Особливої актуальності набуває стимулювання саме малого бізнесу - невід'ємному та необхідному елементу будь-якої розвиненої господарської системи. Динамічний розвиток малого бізнесу забезпечує підтримку конкурентоспроможності економіки, що у своє чергу сприяє створенню нових (ефективніших і продуктивних) робочих місць [3]. Зазначимо, з 24 лютого кількість вакансій та резюме на сайті Work.ua зменшувалося щотижня. В перший місяць війни кількість вакансій суттєво скоротилася, зараз починає відновлюватися. Загалом активність рекрутерів (пропозиції) зупинилась десь на рівні 50% «довоєнних» цифр [4].

Тому значну частину законодавчих змін відведено для фізичних осіб підприємців. Для підтримки малого підприємництва, які застосовують спрощену систему оподаткування, доступні спеціальні особливості. Такі зміни мають на меті сприяння діяльності підприємств в кризових умовах, а також забезпечення стабільного наповнення бюджету країни грошовими коштами, для забезпечення виконання покладених на неї функцій.

Можна виділити головне:

– з 1 квітня 2022 року фізичні особи підприємці, котрі являються платниками I та II групи єдиного податку, будуть сплачувати даний

* Науковий керівник – Лега О.В., к.е.н., доцент

податок за власним бажанням, не зобов'язуючись перед державою. Таким чином, підприємець сам вирішуватиме, чи поповнювати йому власними коштами державну казну чи ні;

– на час мобілізації, фізичні особи підприємці, які є платниками II і III групи єдиного податку та юридичні особи підприємці, які є платниками III групи єдиного податку, можуть не сплачувати єдиний соціальний внесок за своїх найманих працівників. Це дає можливість підприємцям мати додаткові кошти, котрі складають двадцять два відсотки від загальної суми заробітної плати їхніх працівників;

– з 1 квітня 2022 року всі фізичні та юридичні особи підприємці, дохід котрих не перевищує суму в 10 мільярдів гривень, мають право перейти на сплату єдиного податку 2 %, врахувавши, що до таких підприємців не матимуть відношення ніякі обмеження щодо кількості працівників, не платитимуть ПДВ, податкову звітність потрібно буде подавати згідно законодавства. Зазначимо, що на 2.05.2022 р. 161 286 ФОП скористалися можливістю знизити податкову ставку й перейшли на 2% податку [1];

– загальні правила спрощеного оподаткування передбачають можливість для третьої групи обирати між ставкою єдиного податку у 3 % та 5 % для платників та неплатників ПДВ відповідно. Відповідно до спеціальних правил ставка дорівнює 2 % доходу підприємства. Декларація з єдиного податку за умови застосування 2 % ставки подається за календарний квартал, проте інформація в ній вказується помісячно.

Таким чином, можна зробити висновок, що держава дала можливість малому бізнесу на території, де не ведуться бойові дії, вести свою діяльність з мінімальними податковими ставками або ж взагалі без них. На сьогодні (31.05.2022 р.) кількість нових бізнесів стабільно зростає. Загалом від початку війни в Україні зареєстровано 28442 ФОП. Наприклад, за даними української компанії з автоматизації закладів Poster.POS, у порівнянні з останнім довоєнним тижнем наразі в Україні працює 68% закладів харчування, які генерують 70% прибутку; кількість замовлень таксі, за даними сервісу Бонд, відновилась лише на третину від довоєнних показників – 37 %; за даними Хорошоп, кількість продажів товарів на онлайн-майданчиках зросла до 85 % від довоєнних показників. Для порівняння, в перші дні війни продажі впали аж до 7 % [3].

Відновлення бізнесу сприяє відновленню робочих місць. Наразі на Work.ua розміщено 18 568 оголошень про пошук працівників. Це у 3 рази більше, аніж було у перші тижні після початку війни [3].

Отже, підприємці можуть більше сконцентруватися на поліпшенні фінансових результатів та збільшення доходу для зросту підприємств в нашій країні. Завдяки мобільності, здатності до швидкого пристосування до змін споживчого попиту, порівняно невисокому рівню експлуатаційних витрат, функціонування ФОП стимулюватимуть розвиток конкуренції, забезпечуватимуть створення додаткових робочих місць і скорочення безробіття.

Література.

1. Економічний фронт України. Як український бізнес працює під час війни. URL: <https://opendatobot.ua/war> (дата звернення: 31.05.2022).

2. Про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законодавчих актів України щодо дії норм на період дії воєнного стану: Закон України № 2120-IX від 15 березня 2021 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2120-20#Text> (дата звернення: 31.05.2022).

3. Тренди економічного фронту: як працює бізнес під час війни. URL: <https://opendatobot.ua/analytics/digest-business-in-war> (дата звернення: 31.05.2022).

4. Павловська Т.С., Лега О.В. Вплив військового стану на податкові трансформації спрощеної системи оподаткування. *Актуальні проблеми та перспективи розвитку обліку, аналізу та контролю в соціально-орієнтованій системі управління підприємством*: Матеріали V Всеукраїнської наук.-практ. конф. м. Полтава, 14-15 квітня 2022 р. Полтава, 2022. С. 303-306.

АУДИТ ЯК СПОСІБ ЗАХИСТУ ВІД ШАХРАЙСТВА

***РАГУЛІНА І.І., К.Е.Н., ДОЦЕНТ,
ДЕРЖАВНИЙ БІОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ***

У сучасних умовах господарювання економічна безпека підприємства відіграє ключову роль в успішному функціонуванні бізнесу. Сьогодні більшість керівників і власників проводить активну діяльність в цьому напрямі, оскільки корупція, розкрадання, шахрайство, неправомірні дії співробітників погіршують фінансовий стан підприємств [1].

Згідно ст. 190 Кримінального кодексу України під терміном «шахрайство» розуміється заволодіння чужим майном або придбання права на майно шляхом обману чи зловживання довірою (шахрайство) [2].

Найчастіше шахрайськими діями на підприємстві є: фальсифікація звітності з метою отримання певних преференцій; приховування результатів інших неправомірних діянь; привласнення або незаконне використання коштів чи майна підприємства; незаконне збагачення керівників із використанням змова з контрагентами або з використанням інших корупційних можливостей.

На сьогоднішній час найпоширенішим видом шахрайства є незаконне привласнення грошових коштів та майна підприємства. Для того, щоб виявити та запобігти фактам обману на підприємстві керівник залучає аудиторів. Це можуть бути як зовнішні незалежні експерти, так і внутрішні аудитори. Часто головною місцею перевіряючих є як перевірка звітності, так й дослідження внутрішніх процесів на підприємстві.

Аудиторський контроль як спосіб захисту від шахрайства розпочинається з проведення інформативної вибірки, суть якої у тому, щоб обрані для перевірки документи показували ознаки зловживань.

Наступним етапом аудиторської перевірки, для запобігання та виявлення шахрайства, є аналіз бухгалтерських документів на предмет факту наступних питань: зменшення прибутку за окремими видами діяльності у порівнянні з попередніми періодами. Часто відбувається, що співробітник не здає або здає не в повному обсязі, отримані від клієнта кошти до каси підприємства; збільшення числа бракованої продукції. Така ситуація може вказувати на крадіжку товарно-матеріальних цінностей за допомогою фальсифікації документів щодо виявлення бракованої продукції та списання зіпсованих товарів; списання запасів на складі. Універсальний вид шахрайства – фіктивне списання запасів з їх подальшим розкраданням; збільшення кількості витрат на матеріали, які були придбані через підзвітних осіб. Ситуація схожа на попередню – за документами матеріали списуються в роботу, а за фактом викрадаються; розбіжність маси вантажу при отриманні та відвантаженні від постачальника. Під час доставки особистим транспортом працівник може привласнити частину вантажу по дорозі до складу. Такі ситуації універсальні під час постачання вагового товару; існування копій звітних документів, які надаються відповідальною особою замість оригіналів. Здійснюється розкрадання продукції за фальшивими документами. Мета – отримання додаткових бланків суворої звітності; надання клієнтам великих знижок. Цілком імовірно, що працівник вступивши у змову з клієнтом і, надавши йому завищену знижку, отримав частину коштів; завищення витрат за придбаними

матеріалами та продукцією. Працівник за певну плату може бути у змові з постачальником, який виставив підприємству товар за завищеними цінами.

Результативний спосіб діагностувати шахрайство – отримання інформації від співробітників підприємства. Відповідно Закону України «Про аудит фінансової звітності та аудиторську діяльність», аудитор має право опитувати не лише юристів, а й інших спеціалістів підприємства з метою виявлення відомостей щодо наявності судових позовів та раціональності оцінки керівництвом впливу цих позовів на фінансовий стан [3].

З точки зору аудиторів, з метою виявлення шахрайських операцій з боку співробітників фінансового відділу та бухгалтерії підприємства раціонально вжити запобіжних заходів, а саме: здійснювати щотижневу або щомісячну аналітику звітних документів персоналу, які беруть участь у взаємовідносинах з клієнтами; виключити надходження від підзвітних осіб копій звітних документів (квитанцій про прийом коштів, актів виконаних робіт тощо); регулярно проводити позапланові інвентаризації; реалізовувати аналіз контрагентів щодо взаємозалежності з працівниками підприємства; вимагати у контрагентів копії установчих документів; вимагати від постачальників прайс-листи з відпускними цінами, при цьому щоразу при зміні цін.

На сьогоднішній день створені та з успіхом використовуються абсолютно нові методи виявлення шахрайських операцій. Вони засновані на методах математичного аналізу, використовуючи які аудитор може виявити фальшиві або підроблені документи. На основі закону Бенфорда, з метою аудиту та викриття випадків шахрайства, можливо створити програмні комплекси, за допомогою яких за невелику кількість часу можна обробити масив вихідних відомостей, виявити аномальні результати та відібрати підозрілі операції для більш конкретної перевірки. Це дозволить не тільки знайти помилки в бухгалтерських даних, а й організувати моніторинг операційної діяльності підприємства – причому як у грошових, так і натуральних величинах. Формальність закону дозволяє повністю автоматизувати процес перевірки всіх операційних даних без залучення додаткових людських ресурсів.

Таким чином, найпоширенішим видом шахрайства є незаконне присвоєння коштів та майна підприємства. Один із способів запобігання цим діям є аудиторський контроль.

Література.

1. Дубініна М.В., Сирцева С.В., Янковська Т.Ю. Форензік як метод розслідування внутрішньо корпоративних випадків шахрайства. *Електронний фаховий науково-практичний журнал «Інфраструктура ринку»*. 2019. Вип. 38. С. 377-383. URL: www.market-infr.od.ua

2. Кримінальний Кодекс України № 2341-III від 05.04.2001 р.

3. «Про аудит фінансової звітності та аудиторську діяльність»: Закон України № 2258-VIII 21.12.2017 р.

СТАТИСТИЧНИЙ АНАЛІЗ ВИТРАТ ФІНАНСОВОЇ УСТАНОВИ

СИСОЄНКО І.А., К.Е.Н., ДОЦЕНТ,

КАРЛЮКА Д.О., К.Е.Н., ДОЦЕНТ,

ХЕРСОНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Статистичний аналіз витрат фінансової установи здійснено на прикладі акціонерного товариства комерційного банку «ПРИВАТБАНК» (далі – АТ КБ «ПриватБанк»). Відповідно до правил бухгалтерського обліку доходів і витрат банків України, витрати банку – це «зменшення економічних вигід протягом облікового періоду у вигляді вибуття чи амортизації активів або у вигляді виникнення зобов'язань, результатом чого є зменшення власного капіталу, за винятком зменшення, пов'язаного з виплатами учасникам» [1].

Розглянемо структуру витрат АТ КБ «ПриватБанк» за 2016-2020 роки та зобразимо її в таблиці 1.

Таблиця 1

Структура витрат АТ КБ «ПриватБанк» за 2016-2020 роки*

Показники	Роки				
	2016	2017	2018	2019	2020
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>
Процентні витрати, млн грн	29364,0	18374,0	14002,0	14174,0	11961,0
Частка у структурі доходів, %	71,03	54,71	43,23	40,51	30,78
Комісійні витрати, млн грн	2205,0	3017,0	4402,0	6386,0	8888,0
Частка у структурі доходів, %	5,33	8,98	13,59	18,25	22,87
Адміністративні та інші операційні витрати, млн грн	9771,0	12194,0	13988,0	14428,0	18006,0
Частка у структурі доходів, %	23,64	36,31	43,18	41,24	46,34
Разом витрат, млн грн	41340,0	33585,0	32392,0	34988,0	38855,0

*Примітка: складено автором за даними джерел [2].

За аналізований період найбільшу частку усіх витрат становили процентні витрати. Так, у 2016 році процентні витрати займали 71,03 % усіх доходів; у 2017 році – 54,71 %; а у 2018 році – 43,23 %, у 2019 році – 40,51 %, у 2020 році – 30,78 %. За період з 2016 року по 2020 рік частка процентних витрат АТ КБ «ПриватБанк» зменшилась на 40,25 в.п.

За комісійними витрати АТ КБ «ПриватБанк» спостерігається збільшення частки у структурі витрат: у 2016 році комісійними витрати займали 5,33 % усіх витрат; у 2017 році – 8,98 %; а у 2018 році – 13,59 %, у 2019 році – 18,25 %, у 2020 році – 22,78 %. За період з 2016 року по 2020 рік частка комісійних доходів АТ КБ «ПриватБанк» зменшилась на 5,48 %. За період з 2016 року по 2020 рік частка комісійних витрат АТ КБ «ПриватБанк» збільшилась на 17,54 в.п.

Адміністративні та інші операційні витрати з року в рік збільшували свою частку у структурі витрат: у 2016 році вони займали 23,64% усіх витрат; у 2017 році – 36,31 %; а у 2018 році – 43,18 %, у 2019 році – 41,24 %, у 2020 році – 46,34 %. За період з 2016 року по 2020 рік частка адміністративних та інших операційних витрат АТ КБ «ПриватБанк» збільшилась на 22,70 в.п.

Література.

1. Про затвердження Правил бухгалтерського обліку доходів і витрат банків України: Постанова Правління національного банку України від 27.02.2018 року № 17. Дата оновлення: 27.02.2018. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v0017500-18#Text> (дата звернення: 03.05.2022).

2. Офіційний сайт акціонерного товариства комерційного банку «ПРИВАТБАНК». URL: <https://privatbank.ua/about/finansovaja-otchetnost> (дата звернення: 03.05.2022).

ОСОБЛИВОСТІ СИСТЕМИ ОБЛІКУ ВИТРАТ «DIRECT-COSTING»

***ТОМАШЕВСЬКА О.А., К.Е.Н., ДОЦЕНТ,
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ
І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ***

Система обліку витрат «Direct-costing» (інша назва – метод маржинального обліку витрат) була розроблена і введена

американським економістом Д. Харрісом у 1936 р. після Великої депресії і передбачає розрахунок собівартості продукції на основі лише прямих (змінних) витрат (англ. – direct cost). До цього при розрахунку собівартості використовувалася система обліку повних витрат.

Практичне застосування «Direct-costing» бере свій початок у 1953 р. та пов'язане з публікацією його опису Американською асоціацією бухгалтерів. Згодом, у 1961 р. організація оприлюднила звіт, у якому було наведено результати аналізу практики застосування цього методу п'ятдесятьма великими фірмами. У Великобританії метод отримав назву «система маржинальності», у Франції – «маржинальна бухгалтерія», у Німеччині – «система обліку «граничних витрат».

Думки науковців щодо витоків теоретичних засад даного методу різняться, однак більшість із них зазначає, що першою згадкою про розподіл витрат залежно від обсягів виробництва є праця німецького вченого Т.Є. Клішштейна «Вчення про альтернативи в обліку», видана в Лейпцигу в 1781 році. На прикладі металургійного виробництва він показав алгоритм віднесення прямих витрат на окремі виробничі фази (видобувне, вугільне виробництво, переробка шлаків), а накладні витрати - прямо на рахунок результатів за період [3].

Об'єктивними передумовами виникнення методу є те, що основним принципом стратегічного планування діяльності підприємств є рух від майбутнього до сучасного. Відповідно, в динамічних умовах функціонування економіки актуальною є інформація про рівень прогностичних витрат та фінансових результатів. До того ж, фактичні затрати є результатом комплексного впливу низки факторів, які, у свою чергу, можна розподілити на такі, на які підприємство може вплинути у коротко- та довгостроковій перспективі (виробнича програма, спосіб та обсяги виробництва та ін.) та на ті, які є незалежними від нього (рівень цін на вхідні ресурси, податкове навантаження та ін.).

До того ж, інформація про собівартість продукції в системі фінансового обліку не повною мірою відповідає принципу причинності, відповідно до якого на об'єкт калькулювання потрібно відносити тільки ті затрати, які безпосередньо ним зумовлені. Так, відповідно до П(С)БО 16 «Витрати» до складу виробничої собівартості включається амортизація основного капіталу, рівень якої залежить від кількості одиниць (об'єктів) основних засобів, а не від обсягів виробництва. Віднесення затрат на об'єкти, які не являють собою причину їх виникнення та формування, може призвести до прийняття неправильних управлінських рішень.

Відтак, для здійснення ефективного внутрішнього управління актуальною є інформація про рівень планових змінних витрат та планових доходів в розрізі об'єктів прийняття рішень [1, 4].

Варто зазначити, що сутність та функціональне наповнення методу «Direct-costing» точно відповідали назві на самому початку його застосування (50-ті роки минулого століття), оскільки у собівартість виробленої продукції включались лише прямі витрати, інші відносились до витрат періоду. Згодом метод модифікувався в менш «жорстку» систему, в межах якої було прийнято вважати обґрунтованим віднесення на собівартість також і змінної частини непрямих витрат.

Таким чином, метод ґрунтується на тому, що постійні виробничі витрати пов'язані з підтримкою здатності виробляти певну продукцію, тобто сприяють виробництву і не перебувають у тісному взаємозв'язку з випуском кожної конкретної одиниці продукції. Ці витрати існують практично незалежно від рівня завантаженості потужностей підприємства та його товарного асортименту. Вони більшою мірою пов'язані з тимчасовим періодом, тому їх доцільно враховувати як періодичні та одночасно відносити на реалізовану продукцію без включення у собівартість продукції [2].

Принцип, що покладений в основу цього методу, жодним чином не зменшує значення постійних витрат. Він лише підкреслює, що основою для прийняття більшості управлінських рішень є розбіжності у поведінці постійних і змінних витрат.

Література.

1. Даньків Й.Я., Шулла Р.С. Аналітичні можливості розвинутого директкостингу при прийнятті стратегічних управлінських рішень по виробничій програмі підприємства. URL: <http://dspace.kntu.kr.ua/jspui/bitstream/123456789/2308/1/4.pdf> (дата звернення 28. 04. 2022).

2. Директ-костинг чи повна виробнича собівартість? URL: <https://finconsult.com.ua/direkt-kosting-ili-polnaya-proizvodstvennaya-sebestoimost/> (дата звернення 27. 04. 2022)

3. Сутність, історія виникнення та розвитку системи калькулювання собівартості «Директ-костинг». URL: https://studbooks.net/1483663/buhgalterskiy_uchet_i_audit/suschnost_ist_oriya_vozniknoveniya_razvitiya_sistemy_kalkulirovaniya_sebestoimosti_direkt_kosting

4. Seicht G. Moderne Kosten – und Leistungsrechnung. Grundlagen und praktische Gestaltung, Industieverlag Peter Linde, GmbH. – Wien. 1990.

СУЧАСНІ БЕЗКОШТОВНІ ПРОГРАМИ ДЛЯ ВЕДЕННЯ ОБЛІКУ

ШВЕД К.Ю., ЗДОБУВАЧ ВИЩОЇ ОСВІТИ,
ПОЛТАВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ*

Пошук нових засобів обробки інформації, в тому числі, і облікової, потребує програмного забезпечення. Перед обранням конкретного програмного продукту, доцільно протестувати ряд безкоштовних програм щоб визначитися з необхідним функціоналом.

Коротка характеристика доступних програмних забезпечень в Україні:

1. Bookkeeper (Буккіпер) – це новий web-сервіс для автоматизації бухгалтерського обліку ФОП та невеликих фірм (від напих, українських, розробників).

Перший місяць роботи безкоштовний, а потім 295 грн. у місяць. Функціональність даного програмного продукту стандартна для бухгалтерського обліку в Україні:

1. Покупки (вхідний рахунок, прибуткова накладна, повернення);
2. Продажі (витратна накладна, прайс-листи, залишки);
3. Запаси (списання, інвентаризація, виробництво);
4. Бухгалтерія (банк та каса, валютні операції);
5. Персонал (зарплата та кадри, звіти);
6. ПДВ (податкові накладні, коригування, декларація з ПДВ);
7. Звітність (єдиний податок, ПДВ, ЄСВ, ПДФО та інші);
8. Реалізовано можливість надсилання податкових звітів через програму Соната.

Відповідно до інформації з відкритих джерел розробника, веб-інтерфейс Bookkeeper SaaS стабільно працює у будь-яких сучасних браузерях. Обмеження стосуються лише застарілих версій. Бази даних зберігаються на серверах Microsoft, що забезпечує високу надійність та безпеку.

Кількість підключених користувачів під одним обліковим записом, як і кількість документів, не обмежена. На даний момент для одного облікового запису можлива робота лише однієї юридичної особи. У найближчому майбутньому розробники обіцяють реалізувати корпоративний облік (для кількох юросіб в одній базі).

2. «Дебет Плюс» – сучасний бухгалтерський облік у програмі.

* Науковий керівник – Мокієнко Т.В., к.е.н., доцент

Спеціально розроблені конфігурації програмного комплексу «Дебет Плюс» дозволяють використовувати його для автоматизації:

1. Бюджетних організацій.
2. Відділів освіти.
3. Закладів охорони здоров'я (КНП).
4. Органів місцевого самоврядування.
5. Комунальних підприємств.
6. Підприємств сільського господарства.
7. Виробничих, торгових, будівельних підприємств.
8. Малих підприємств.
9. Готелів і ресторанів.

До головних переваг «Дебет Плюс» можна віднести: можливість працювати на комп'ютерах і різними операційними системами; легкість масштабування; гнучкість у налаштуванні під потреби й особливості будь-якої установи.

Програма «Дебет Плюс» дозволяє:

- легко організувати облік матеріальних цінностей у кількісному й сумовому вимірах,
 - вести облік матеріалів медичного призначення та продуктів харчування,
 - обліковувати основні засоби та МНМА,
 - вести облік автотранспортного парку,
 - повністю автоматизувати нарахування та виплату заробітної плати
- від створення тарифікації, з урахуванням особливостей преміювання медичних працівників, до експорту в банк платіжної відомості на виплату заробітної плати.

3. Athena / Афіна. Основним призначення програми Athena є розробка та експлуатація різних облікових завдань (і не лише облікових), кожна з яких створюється із власною базою даних.

Вартість програмного продукту «Афіна» за місяць:

- для малих та середніх підприємств коштуватиме від 1680 грн;
- для великих підприємств коштуватиме від 11400 грн.

Це система «два в одному». Розробник використовує її для побудови проектів обліку, користувач займається в ній експлуатацією розроблених проектів.

«Афіна» існує у двох варіантах: у вигляді одно користувачької та мережевої збірок. Проект, виконаний із застосуванням однієї збірки, працюватиме і в іншій. «Афіна» поширюється безкоштовно без будь-яких умов та гарантій.

Література.

1. ДебетПлюс.

URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%94%D0%B5%D0%B5%D1%82_%D0%9F%D0%BB%D1%8E%D1%81 (дата звернення: 29.04.2022).

2. Офіційний сайт «Bookkeeper». URL: <https://bookkeeper.kiev.ua/ru/> (дата звернення: 28.04.2022).

3. Офіційний сайт «Афіна». URL: <http://afinapro.com.ua> (дата звернення: 29.04.2022).

4. Расвська Н. Аналоги 1 С та ВАС в Україні: на яке ПО переходити українському бізнесу? URL: <https://tqm.com.ua/likbez/article/biesplatnyie-analoghi-1s#debet%20plyus> (дата звернення: 28.04.2022).

5. Сучасний бухгалтерський облік у програмі «Дебет Плюс». Дебет-Кредит. Бухгалтерські новини. URL: <https://news.dtki.ua/debet-kredit/partner-news/68397> (дата звернення: 29.04.2022).

Секція

*Виробничі,
маркетингові та
комерційні
інструменти
управління розвитком
суб'єктів економічних
відносин*

FUNCTIONS OF BLOGGING AS SOCIAL COMMUNICATION

***MYKYTAS A. V., DOCTOR OF ECONOMICS, PROFESSOR,
ZAIKA O. V., ASSISTANT,
STATE BIOTECHNOLOGICAL UNIVERSITY***

Today, the Internet is the most complete, efficient, and accessible source of information and means of mass communication [2]. But with the help of the Internet, you can not only get information but also interact with people who are at a great distance. That is, there are Internet communications that allow a person to connect with a huge number of people living in different cities, countries, on different continents [1].

One of the types of Internet communication is blogging - the process of blogging and its constant updating. Blogging is very social communication because it is a socially-oriented communication, ie a message not for one particular person, but large social groups, for the masses. The audience is anonymous because it is impossible to predict its size and who it consists of.

Bloggging is most in-demand in the age group up to 35 years. This is because, in the last few years, blogs have become fashionable and popular, so it is young people who want to emulate fashion. This fact is also explained by the beginning of career growth among young people, which contributes to the use of blogs as a source of income. Thus, blogs represent a new stage in the development of online communities. They are a special kind of communication but operate on the same principles. In general, blogs as a means of social communication - a tool for communication, as well as a platform for communication with the target audience, which has a hidden and non-aggressive nature of influence.

Consider the example of blogging functions of social communication:

– Information function – the blog transmits various information from sender to recipient or, conversely, in the form of audio, video, or audio files, supported by comments, and expressions of opinion.

– Expressive function – in the comments, blog users can give their assessment of any event, action, or deed, sometimes this assessment can be very expressive.

– Pragmatic function – blogging encourages people to take an interest in a particular topic, express their opinion, and show their reaction to what is said.

– Social function – there are different types of blogs, in which through the receipt and transmission of information is the development of cultural skills of human relationships, thanks to the information obtained in the blog, a person can change worldview, life views, morals, values.

– Interpretive function – the blog is an opportunity to understand the partner, his condition, experiences, and intentions, which he can convey through smiles, photos, videos, and more [3, 4].

In addition, there are some additional features of the blog:

– communicative – meeting interesting people.

– self-presentation – self-expression through the gradual publication of their wishes and interests.

– entertaining – spending free time, getting positive emotions, communication, the opportunity to speak out, share problems, vent anger, complain and grieve, while receiving feedback.

– creating, maintaining, and expanding social ties – the opportunity to find useful contacts – colleagues, professionals in your field or make new acquaintances with people close to your interests.

– the function of self-development and reflection - the ability to take on different roles, compensating for some compensation in some moments of real life.

– promotion of goods and services - you can find out the opinion of the audience about certain brands, as well as work to strengthen the position of goods or prevent the negative impact of feedback on the brand.

Thus, blogging is defined as a means of social communication, performing such functions as informational, expressive, pragmatic, social, and interpretive. At the same time, the blogosphere attracts, first, non-involvement, a sense of freedom, and wide opportunities for personal presentation.

Literature.

1. Zaika S., Kuskova S., Zaika O. Essential characteristics of internet marketing // Science and Global Studies: Abstracts of scientific papers of VII International Scientific Conference (Prague, Czech Republic, April 15, 2021) / Financial and Economic Scientific Union, 2021. P. 33-36.

2. Zaika S., Kuskova S., Zaika O. Trends in the development of services in the conditions of digitalization of the economy. *Цифрова економіка як фактор економічного зростання держави: колективна монографія* / За заг. ред. О.Л. Гальцової. Херсон: Видавничий дім «Гельветика», 2021. С. 258-281.

3. Досенко А. Блогосфера як автокомунікативна технологія. *Наукові записки Інституту журналістики*. 2014. Том 57. С. 226-229.

4. Половинчак Ю. Особливості функціонування української блогосфери. *Science and Education a New Dimension. Humanities and Social Sciences*. 2015. № 42. С. 99-102.

ОСНОВНІ ІНСТРУМЕНТИ УПРАВЛІННЯ ТА РОЗВИТКУ МАРКЕТИНГОВО-ЗБУТОВИХ СИСТЕМ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

*ГРЖЕВА О.М., Д.Е.Н., ДОЦЕНТ,
ДЕРЖАВНИЙ БІОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
БЛЮМСЬКА-ДАНЬКО К.В., К.Е.Н., ДОЦЕНТ,
УНІВЕРСИТЕТ ПАРИЖ-САКЛЕ (ФРАНЦІЯ)
НІФАТОВА О.М., Д.Е.Н., ПРОФЕСОР,
УНІВЕРСИТЕТ БАРСЕЛОНИ (ІСПАНІЯ)*

Об'єктивним фактором трансформації систем управління маркетингово-збутовою діяльністю аграрних підприємств є зміни в функціонуванні каналів ринкового розподілу продукції. Зважаючи на те, що продаж продукції переробним підприємствам, населенню та на ринку є окремими випадками прояву прямого збуту або побудови товаровиробниками вертикальних маркетингових систем, критичними в даному контексті є зміни питомої ваги обсягів аграрної продукції, що реалізуються через посередницькі мережі, тобто комерційні ланцюги торговельних посередників.

Сучасні умови господарювання вимагають від підприємств використання інтегрованого підходу до управління збутом, який передбачає поєднання інструментів стратегічного менеджменту і стратегічного маркетингу.

В умовах мінливості маркетингового середовища стратегічне маркетингове управління збутом підприємств передбачає проведення стратегічних змін, насамперед, в області організаційної структури і корпоративної культури

Існуючі організаційні структури у підприємствах (лінійно-функціональні) не здатні гнучко реагувати на зміни у зовнішньому середовищі, тому необхідно їх переорієнтувати на стратегічне маркетингове управління. Це можливо зробити шляхом впровадження посади радників зі стратегічного маркетингового управління збутом, створення проектних груп з управління процесом реалізації маркетингових стратегій управління збутом.

Особливого значення в умовах стратегічної маркетингової орієнтації підприємств набуває корпоративна культура, високий рівень якої сприяє ефективній реалізації маркетингових стратегій управління збутом. При цьому необхідним є наявність лідера, здатного організувати оптимальну роботу збутового персоналу. Оцінку рівня

корпоративної культури досліджуваних підприємств (згрупованих в залежності від стадії їх життєвого циклу) доцільно здійснювати за такими параметрами як стиль управління, кадрова політика підприємства, система передачі інформації, філософія управління, оформлення підприємства.

Кадрова політика має базуватись на багатокритеріальному підході до відбору, прийому, просування, стимулювання і звільнення збутового персоналу. Збутовий персонал повинен не тільки знати філософію створення підприємства, його історію, але й відчувати свою роль у процесі його функціонування.

Окрім цього, підприємствам доцільно оптимізувати систему передачі інформації між функціональними підрозділами і окремими працівниками.

Комплексна система стратегічного маркетингового управління збутом – це система взаємопов'язаних елементів стратегічного маркетингового управління збутом, найбільш повне використання яких забезпечить підприємству довгострокову конкурентну перевагу на цільовому ринку.

Удосконалена комплексна система стратегічного маркетингового управління збутом складається з трьох систем: системи стратегічного маркетингового управління збутом; системи забезпечення стратегічного маркетингового управління збутом; системи підтримки стратегічного маркетингового управління збутом.

Система стратегічного маркетингового управління збутом складається з підсистем стратегічного маркетингового планування збуту, стратегічної маркетингової організації збуту, стратегічного маркетингового аналізу збуту і стратегічного маркетингового контролю збуту.

Система забезпечення стратегічного маркетингового управління збутом охоплює сім підсистем: підсистему стратегічного маркетингового корпоративного управління; підсистему стратегічного маркетингового управління цільовим ринком; підсистему стратегічного маркетингового управління товарною політикою; підсистему стратегічного маркетингового управління ціновою політикою; підсистему стратегічного маркетингового управління збутовим потенціалом; підсистему стратегічного маркетингового управління збутовим персоналом; підсистему стратегічного маркетингового управління збутовими ризиками.

Система підтримки стратегічного маркетингового управління збутом охоплює дві підсистеми: підсистему інформаційної підтримки і

підсистему маркетингової підтримки. У межах даної системи запропоновано систему сервісу для торговельних підприємств.

Основні стратегічні пріоритети підвищення конкурентоспроможності аграрних підприємств наступні: підвищення рівня концентрації капіталу суб'єктами-товаровиробниками із залученням інтеграційних інструментів, створення умов для інвестиційної привабливості аграрних підприємств, реінвестування акумульованого прибутку в розвиток економічного потенціалу; створення цінових та якісних конкурентних переваг на основі широкого впровадження інновацій в виробничо-збутову діяльність аграрних підприємств; освоєння видів продукції, що користуються попитом на зовнішньому ринку, зокрема, органічної та екологічно-чистої сільськогосподарської продукції; раціональне вирішення проблеми зберігання продукції з метою результативного використання сезонних цінових коливань на ринках збуту.

Отже, реалізація вказаних стратегічних напрямів управління та розвитку маркетингово-збутових систем аграрних підприємств дозволить останнім підвищити економічну ефективність своєї діяльності, збільшити рівень ринкової влади та ефективно адаптуватися до некерованих викликів цільових ринків збуту.

Література.

1. Shibaeva N., Baban T., Prokhorova V., Karlova O., Girzheva O., Krutko M. Methodological bases of efficiency of organizational and economic mechanism of regulatory policy in agriculture. *Global Journal of Environmental Science and Management*. 2019. pp. 160-171.

2. Гіржева О.М. Організаційні форми вдосконалення управління збутом продукції аграрних підприємств. *Актуальні проблеми інноваційної економіки*. 2020. № 2. С. 80-85.

МЕТОДОЛОГІЯ ТА ПРАКТИКА ПЛАНУВАННЯ РОЗВИТКУ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

**ЖОВКОВСЬКА Т.Т., А.Е.Н.,
ЗАХІДНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Планування розвитку промислового підприємства є другою функцією процесу управління, що базується на результатах попереднього здійсненого прогнозування. Розвиток підприємства може бути оцінено достовірно лише за довгий час, адже чим більше часовий період, за

який оцінюється розвиток, тим більше враховуються досягнення підприємства за рахунок ефективного управління та виключаються з оцінки випадкові впливи змін зовнішнього середовища. Тому головним видом планування при управлінні розвитком є стратегічне планування.

В свою чергу, стратегічний план – це набір цілей та шляхи їх досягнення, причому план систематизує довгострокові цільові параметри, встановлює взаємозв'язок між [1]:

- ринковими показниками, яких необхідно досягти;
- виробничими завданнями, які необхідно вирішити;
- фінансовими ресурсами, які необхідні для реалізації плану.

Ще одним визначенням є таке: планування на підприємстві – це розробка та побудова системи планів, які мають на меті задоволення споживчого попиту та отримання достатнього та стабільного прибутку від результатів господарської діяльності підприємства протягом довгого часу [2].

Слід відмітити, що при стратегічному плануванні необхідно забезпечити адекватність цілей та їх досяжність. Для цього потрібно вірно визначити вихідну точку. У термінах системно-рефлексивного підходу це означає, що має бути визначено стан підприємства як системи та її положення на траєкторії розвитку підприємства. Також мають бути визначені стани систем, що складають зовнішнє середовище на момент початку реалізації стратегічного плану розвитку. Отже, під плануванням розвитку промислового підприємства в аспекті запропонованого системно-рефлексивного підходу буде матись на увазі встановлення показників, яких необхідно досягнути промислому підприємству в довгостроковому періоді, причому процес їх досягнення розглядається як зміна траєкторій економічних систем підприємства та його контрагентів з взаємними рефлексивними впливами.

Планування розвитку промислового підприємства за допомогою системно-рефлексивно підходу є малодослідженим у вітчизняній практиці управління. Це обумовлено відносною новизною рефлексивного підходу та складністю адаптації західних методологій до особливостей пострадянських промислових підприємств.

Серед досліджень, що розкривають окремі питання системно-рефлексивного планування розвитку промислових підприємств слід відмітити дослідження І.А. Стреблянської [3], О.І. Покотилової [4], Т.В. Калінеску та О.А. Шведчикова [5], В.Е. Лепського, Р.М. Лепи, А.О. Длігача.

Сталий розвиток промислових підприємств пропонувалося здійснювати шляхом формування локального дружнього зовнішнього середовища з використанням рефлексивного підходу у дослідженнях Т.В. Калінеску та О.А. Шведчикова. Це дослідження є розвитком класичних робіт В.Є. Лепського та Р.М. Лепи щодо рефлексивно-активного середовища інноваційного розвитку в економіці, результати яких запропоновано адаптувати до особливостей вітчизняних промислових підприємств. Для цього пропонується створювати такі образи діяльності підприємства у свідомості інших агентів, які будуть забезпечувати сталий розвиток цього підприємства. Також забезпечується оцінка рівня рефлексивних зв'язків підприємства із зовнішнім оточенням та визначаються основні суб'єкти цього оточення. Головним недоліком цього підходу є недостатньо пророблене питання визначення цільової функції для сталого розвитку промислового підприємства та практичні аспекти застосування розробленого підходу для планування розвитку.

Перед плануванням розвитку керівництву промислового підприємства необхідно визначити, які саме напрями мають потребу у розвитку та якими мають бути темпи розвитку. Вибір напрямів залежить від того, де саме у промислового підприємства є вузькі місця, які не дають ефективно працювати усім іншим складовим системи промислового підприємства. Крім того, вибір напрямів залежить від зовнішнього середовища, які зовнішні впливи необхідно нейтралізувати або навпаки, які позитивні фактори необхідно максимально використати. Темпи розвитку залежать від наявних для реалізації запланованих заходів ресурсів. Тобто, при виборі темпів здійснюється класична Парето-оптимізація за критеріями «швидко/повільно»-«дешево/дорого»-«якісно/неякісно».

Методи рефлексивного управління використовуються для обґрунтування можливості реалізації планів. В свою чергу, системний підхід дає можливість здійснити композицію такої складної системи, як промислове підприємство, на складові, та розробити план деталізованого розвитку. Загальна схема планування розвитку системи промислового підприємства, що пропонується, має такі етапи:

- формулювання цілей розвитку промислового підприємства;
- визначення елементів, які доцільно відокремити в системі промислового підприємства з погляду планування розвитку;
- встановлення елементів системи промислового підприємства, які потребують першочергового розвитку;

– визначення взаємозв'язків між елементами системи, що потребують першочергового розвитку, та іншими, що необхідні для забезпечення цього розвитку;

– аналіз та формалізація рефлексивних взаємозв'язків між елементами системи промислового підприємства та складовими зовнішнього середовища;

– генерація завдань для досягнення цілей розвитку промислового підприємства.

При реалізації цих етапів пропонується розглядати процес планування розвитку як взаємодію трьох систем – системи промислового підприємства, системи зовнішнього середовища та системи планування. Коли промислове підприємство встановлює або досягає встановлених показників, його контрагенти отримують інформацію про це та відповідно реагують. Здебільшого цільові показники, яких намагається досягнути промислове підприємство, стають відомі контрагентам на етапі затвердження планів, а показники, що характеризують пов'язані з ними елементи, на етапі досягнення. При цьому здійснюється аналіз та формалізація рефлексивних взаємозв'язків між елементами системи промислового підприємства та складовими зовнішнього середовища. Нарешті, після врахування рефлексивних реакцій контрагентів промислового підприємства на його плани, може бути здійснено генерацію завдань для досягнення цілей розвитку промислового підприємства. В цих завданнях вже враховано реагування контрагентів та введено відповідні поправки та уточнення. Цілі розвитку промислового підприємства пропонується встановлювати як зміну значень набору ключових показників ефективності, які також відомі як KPI (Key Performance Indicators) (Cambridge Dictionary). Найбільш відомими з рекомендацій щодо використання Key Performance Indicators при управлінні підприємством є наведені в дослідженнях, де пропонується здійснювати управління за принципом 10/80/10. Це принцип передбачає, що 80 показників для управління мають бути виробничими, 10 відображати ефективність підприємства, та ще 10 – результативність підприємства. В даному підході результативність це ступінь досягнення запланованих результатів, а ефективність – це співвідношення між досягнутими результатами та витраченими на це ресурсами [51]. З погляду системно-рефлексивного підходу при плануванні розвитку цей принцип має бути дещо адаптовано до особливостей розвитку промислових підприємств. Перш за все, показники ефективності, які відображають здатність промислового

підприємства до досягнення свої цілей з обмеженим рівнем витрат та якості, відносяться скоріше до функції контролю, аніж до планування. Щодо показників результативності, то вони за своєю сутністю схожі на цільові показники, але їх кількість має бути зменшено, адже розвиток підприємства не може бути здійснено одночасно за такою кількістю напрямів. Планування розвитку промислового підприємства в стратегічному періоді доцільно здійснювати за одним-трьома напрямками. Відповідно, зменшується кількість виробничих показників, які пов'язано з показниками результативності. Крім того, з погляду стратегічного планування розвитку промислового підприємства другорядними можуть бути не лише виробничі, але й інші типи показників, хоча виробничі для промислового підприємства є основними.

Слід відзначити, що при управлінні промисловим підприємством в умовах нестабільного зовнішнього середовища, що притаманно функціонуванню української економіки, встановлення крапкових планових показників не має сенсу. Планові показники, що характеризують досягнення цілей розвитку, доцільно встановлювати як діапазон, де нижній границі відповідає мінімальне значення, що може бути визнано як розвиток, а верхній границі – максимальне значення, яке може бути досягнуто з врахуванням наявних ресурсів. Тобто, розвиток промислового підприємства вважається здійсненим за плановий період, якщо усі ключові цільові показники змінились у встановленому діапазоні. Таким чином, план розвитку промислового підприємства на рівні цілей має вигляд:

$$\begin{aligned} & [G_{g,t}^{goal_min}, G_{g,t}^{goal_max}] \\ & g = 1, \dots, G, \\ & t = 1, \dots, T, \end{aligned}$$

де $G_{g,t}^{goal_min}$ – мінімальне значення для g -го цільового показника у момент часу t ;

$G_{g,t}^{goal_max}$ – максимальне значення для g -го цільового показника у момент часу t ;

G – кількість цільових показників, що встановлено для планування цілей першочергового розвитку;

T – кількість періодів планування розвитку промислового підприємства.

Значення показника, що характеризує мету розвитку промислового підприємства, залежить від його значення у попередньому періоді та від показників, що характеризують виконання завдань, які необхідно виконати, щоб досягти встановленої цілі. Така залежність обумовлена інерційністю промислових підприємств, навіть значні зміни другорядних показників не можуть миттєво змінити показники КРІ. Наприклад, покращення якості продукції не відіб'ється миттєво на прибутку або обсязі продажів. Так само обсяг продажів у поточному році у більшості випадків залежить від попередніх періодів, адже, якщо підприємство не є відомим серед споживачів, йому доведеться деякий час завойовувати нових клієнтів. Тому показники, що відображають досягнення цілей розвитку, пропонується розраховувати за формулою:

$$G_{g,t} = G_{g,t-1} + f_g \left(w_{I,t}^g, \dots, w_{W^g,t}^g \right),$$

де $G_{g,t}$ – планове значення g -го цільового показника у момент часу t ;

$G_{g,t-1}$ – планове значення g -го цільового показника у момент часу $t-1$;

f_g – функція, яка відображає залежність зміни цільового показника розвитку підприємства від змін другорядних показників внаслідок реалізації запланованих заходів;

$w_{I,t}^g, \dots, w_{W^g,t}^g$ – зміни другорядних показників внаслідок реалізації запланованих заходів;

W^g – кількість другорядних показників, які пов'язані з g -им цільовим показником.

До показників, що відображають розвиток промислового підприємства та можуть бути встановлені як планові показники КРІ відносяться: обсяг чистого прибутку; ринкова вартість промислового підприємства; обсяг реалізації (усього або за видами продукції); обсяг виробництва (усього або за видами продукції); частка промислового підприємства на ринку.

До другорядних показників промислового підприємства, які пов'язані з цільовими відносяться: собівартість продукції; ціна продукції; відсоток браку, матеріаломісткість, енергоємність,

продуктивність праці; постійні витрати; рентабельність (підприємства взагалі або за видами продукції); порівняльна ефективність виробничих технологій, що використовуються промисловим підприємством; розгалуженість збутової мережі; конкурентоспроможність продукції; порівняльна відомість бренду тощо.

Другорядні показники можна поділити на ті, що впливають на контрагентів, та ті, що не впливають. Перші показники задіяні у рефлексивних зв'язках, тому їх планування потребує більш глибокого аналізу, адже необхідно врахувати, який вплив буде здійснено на контрагентів промислового підприємства при зміні цих показників та які зворотні дії вони можуть при цьому здійснити. Наприклад, ціна продукції прямо впливає на контрагентів, тому вони реагують на її зміну. В той же час такий показник, як енергоємність, в більшості випадків не є відомим конкурентам та не викликає в них безпосередніх реакцій.

Отже розроблений системно-рефлексивний підхід до планування розвитку промислового підприємства, який базується на побудові ієрархії цільових показників та розподілі їх на ті, що впливають та не впливають на рефлексивні реакції контрагентів промислового підприємства, дає можливість збільшити точність планування та адаптувати плани розвитку промислового підприємства до особливостей його зовнішнього середовища.

Література.

1. Аракелов А. Как составить стратегический план развития предприятия. URL: <https://fd.ru/articles/158668-strategicheskiy-plan-razvitiya-predpriyatiya-qqq-17-m5> (дата звернення: 01. 02. 2018)
2. Тюріна Н.М., Шелест Є.О., Карвацка Н.С. Оцінювання експортного потенціалу промислових підприємств та прогнозування його розвитку. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2014. № 2(2). С. 195-201.
3. Стребляньська І.А. Інформаційне забезпечення реалізації технологій рефлексивного управління процесами планування на промисловому підприємстві. *Ефективна економіка*. 2012. № 6. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2012_6_32 (дата звернення: 11.11.2017).
4. Плутіна Ю.А. Інтелектуальний розвиток: сутність поняття. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2011. № 36. С. 193-196.
5. Калінеску Т.В., Шведчиков О.А. Забезпечення сталого розвитку промислових підприємств з використанням рефлексивного підходу. *Інноваційна економіка*. 2013. № 1. С. 73-77.

КОНКУРЕНТНІ ПЕРЕВАГИ СУБ'ЄКТІВ БІЗНЕСУ ПРИ ПОДОЛАННІ ДИСБАЛАНСІВ ФІНАНСОВОЇ СИСТЕМИ

***МАНДИЧ О.В., Д.Е.Н., ПРОФЕСОР,
ДЕРЖАВНИЙ БІОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
НАУМЕНКО А.О., Д.Н.ДЕРЖ.УПР., ПРОФЕСОР,
ДЕРЖАВНИЙ БІОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
НАУМЕНКО І.В., К.Е.Н., ДОЦЕНТ,
ЛУГАНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ***

Сучасні умови функціонування суб'єктів бізнесу окреслені наявністю факторів більшою мірою негативного впливу на формування їх ринкової поведінки. В межах окремих об'єктових ринків, крім новостворених умов невизначеності, мають місце дисбаланси, при чому виділити їх в організаційному, управлінському, виробничому чи фінансовому секторах не можливо. Розбалансованість системи господарювання має як внутрішню складову, так і безпосередній вплив зовнішнього середовища [1]. Наявність функціональних дисбалансів, в першу чергу, створює диспропорційність в середині соціально-економічних систем, тим самим провокуючи появу конфліктів інтересів між учасниками ринку. Розуміння процесів розвитку розбалансованої соціально-економічної системи дозволяє аргументувати появу важелів зовнішнього та внутрішнього впливу на ринкову поведінку суб'єктів бізнесу в площині фінансового забезпечення, як базової платформи для провадження виробничо-комерційної діяльності.

Формування конкурентних переваг на ринку за умов стабільності відбується у двох напрямках: створення ринкових факторів успіху, в якості зовнішньої конкурентної політики компанії, та вибір ключових компетенцій, як інструменту забезпечення внутрішнього впливу на підвищення рівня конкурентоспроможності компанії. При чому для обох напрямів особливістю є залучення фінансових інституцій та відповідного фінансового забезпечення з метою постійного розвитку [2]. Динамічний розвиток ринку є базовим каталізатором для поступового оновлення системи управління та, крім того, складові конкурентних переваг динамічного ринкового середовища викликають необхідність постійного оновлення управлінського, маркетингового та фінансового інструментарію всередині компанії. Таким чином, побудова архітектури при формуванні конкурентних переваг для суб'єктів бізнесу має включати всі визначені механізми [3]. Розуміння сутності кожного з формул систему взаємопов'язаних компонентів,

регламентує їх використання при використанні різних управлінських моделей, однак комплексне використання яких є можливим лише при залученні до кожного окремого саме фінансового забезпечення [4]. Важливість створення адекватної системи фінансового забезпечення полягає не лише в опосередкованому впливі на окремі управлінські, виробничі чи маркетингові компоненти, а на можливість їх залучення, тобто подолання фінансового дисбалансу, при формуванні конкурентних переваг, в цілому. При формуванні архітектури створення конкурентних переваг, фінансова складова відповідатиме, в першу чергу, за окупність залученого інструментарію. Тому проведення аналітичних досліджень в існуючих складних умовах має відбуватись саме з урахуванням не лише отримання економічних результатів від комерційної діяльності, а й рівня фінансової спроможності залучення новітнього інструментарію формування конкурентних переваг.

Література.

1. Стеценко Б.С. Функціональні дисбаланси та асиметрії сучасного фінансового посередництва. *Регіональна економіка та управління*. 2019. № 4(26). С. 115-119.
2. Давидова І.І. Фінансове забезпечення розвитку економіки. *Агросвіт*. 2019. № 6. С. 81-88.
3. Гнатенко І. Управлінські, маркетингові та фінансові підходи оцінювання соціо-еколого-економічного ефекту взаємодії підприємств в умовах зміни споживчих переваг. *Економічний дискурс*. 2021. № 1-2. С. 111-121.
4. Полторац А.С. Архітектоніка наслідків глобалізаційних процесів у фінансовій сфері. *Modern Economics*, 2018. № 10. С. 89-96.
5. Zhytar M.O., Sosnovska O.A. Вплив фінансової глобалізації на формування фінансової архітектури. *Економіка і організація управління*. 2019. Вип. 3(35). С. 39-50.

СВІТОВИЙ РИНОК МОЛОЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ, СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ

**ОНЕГІНА В.М., Д.Е.Н., ПРОФЕСОР,
АНТОЩЕНКОВА В.В., Д.Е.Н., ДОЦЕНТ,
ДЕРЖАВНИЙ БІОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Глобальна пандемія Covid-19, а саме 2020 рік став безпрецедентним роком, коли молочні компанії зіптовхнулися з такими проблемами, як збої в каналах збуту у роздрібній торгівлі, нестійкі ціни на сировину, зміна споживчої поведінки. Тим часом,

спостерігалось зростання темпів світової торгівлі молочними продуктами, незважаючи на масштабні логістичні проблеми. В цілому пандемія вплинула на ситуацію в молочній галузі значно менше, ніж побоювання та оцінки експертів, що свідчить в першу чергу про «стійкість» молочного сектору.

Сукупний оборот ТОП-20 світових молочних компаній за 2020 рік знизився лише на 0,1% у доларовому еквіваленті після зростання на 1,8% у попередньому 2019 році. Тим часом у євро він знизився на 1,9%. У 2021 році французька група Lactalis завдяки угодам злиття та поглинання змістила давнього галузевого лідера швейцарський концерн Nestlé з першого місця у світовому топі. Політика Lactalis, спрямована на інтенсивне зростання, а також стратегія злиття та поглинання вивели компанію з дев'ятого місця з оборотом у \$ 4,8 млрд у 2000 році на лідируючу позицію з оборотом у \$ 23 млрд. З 2010 року Lactalis уклала близько 60 угод, впевнено підвищуючи свою глобальну присутність на Близькому Сході, в Африці, а також у Північній та Південній Америці. Очікуване придбання Lactalis бізнесу з виробництва сирів Kraft Heinz та компаній групи Bel (Royal Bel Leerdammer, Bel Italia, Bel Deutschland та Bel Shostka Ukrain), сукупний річний оборот яких становить близько \$ 2,5 млрд, має зміцнити лідерство компанії у рейтингу наступного року. Падіння Nestlé було передбачено ще в 2019 році, коли вона продала свій бізнес з виробництва морозива в США компанії Froneri, скоротивши розрив з Lactalis до \$ 1,1 млрд. Найбільший молочний кооператив США Dairy Farmers of America (DFA) зберіг третє місце в рейтингу [1;2;3].

Кооператив витіснив Danone із третього місця у 2019 році після придбання Dean Foods. Азіатський молочний гігант Yili минулого року перемістився на п'яте місце рейтингу, збільшивши продаж на 20% після придбання новозеландської Westland Cooperative Dairy Company. Незважаючи на скорочення розриву між собою та групою лідерів із приростом обороту у 2020 році на 6,5 % (у доларовому еквіваленті), Yili, як і раніше, відстає від провідної групи на \$ 3,5 млрд. Fonterra йде слідом за Yili зі зростанням обороту на 5,3 % у новозеландських доларах. Далі у рейтингу йдуть європейські молочні кооперативи. Різниця в обороті Friesland Campina та Arla Foods становить менше 500 млн євро. Оборот Arla Foods в євро виріс на 1,1 %, тоді як Friesland Campina втратила 1,4⁰% в євро через коливання валютного курсу, геополітичну напруженість і витрати, пов'язані з великою внутрішньою реструктуризацією. Тим не менш, Friesland Campina зберегла сьому

позицію, а Arla Foods піднялася на восьме місце. Mengniu і Saputo замикають десятку найбільших світових молочних компаній 2021 року із невеликим розривом між собою [1; 4].

Таблиця 1

Рейтинг найбільших світових молочних компаній за обсягом грошового обігу (Global Dairy Top-20)

Назва компанії (підприємства)	Штаб-квартира компанії	Рейтинг		Молочний оборот	
		2020	2021	USD, млрд	EUR, млрд
Groupe Lactalis	Франція	2	1	23,0	20,2
Nestlé	Швейцарія	1	2	20,8	18,2
Dairy Farmers of America	США	3	3	19,0	16,6
Danone	Франція	4	4	17,3	15,2
Yili	Китай	5	5	13,8	12,1
Fonterra	Нова Зеландія	6	6	13,6	11,9
FrieslandCampina	Нідерланди	7	7	12,7	11,1
Arla Foods	Данія / Швеція	9	8	12,1	10,6
Mengniu	Китай	8	9	11,0	9,7
Saputo	Канада	10	10	10,7	9,3
Unilever	Нідерланди/ Великобританія	12	11	6,6	5,8
DMK	Німеччина / Нідерланди	11	12	6,4	5,6
Meiji	Японія	13	13	6,0	5,2
Savencia	Франція	15	14	5,9	5,2
Kraft Heinz	США	18	15	5,6	4,9
Agropur	Канада	17	16	5,6	4,9
Sodiaal	Франція	14	17	5,5	4,8
Gujarat Cooperative Milk Marketing Federation	Індія	16	18	5,3	4,6
Schreiber Foods	США	19	19	5,1	4,5
Müller	Німеччина	20	20	5,1	4,5

Наступне десятиліття створить великі можливості для світового молочного сектору. Збільшення попиту прискорить глобалізація галузі, що сформує співпрацю та консолідацію з метою забезпечення сталого постачання молока та стабільного прибутку для виробників молочної продукції ще більш важливою, ніж будь-коли. Глобалізація зі значним

впливом на внутрішню та міжнародну торгівлю у молочній промисловості прискоряться найближчими роками, оскільки все більше споживачів прагне включити молочну продукцію до свого щоденного раціону з метою зміцнити здоров'я споживанням якісних та корисних молочних продуктів. Враховуючи загальносвітові тенденції зростання обсягів продажу молочної продукції, вітчизняна молокопереробна галузь має скористатися перспективами для відновлення потенціалу молокопродуктової галузь України (в тому числі і молочного скотарства).

Література.

1. European Commission (Eurostat) Agriculture, forestry and fishery statistics (2021). URL: <https://ec.europa.eu/eurostat/documents/3217494/12069644/KS-FK-20-001-EN-N.pdf/a7439b01-671b-80ce-85e4-4d803c44340a>
2. Онегіна В.М., Антощенко В.В. Новітні чинники конкурентоспроможності продукції на світовому ринку молока. Економічні читання: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., присвяч. 85-річному ювілею професора В.Й. Шияна, 19 лютого 2021 р. / Харків. нац. аграр. ун-т ім. В.В. Докучаєва. Харків: ХНАУ, 2021. С. 120-123.
3. Антощенко В.В., Богданович О.А. Інноваційний маркетинг, як особливий вид інноваційної діяльності. *Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства*. Харків: ХНТУСГ, 2017. Вип. 185. С. 50-55.
4. Онегіна В.М., Антощенко В.В. Стратегічні основи світового ринку молока. Матеріали Всеукр.наук.-практ. конф. студентів та молодих вчених «Ринкові технології та бізнес-аналітика», 5-6 квітня 2021 р. / Харків. нац. техн. ун-т сіл. госп-ва ім. П. Василенка. Харків: ХНТУСГ, 2021. С. 32-35.

ВИКОРИСТАННЯ ТЕХНОЛОГІЇ WORKFLOW В УПРАВЛІННІ БІЗНЕС-ПРОЦЕСАМИ

***ПОЛІНКЕВИЧ О.М., Д.Е.Н., ПРОФЕСОР,
ЛУЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ***

В сучасних умовах важливого значення набувають технології управління бізнесом та бізнес-процесами. Завдяки ним бізнес може швидше адаптуватися до змінного середовища, особливо до військових дій на території України. Однією з таких технологій є workflow.

Актуальність проблематики дослідження підтверджується наявністю розробок дослідниками: Вахович І.М., Камінські Р., Ліпич А.Г., Лещук В.П., Полінкевич О.М., Хілуха О.А., Кушнір О.А. у їхніх працях піднімаються питання щодо управління бізнес-процесами, проте не визначаються переваги та недоліки використання технології workflow.

Технологія workflow передбачає автоматизацію робочих бізнес-процесів. Завдяки ній скорочується тривалість робочих циклів, змінюється ситуація на ринку. Це є основна модель організації бізнесу.

Переваги її використання:

- 1) підприємство стає більш динамічною системою;
- 2) сприяє управлінні якістю, завдяки чому відбувається постійний обмін інформації та координації дій на всіх рівнях;
- 3) підвищується ефективність роботи.

Завдяки workflow можна створювати аналітичну звітність щодо:

- 1) навантаження на окремого співробітника в команді загалом;
- 2) визначати ресурси, які потрібні для досягнення цілей;
- 3) визначити години, де навантаження на працівників є найвищим.

Менеджер під час використання технології workflow може отримати інформацію щодо:

- 1) розподілу завдань між співробітниками згідно компетенцій;
- 2) контролювати виконання завдань на кожному етапі;
- 3) отримувати повідомлення по завершенні того чи іншого етапу;
- 4) формування аналітичних даних щодо статистичних досліджень.

Проблеми, які може вирішити технологія workflow:

- 1) мінімізує ризики;
- 2) виявляє прострочені платежі, недоплати, повернення, недопостачання;
- 3) вчасно вказує на поставки некомплектних товарів або неякісної продукції.

Приклад моделі технології workflow для управління бізнес-процесами подано на рис. 1.

Таким чином, технологія workflow активно може використовуватися у всіх сферах та видах економічної діяльності.

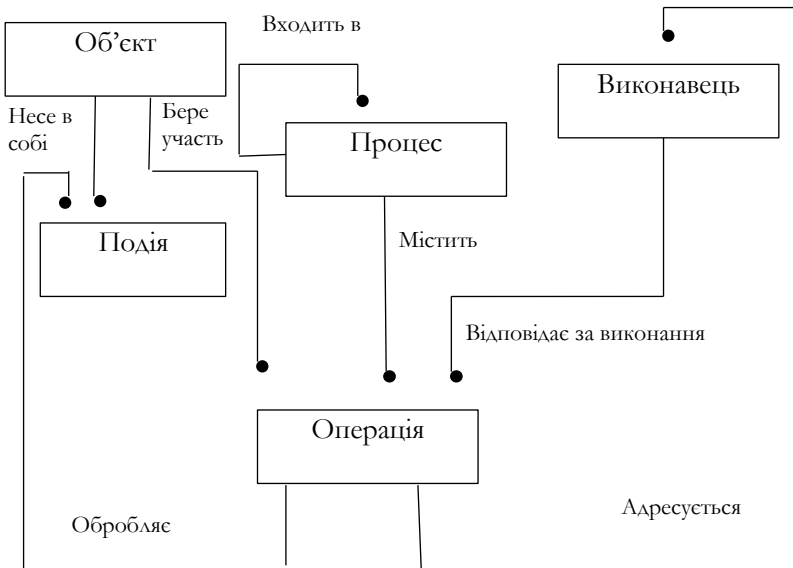


Рис. 1. Управління бізнес-процесами за технологією workflow

Література.

1. Полінкевич О.М., Лещук В.П. Процесне управління підприємствами на засадах корпоративної соціальної відповідальності бізнесу. *Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки*. 2017. № 3. С. 24-28.
2. Polinkevych O.M. Ekonomiczne i społeczne cechy rozwoju biznesu w świecie epidemii, pandemii oraz kryzysów. *Zeszyty Naukowe WSUS im. M. Inaszkiewiczza w Poznaniu*. 2021. t. 2 (35). S. 33-57.
3. Вахович І., Ліпич Л., Полінкевич О., Хілуха О., Кушнір О. Організаційна культура в контексті стратегії розвитку фірми. *Вісник Львівського університету. Серія економічна*. 2021. Вип. 61. С. 254-264. DOI: <http://dx.doi.org/10.30970/ves.2021.61.0.6121>
4. Полінкевич О., Камінські Р., Ліпич Л. Управління економічно поведінкою підприємства в умовах соціально-психологічної напруги. *Вісник Львівського університету. Серія Економічна*. 2021. Вип. 61. С. 214-224. DOI: <http://dx.doi.org/10.30970/ves.2021.61.0.6117>
5. Марченко В.М., Пилова О.Ю. Технології управління бізнес-процесами як інструмент підвищення ефективності бізнесу. *Сучасні проблеми економіки і підприємництва*. 2013. № 12. С. 123-128.

ХАРАКТЕРИСТИКИ ОСНОВНИХ КОМПОНЕНТІВ ДІДЖИТАЛ-МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ КОМПАНІЇ

*РОМАНЮК І.А., Д.Е.Н., ДОЦЕНТ,
ДЕРЖАВНИЙ БІОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ*

Компаніям необхідно розглядати свій веб-сайт у якості «домашньої бази», куди «приходять» фахівці для отримання даних для досліджень, для вивчення переваг і т. д. Тому треба прагнути, щоб сайт і виглядав добре, і був корисний з маркетингових позицій, з позицій плідної роботи для досягнення цілей компанії та вирішення її задачі.

Однак далеко не всі сайти відповідають своєму призначенню. І якщо вони не є відповідними, вони підлягають перебудові та переплануванню [1]. При реалізації цього процесу необхідно, щоб: компанії самі вирішували, які повинні бути їх сайти, так як вони знають краще інших, який із сайтів буде працювати, а який не буде; рекомендації різного типу радників, «експертів» та експертних рад піддавались сумніву і всебічному аналізу; компанії самі відповідали за негативний результат, за введені можливості із-за того, що не відбувся збір даних і не аналізувався показником ROI; компанія чітко представляла, хто несе відповідальність за різні процеси (за контент, аналітику і т. д.); проектування дизайну і структура сайту компанії відбувалося на базі їх відповідності особливостей її аудиторії, адже саме для цієї аудиторії сайт і створюється.

Компаніям рекомендується йти на щорічний перегляд свого веб-ресурсу щодо його відповідності критеріям дієздатності та актуальності. І тому доцільно: виділення виконуваних сайтом завдань, наприклад, завданням можливо збільшення продажів на 15 відсотків, чи зниження показника відмов; забезпечення перегляду поточної конфігурації; виявлення того, що підлягає виправленню; визначення цільової аудиторії; визначення цілей, переслідуваних користувачами, що приходять на сайт, сегментування аудиторії за критерієм цілей, визначення для кожного виділеного сегмента цільових дій; визначення необхідних змін у структурі веб-сайту; продумування питання, що стосується того, які технології будуть у веб-сайт інтегровані; продумування мобільного рішення для сайту, проблеми залучення на сайт трафіку, проблеми вкладу сайту забезпечення доходу компанії; продумування системи вимірювань та питання, пов'язаного з підрахунком ROI; визначення відповідальних за контент; продумування стратегії, що стосується розробників та постачальників [2].

Не можна забувати про необхідність додавання на сайт закликів до дій. Потрібно просити користувачів, щоб вони залишали свої email-адреси, щоб заповнювали форму, використовували калькулятор, спілкувалися з представниками компанії (за допомогою безкоштовних дзвінків або в чаті), підписувалися на сторінки компанії в соцмережах на її новини тощо.

Завдяки соціальним технологіям компанії можуть користуватися інструментами зв'язку зі своїми цільовими аудиторіями в реально-часовому режимі. Завдяки цим технологіям компанії можуть використовувати медіа-платформи, щоб вести розмови, налагоджувати співпрацю, створювати групи та спільноти, формувати свої репутації. Ці платформи слід використовувати максимально [3]. Соціальна компонента діджитал-маркетингу – це не просто використання соцмереж – Facebook, YouTube або Tweeter.

У діджитал-маркетингу часто практикується використання в якості контенту: прес-релізів; статей; кейсів, постів у блогах, результатів досліджень; новин. Контент не завжди буває якісним, не у всіх випадках буває достатньо матеріалу, не завжди компаніями виділяється на його створення достатньо ресурсів.

У спілкуванні з користувачами компаніям рекомендується використання певної манери – «голоси організації». Кожна компанія має свій голос, який користувачам може подобатися, а може не подобатися. Щоб голос (стиль розмови) користувачам подобався, потрібно попрацювати над визначенням (виявленням): аудиторії (треба розуміти, з ким спілкуєшся); читабельності (потрібно зрозуміти, який саме «голос» аудиторія сприйме позитивно); частоти (необхідно зрозуміти, як часто з аудиторією слід спілкуватися); способу доставки (треба дізнатися, які канали аудиторія використовує); змісту (необхідно зрозуміти, про що з аудиторією говорити); відповідальних (слід визначити, кому доручити підготовку матеріалу); джерел матеріалів (необхідно визначитися із проблемою отримання контенту); способу виміру (необхідно переконатися, що результат є позитивним). Прикладами контенту можуть бути: відеоматеріали; документація; презентаційні матеріали; графічні матеріали.

Література.

1. Бабко Н.М., Мандич О.В., Севідова І.О. та ін. Поведінка споживача: навчальний посібник. Харків: ХНТУСГ, 2020. 170 с.

2. Романюк І., Азізов О., Заїка О., Мандич О. [Аналіз і прогноз маркетингових стратегій та PR в умовах пандемії коронавірусу](#). *Університетські наукові записки*. 2020. № 3-4 (75-76). С. 101-108.

3. Ігнатенко М.М., Леваєва Л.Ю., Романюк І.А. Інформаційне забезпечення організаційно-економічних пріоритетів розвитку фермерських господарств і сільськогосподарських підприємств. *Ефективна економіка*. 2020. № 5. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7854>

PECULIARITIES OF FUNCTIONING OF THE VEGETABLE PRODUCTS MARKET

***HUMENIUK A., PHD IN ECONOMICS, ASSOCIATE PROFESSOR,
GARMATYUK O., SENIOR LECTURER,
UMAN STATE PEDAGOGICAL UNIVERSITY
NAMED AFTER PAVLO TYCHYNA***

The modern domestic market of vegetable products is characterized by a relatively low level of infrastructure development and the presence of a range of problems in almost all its parts: from production to its sale to the final consumer in fresh and processed form. This situation causes a high level of losses, insufficient development of the domestic processing industry, the dominance of imported products in some fresh segments and in almost all segments of processed vegetables. Due to the unstable economic situation, the decline in the purchasing power of the population consumption of vegetable products continues to be insufficient, not exceeding 80 % of the norm recently.

As mentioned earlier, domestic vegetable products are uncompetitive in prices with imported products. The low cost of imported products is due not only to the use of «growth accelerators», but also to the fact that imported goods are produced on subsidized farms, which makes it cheaper. As a result, domestic vegetable growers have to be in less favorable competitive conditions. In addition, the market is not protected from imports by the customs mechanism: the import duty on basic vegetables does not exceed 15 %. For comparison, the import duty on poultry and pork is 80 % and 75 % respectively. Thus a more effective customs and tariff policy is needed which would promote the development of production in our country.

The peculiarity of the vegetable market is that more than 80 % of the products are produced in personal subsidiary farms and small agribusinesses. Namely, these categories of producers are the least equipped with modern equipment and storage facilities, have less opportunities to attract financial resources to modernize production, and accordingly are less likely to sell their products profitably.

Underdeveloped logistics leads to significant losses of products at all stages of trade from producer to consumer. These losses reach 40-50% in the process of storage, transportation and processing. Thus, the main losses of vegetable products fall on the stage of processing and processing, storage, transportation, and production during the implementation of mechanized technological processes [2].

The issue of price formation, namely the difference between purchase and retail prices, remains relevant for the domestic market. Price is an important characteristic of vegetable products, which occupies a special place in the marketing system. Its main purpose is to stimulate sales and sales of goods. Open-ground vegetables, as a rule, go from the producer to the resellers - the wholesale link, which adds up to 60% to the value of the farm. The markup includes taxes, storage losses, transportation costs and more. The retail network adds at least another 30%. As a result, «on the shelf» the product is twice as expensive as the farmer who grows these vegetables.

In Ukraine, agricultural enterprises sell a significant share of vegetables to processing enterprises - up to 50%. In 2019, 905.9 thousand tons were sold, which is slightly less than in the previous year (by 5.6%). Urban markets remain the main organized sales channel for households. The supply of vegetables from the places of concentration of their production, especially the early ones (from the southern regions of the country), is carried out mainly by intermediary structures. Whole sale fruit and vegetable markets in Ukraine are still focused primarily on the sale of expensive imported products, while in developed countries it is the system of whole sale of own products, civilized marketing, healthy competition are effective mechanisms of their domestic market [3, p. 6; 4, p. 30].

An important factor hindering the development of domestic vegetable growing is the high dependence of the industry on foreign seeds: the share of imported seeds reaches 70%, it should be noted that most seeds are imported with viruses and various diseases. Today there are no farms in the country that specialize in the propagation of vegetable seeds, at the same time, there are no specialists and equipment, infrastructure, copyright protection of owners of varieties and hybrids and no legal conditions for such a complex business.

To expand industrial vegetable growing, first of all, it is necessary to improve agricultural cultivation techniques to reduce overspending of financial, energy and labor resources [5, p. 87].

Thus we can state the following situation in the market of vegetable products: significantly reduced imports of vegetable products, dynamically changing the geography of supply of imported products, which leads to its rise in price due to long-distance transportation of products. Rising prices

for imported vegetables allow domestic vegetable growers to take a strong position in the competition with imported producers, but significant increases in operating costs do not allow vegetable growers to achieve the high profitability required to expand production because they are disproportionate to domestic purchases. The development of the industry prevents the influx of imported products, which when imported do not pass sufficient quality and safety control. At the same time, the task of the agro-industrial complex today is not only to saturate the domestic market with food, but also to switch to a policy of export-oriented growth of domestic products.

References.

1. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy [The State Statistics Service of Ukraine]. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> [in Ukrainian].
2. Humenyuk A., Harmatyuk O. (2022). Marketynhovi doslidzhennya kon'yunktury ovochevoho rynku v Ukraini ta sviti. *Ekonomichnyy analiz*, Ternopil'. № 1. pp. 75-82. [in Ukrainian].
3. Zakharchuk O.V. (2018). Svitovyi rynek ovochiv ta mistse Ukrainy. *Ahrosvit*, 3, pp. 3-7. [in Ukrainian].
4. Sievidova I.O. & Leshchenko L.O. (2017). Stan, problem ta perspektyvy rozvytku ovochivnyztva v Ukraini [Status, problems and prospects of vegetable growing development in Ukraine]. *Investyzi: praktyka ta dosvid*, 12, pp. 28-33 [in Ukrainian].
5. Lohosha R.V. (2017). Osoblyvosti innovaziinoho rozvitku haluzi ovochivnyztva [Features of innovative development of the vegetable industry]. *Naukovyi visnyk Mizhnarodnogo humanitarnoho universytetu. Seriya «Ekonomika i menedzhment»*, Vol. 25, pp. 86-91 [in Ukrainian].

THEORETICAL ASPECTS OF MARKETING MANAGEMENT OF ENTERPRISES

***MAZHULIN YE., POSTGRADUATE STUDENT*,
STATE BIOTECHNOLOGICAL UNIVERSITY***

In modern conditions, the marketing management system is the basis of enterprise management. Marketing helps a company determine its place in a market where there is fierce competition. Ensuring the competitiveness of products of Ukrainian enterprises involves intensive development of production, as well as requires improvement of methods of organizing

* Supervisor – Mandych O.V., Doctor of Economics, Professor

production and economic activities. It is no coincidence that in companies that successfully conduct market activities; the marketing department is one of the main in the management system and influences the preparation and decision-making of its management.

Effective implementation and use of marketing management by the company requires first a clear understanding of the essence and content of marketing management, as well as the objectives of its application, functions and stages of its formation.

Many domestic scholars, in order to gain an in-depth understanding of the essence of the concept of «marketing management» consider marketing and management as separate systems of knowledge.

F. Kotler notes that marketing is a type of human activity aimed at meeting demand and needs through exchange [2].

Marketing in a market economy is a means of improving the efficiency of the management system, and the methodology of market operation, which determines the strategic and tactical goals of the enterprise in conditions of market competition. At the same time, its main task in market conditions should be to focus on maximum satisfaction of consumer needs [3].

Describing the essence of the concept of «marketing», consider the definition of the term «management».

According to modern economic conditions, management is a process of managing material and human resources, which ensures their most efficient use to achieve the goal [3].

Therefore, considering marketing and management as separate systems of knowledge, we proceed to reveal the essence of the concept of «marketing management».

Marketing management is a concept much broader than the general function of enterprise management; it is the management of all general and individual functions of the enterprise, as well as all divisions of the enterprise based on marketing [1].

F. Kotler defines marketing management as a process of planning and implementing concepts for pricing, promotion, and distribution of ideas, goods, and services, aimed at exchanges that meet individual and organizational goals [2].

At the heart of marketing, management is management functions that consider ideas, products, and services as the main categories. The main task of marketing management is to achieve a sense of satisfaction for all parties to the exchange.

The essence of marketing management is also to analyze, plan, implement and control certain activities, the implementation of which is

aimed at establishing and maintaining mutually beneficial market operations to achieve the goals of the enterprise [3].

Marketing management is studied as a dynamic system with its character development trends:

- expansion and improvement of marketing infrastructure;
- improving the technical properties of marketing activities of the enterprise;
- raising the level of entrepreneurial culture,
- strengthening the orientation of the company's marketing to new target groups of customers and new areas of loyalty;
- socio-ethical direction of marketing (support of a certain predetermined image of the enterprise).

The concept of marketing management includes:

- orientation of pi to market needs;
- strategic approach of the company's employees;
- focus on commercial success;
- mobile response to changes in the environment;
- ensuring competitive advantages;
- the presence of a systematic and integrated approach to management enterprise activity;
- program-target approach.

After analyzing and summarizing the research of domestic and foreign economists, we can offer our definition of marketing management.

Marketing management is a systematic mechanism of interaction of marketing and management tools for the adaptation of the enterprise to changes in the marketing environment to best meet the needs of consumers and the goals of the enterprise with the efficient allocation of limited resources.

Thus, the study of theoretical aspects of marketing management is a prerequisite for the effective functioning of the marketing management system of enterprises.

Literature.

1. Zaika S., Kuskova S., Zaika O. Trends of marketing development in the condition of digital economy. International scientific conference: «Economy digitalization in a pandemic conditions: processes, strategies, technologies» (January 22-23, 2021. Kielce, Poland). Riga, Latvia: «Baltija Publishing», 2021. P. 150-154. DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-028-5-31>.

2. Котлер Ф. Маркетинг. КМ-Букс. 2019. 224 с.

3. Маркетинговий менеджмент / В.В. Россоха, О.В. Гуменна, К.В. Піччик, Н.В. Романченко. Київ: ННЦ ІАЕ, 2014. 224 с.

FEATURES AND FUNCTIONS OF SOCIAL COMMUNICATIONS

PAVLYCHENKO V., STUDENT,
STATE BIOTECHNOLOGICAL UNIVERSITY*

Communications play a significant role in society. Communication is the transfer of information from person to person, a set of technical means that provide the processes of transmission [1]. Communication covers the life of all social spheres and processes (economic, social, political, cultural), and is carried out using signs, symbols, and images. It is the only way to share information, perception, and understanding of the world around us. The following features of communication can be distinguished:

1. Participate as a communicator and recipient (individual and group).
2. The communicator and the recipient strive to achieve a certain goal.
3. The communicator uses verbal and nonverbal means.
4. The communicator and the recipient influence each other.
5. The effectiveness of communication depends on both the participants themselves and the context of the situation [2, 4].

Social communication performs three main social tasks. First of all, the integration of individuals into social groups and communities, including society as a whole. Next, the internal structuring of society, its constituent groups, communities, social organizations and institutions. And, finally, the separation of society and different groups, communities from each other in the process of their communication and interaction. In this regard, we can identify the following functions of social communication:

- information function means that due to social communication in society, information about objects, their properties, phenomena, actions and processes is transmitted;
- expressive function determines the ability of social communication to convey evaluative information about objects or phenomena;
- pragmatic function means that social communication is a means of motivating a person to a certain action and reaction;
- social function is the formation and development of cultural skills in human relationships. This function forms thoughts, worldview, and reactions to certain events;
- interpretive function serves, above all, to understand your communication partner, his intentions, attitudes, experiences, and states [3].

* Supervisor – Zaika O.V., assistant

Different means of communication not only reflect the events of the surrounding reality but also interpret them according to a certain system of values and guidelines.

Therefore, when studying the functions of social communication, it should be borne in mind that they are all closely related and present in virtually any form of communication. In practice, all these functions are manifested to varying degrees at different levels of interpersonal communication: socio-role, business, and intimate-personal.

Literature.

1. Zaika S., Kuskova S., Zaika O. Features of marketing communications on the Internet. V International scientific-practical conference: «Modern transformations in economics and management» (March 26-27, 2021. Klaipeda, Lithuania). Riga, Latvia: «Baltija Publishing», 2021. P. 98-102.

2. Білан Н.І. Соціальні комунікації в інформаційному суспільстві. *Наукові записки Інституту журналістики*. 2014. Т. 56. С. 171-175.

3. Гаврилюх Н. Феномен соціальної комунікації в інформаційному суспільстві URL: <http://www.ena.lp.edu.ua>

4. Шилова В.В. Особливості дослідження комунікаційних технологій як процесу соціального інжинірингу в мас-медіа. *Комунікаційні технології: науковий журнал*. К.: КНУКіМ, 2014. Т. 3. С. 222-242.

РОЛЬ І ЗНАЧЕННЯ ДІЛОВОЇ РЕПУТАЦІЇ ДЛЯ СУЧАСНОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ

***БАБКО Н.М., К.Е.Н., ДОЦЕНТ,
ДЕРЖАВНИЙ БІОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ***

Сьогоднішні умови ведення бізнесу диктують свої правила організаціям, а ділова репутація вже давно стала найбільш важливим нематеріальним активом на ринку. Безперечно, вона суттєво відрізняється від інших нематеріальних активів своїм змістом, способами придбання (вибуття) та методами оцінки.

Репутація організації відбиває сталу точку зору партнерів, конкурентів, постійних та потенційних клієнтів про якість роботи організації, її плюси і мінуси. Логічно, що організація у процесі своєї діяльності може здобути як позитивну, так і негативну славу.

Ділову репутацію організації можна визначити як різницю між покупною ціною організації та вартістю бухгалтерського балансу всіх її активів та зобов'язань [1]. При чому, якщо організація набула

позитивної репутації, то вона автоматично стає надбавкою до ціни, яку майбутній покупець згодний за це сплатити. Якщо ж організація протягом своєї діяльності на ринку спромоглась заробити негативну репутацію, то її ціна буде суттєво нижчою.

Складовими репутації організації є [3, 4]:

1. Імідж (наявність відомих брендів, місія, позиціонування на ринку).
2. Авторитет першої особи (рівень менеджменту, корпоративної культури, вміння утримати свої позиції в період кризи, умови праці та ін.).
3. Популярність (фінансові можливості, тривале лідерство).
4. Рівень організаційної культури (відношення до клієнтів, престижність роботи, комфортний соціально-психологічний клімат, фінансова прозорість).

Як правило, питаннями створення, підтримки та захисту позитивної репутації організації займається служба зв'язків із громадськістю (або PR-служба).

Заходи з управління репутацією організації можна поділити на внутрішні та зовнішні. До першого виду відносяться [4]:

- розробка філософії організації;
- створення корпоративного кодексу честі;
- формування позитивного іміджу перших осіб організації та її співробітників.

До другого виду заходів з управління репутації організації можна віднести:

- формування сприятливих взаємин із партнерами;
- проведення рекламних компаній організації;
- побудова довірливих відносин із клієнтами, ЗМІ тощо.

Виділяють п'ять основних стратегій управління репутацією організації в залежності від їх об'єктів [3]:

- стратегія, спрямована на керівництво організації;
- стратегія, спрямована на співробітників;
- стратегія, спрямована на продукцію або послуги;
- стратегія, спрямована на досягнення організації;
- стратегія, спрямована на фінансові результати.

На визначення стану репутації організації найбільш суттєво впливають наступні цільові групи [2, 5]:

- нормативні (акціонери, Рада директорів);
- функціональні (сервісні організації);
- дифузні (журналісти, блогери, лідери думок);
- споживачі.

Крім того, у процесі формування позитивної репутації організації особливу увагу слід приділяти її негативним факторам:

1. У сфері ефективності менеджменту – це непродуктивні активи, нерішучість топ-менеджерів, відсутність стратегії управління репутаційними ризиками.

2. У сфері відносинах з партнерами – неетична поведінка на ринку, невиконання зобов'язань, непрозорість бізнесу, порушення правових норм та ін.

3. У сфері корпоративного управління - низький рівень корпоративної культури, непоінформованість персоналу про можливі репутаційні ризики, некомпетентність персоналу.

4. У сфері управління якістю продукції – відсутність системи управління якістю, відсутність заходів реагування на негативні відгуки.

5. У сфері оцінки репутації топ-менеджерів – недодержання управлінським персоналом норм ділової етики і корпоративної культури, відсутність соціальної відповідальності ведення бізнесу, негативна оцінка репутації керівника організації на ринку та інше.

Таким чином, ділова репутація є одним із основоположних факторів, що визначають сьогодні успіх організації, її необхідно постійно підтримувати і прагнути підвищення кількісних і якісних результатів.

Література.

1. Баланська О., Ємельянов О., Мельник В. Методи оцінювання ділової репутації підприємств. *Збірник наукових праць SCIENTIA*, 2021.

2. Волохова Г.Л. Оцінка впливу корпоративної репутації на конкурентоспроможність підприємства. *Економічний простір*, 2021. С. 49-54.

3. Копитко М., Верескля М., Михаліцька Н. Ділова репутація як інструмент стратегічного розвитку підприємства. *Збірник наукових праць ЛОГОС*, 2021.

4. Мартин О.М., Живко З.Б. Ділова репутація підприємства як важлива компетенція в системі антикризового управління підприємством. In: *The XI International Science Conference «Theoretical approaches of Fundamental Sciences. Theory, Practice and prospects»*, April 26–28, 2021, Geneva, Switzerland. 280 p. 2021. p. 49.

5. Мартин О.М., Живко З.Б., Вітер О.М. Оцінювання ділової репутації підприємства: методичні підходи. *Trends and prospects development of science and practice in modern environment. Abstracts of X International Scientific and Practical Conference. Geneva, Switzerland*, 2021. Pp. 78-80. URL: <http://eu-conf.com>

ВПЛИВ ПАНДЕМІЇ НА ОСОБЛИВОСТІ ЗДІЙСНЕННЯ РЕКЛАМНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

***БЕГУН С.І., К.Е.Н., ДОЦЕНТ,
ДАНИЛЮК Т.І., К.Е.Н., ДОЦЕНТ,
НАГОРНОК Ю.О., ЗДОБУВАЧ ВИЩОЇ ОСВІТИ,
ВОЛИНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ЛЕСІ УКРАЇНКИ***

Пандемія COVID-19 торкнулася життя людей у всіх країнах світу та зачепила всі сфери бізнесу і експортні галузі. Та з найбільшими проблемами стикаються підприємці, у яких майже зник зв'язок зі своїм безпосереднім споживачем. У цей час та цих умовах роль реклами зросла, проте більшість керівників в умовах карантину скорочує комунікації, адже це досить не маленькі витрати, але пам'ятайте, що реклама збільшує кількість клієнтів. В умовах пандемії важливо утримати рівень інформованості про бренд, не втратити зв'язок зі споживачем, оскільки в подальшому повернутися в попереднє русло, бути конкурентоспроможним на ринку може бути проблематично. Тому зараз реклама різко зросла.

Шляхом зниження рівня соціалізації та тривалості періоду ізоляції визначають напрямки корпоративних рекламних кампаній на адаптацію керівництва до змін споживчих уподобань і поведінкових стереотипів, а також зниження платоспроможного попиту.

Метою рекламної діяльності створює тісний зв'язок між споживачем та брендом, допомагає залучати нових клієнтів та стати більш впізнаними продуктами і компаніями. Рекламною стратегією полягає в просуванні товару на ринок.

Рекламна діяльність має найбільше значення в умовах пандемії. Підхід «все онлайн» виглядає дуже логічним, оскільки обмежені споживачі активно почали використовувати Інтернет-ресурси та джерела. Статистика свідчить, що тільки під час першого тижня карантину в Україні кількість користувачів і час сеансів у Instagram, Facebook, Youtube зросли близько в три рази. Одночасного скорочення прибутку рекламних бюджетів у колишніх рекламодавців призвело до здешевлення рекламного трафіку. Вже зараз можна купити на 25-45% за нижчою ціною та в більших обсягах, а ніж до цього періоду.

Основна функція реклами залежить від особливостей товарного ринку, співвідношення між попитом і пропозицією продукції/послуг, конкурентоспроможності підприємців.

Будь-яка компанія надає собі наступні переваги завдяки орієнтації на використання маркетингового менеджменту у власній діяльності:

- задоволенням потреб суспільства та окремих клієнтів (замовників, покупців, споживачів);

- вміння організовувати виробничі та маркетингові процеси, контролювати конкуренцію та просувати маркетингову діяльність до кінцевих споживачів;

- асортимент продукції найбільш наближений до ринкового попиту та умов споживання;

- аналіз ринку для оцінки його потенціалу, можливостей, кон'юнктури ринку, попиту, поведінки споживачів, а також дослідження конкурентів і визначення можливостей компанії;

- створити матеріальне та моральне стимулювання працівників.

У зв'язку з потребою налаштувати управління рекламою, щоб боротися з непередбачуваним впливом COVID-19 на бізнес, суспільство та всіх, ми вважаємо, що необхідно розглянути певні пропозиції досвідчених менеджерів, які готові дотримуватися золотого правила протягом усього. Це включає перехід до системи антикризового управління з відносно короткими запланованими пріоритетами, зниження (наскільки це можливо) загальних витрат, заморожування всіх інвестиційних проєктів, мінімізацію боргу та збільшення грошових резервів, а також прагнення зберегти ключових співробітників і ділову репутацію.

Майже 60 % власників бізнесу продовжували працювати протягом обмеженого періоду (переважно великі та середні підприємства), а ще 29 % власників бізнесу припинили роботу (як правило, мікропідприємства).

При цьому 51 % компаній можуть проіснувати лише один місяць, а кожні чотири компанії витримують 1-3 місяці роботи на карантині без банкрутства. 6 % підприємців повністю закрили свій бізнес, в основному до цієї категорії належать малі та мікропідприємства. Лише 3 % респондентів сказали, що їхній бізнес зможе працювати.

За необхідних умов (орендна відпустка, віддалений доступ співробітників, перегляд бізнес-моделі) на тривалий термін [1].

Таким чином, в умовах пандемії коронавірусу усвідомлення питань, пов'язаних із роллю рекламного менеджменту та зміною його бачення, підтверджує необхідність адаптації процесу управління до рекламної діяльності. Підприємства, які максимально гнучкі і швидко реагують на зміну ринкової умов, стануть сильнішими.

Література.

1. Коронавірус VS бізнес: половина підприємств продержитися на карантині не більше місяця. *Економічна правда*.
URI: <https://www.epravda.com.ua/rus/publications/2020/04/2/658857/>

ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ

***ВОЛИНЕЦЬ І.Г., К.Е.Н., ДОЦЕНТ,
ШОСТАК А.В., К.Е.Н., ДОЦЕНТ,
МАРЦИНЮК Ю.І., ЗДОБУВАЧ ВИЩОЇ ОСВІТИ,
ВОЛИНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ЛЕСІ УКРАЇНКИ***

Кожному підприємству необхідно буде створювати стратегію щодо його відновлення після пандемії, яка дозволить їм діяти в поточних умовах та по закінченню епідемії. Карантин привчає бізнес працювати віддалено та онлайн. Зараз мова йде про маркетинг, який насправді відіграє велику роль в цьому. Інтернет-маркетинг щодня стає все більш корисним інструментом для привернення уваги цільової аудиторії. Після ситуації з Covid-19, значно збільшились онлайн-продажі, що, в свою чергу, погіршило становище підприємців, які консервативно ставились до надання послуг через Інтернет. Отже, інтернет-маркетинг дозволяє будь-якому підприємству залишитись на плаву. Тобто, він є єдиним та надійним каналом довготривалої взаємодії з клієнтами, і надалі залишатиметься головним.

Пандемія сформувала у людей нові звички, і одними з цих звичок стали покупки в Інтернеті. З'явилося багато різних онлайн-послуг та сервісів, які допомагають нам адаптуватись до карантину. Це все пояснюється тим, що з початку березня 2020 р. кількість пошукових запитів зі словами «онлайн-покупки» (рис. 1) по всьому світу зросла більше як у 2 рази.

Коронавірус став причиною значної кількості загострень у багатьох невеликих бізнесах, мова йдеться про середні та малі. Найбільше постраждали маркетингові компанії, туризм та авіакомпанії. Також попали під удар компанії, що працюють у галузі креативу так, як кіновиробництво зупиняється, концерти та всі інші заходи скасовуються.



Рис. 1. Динаміка запитів «онлайн-покупки (online shopping)» із використанням Google Trends

Якщо говорити за маркетингові компанії, то на них впав найбільший удар. Тому, що найперше, що роблять підприємці в кризових ситуаціях – це урізають витрати, в тому числі і витрати на маркетинг. А це, в свою чергу, дуже неправильний крок.

Наразі, підприємці намагаються максимально пристосуватися до цих умов пандемії, щоб відновити докарантинні показники і, разом, не втрачати нових клієнтів. Вони вкладають чимало коштів у інструменти інтернет-маркетингу, які дають їм змогу збільшити обсяг продаж, щоб добитися вищезгаданих показників. А пандемія, в свою чергу, створює позитивні умови для розвитку інтернет-маркетингу.

Перспективи щодо подальшого розвитку інтернет-маркетингу зумовлюються такими чинниками:

- постійне зростання кількості користувачів мережі Інтернет, що дає змогу підприємцям залучати споживачів до онлайн-купівель;
- компанії можуть обслуговувати своїх клієнтів цілодобово, при чому ще й з різних регіонів та областей;
- більший обсяг товарів та великий асортимент;
- значно простіше знайти потрібний товар чи послугу;
- широкий діапазон цін;
- підприємцям легше знайти цільову аудиторію;
- можливість замовити товар у іноземних виробників;
- не гає багато часу;
- можна придбати ексклюзивні речі;
- наявність відгуків під товарами чи послугами;

Можна зробити висновок, що зараз використання онлайн-сервісів та онлайн-магазинів зростає. І всім підприємствам це дуже важливо, не зважаючи на їхні розміри та форми власності. Тепер важливе лише одне: задоволення нових потреб споживачів. Епідемія масштабно вплинула на інтернет-торгівлю та інтернет-маркетинг. Але якщо зробити правильні стратегічні рішення, то ця ж епідемія вплине на торгівлю із користю.

Література.

1. Косар Н.С., Бодьо С.І. Дослідження розвитку інтернет-маркетингу в умовах пандемії. 2021. № 51. С. 154-159. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2021/51_2021_ukr/26.pdf
2. Вінокуров Я. Як карантин та коронавірус змінили малий та середній бізнес. 2020. URL: <https://hromadske.ua/posts/yak-karantin-ta-koronavirus-zminili-malij-ta-serednij-biznes> (Дата звернення: 19.11.2021).
3. Сак Т.В., Ховхалюк Д.О. Електронна торгівля в Україні: стан, тенденції, перспективи розвитку. Маркетинг і цифрові технології. 2020. Т. 4. № 3. С. 73-85.
4. Інсайти Google о поведінці споживачів у час пандемії. URL: <https://trends.google.com/trends/explore?date=2020-01-15%202020-03-29&q=online%20shopping> (Дата звернення: 19.11.2021).

ЛОГІСТИЧНИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ В УПРАВЛІННІ РОЗВИТКОМ ТА ПІДВИЩЕННІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

***ГАЛЮК І.Б., К.Е.Н., ДОЦЕНТ,
ІВАНО-ФРАНКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ НАФТИ І ГАЗУ***

Однією з найважливіших причин інтересу підприємств до логістики є прагнення знизити рівень товарних запасів. У багатьох випадках запаси є першою найбільшою складовою активів компанії, що означає необхідність нести дуже високі витрати, пов'язані з їх утриманням.

Одним із найбільш визнаних і популярних методів управління запасами є концепція «точно вчасно». Це оперативна концепція доставки матеріалів та інших товарів у строго визначених кількостях і саме в той час, коли вони потрібні підприємствам, що дозволяє мінімізувати витрати на запаси та відходи в логістичній системі [1].

Концепція «точно вчасно» базується в основному на чотирьох припущеннях: нульові запаси, дрібні та часті поставки товарів, короткі цикли доставки, висока якість.

Використання системи «точно вчасно» передбачає необхідність забезпечення високої якості товарів, що переміщуються, а також зумовлена високими стандартами логістичної діяльності на вході у виробничу систему компанії.

Система «точно вчасно» може бути джерелом багатьох переваг як для постачальника, так і для одержувача.

Іншим інструментом логістичного управління, який використовується компаніями, є метод швидкого реагування. Швидке реагування – це метод максимізації ефективності ланцюга постачання шляхом обмеження витрат на запаси [2]. Швидка реакція – дуже ефективна ідея синхронізації потоків продуктів та інформації в логістичній мережі. Суть QR полягає у співпраці, при якій постачальник послуг зобов'язується задовольнити вимоги по обслуговуванню, оптимізуючи цикл виконання замовлення через EDI та можливе використання системи управління запасами постачальників / продавців для оптимізації коефіцієнтів оборотності.

Застосування концепції QR вимагають специфічних операційних здібностей. Серед іншого [3] це: короткі часові горизонти; інформація про запаси, доступна в реальному часі; уніфіковані інтегровані логістичні мережі, які залежать від транспорту, що швидко виконує поставлені задачі, стратегічних операцій крос-докінгу та ефективних систем приймання товарів до магазинів і систем розподілу; партнерські відносини між виробниками та роздрібними торговцями, включаючи взаємний доступ до інформації та співпраці; перепроєктування виробничих операцій і процесів для зменшення розмірів партій і часу переналаштування виробництва, підвищення чутливості та гнучкості, а також для узгодження основних графіків виробництва з прогнозами та поточними замовленнями клієнтів; націленість до всебічного управління якістю (TQM).

ECR часто називають наступником концепції QR, в якій, окрім забезпечення швидкої реакції та ефективної доставки клієнту, акцент робиться на споживача як на одній із ланок партнерства в ланцюжку поставок. Стратегія ECR була створена в США на початку 1990-х років у харчовому секторі як спосіб подолання труднощів, пов'язаних із довготривалою стагнацією в торгівлі. У 1992 році виробники та трейдери харчової промисловості сформували робочу групу під назвою Efficient Consumer Response Working Group (ECR work group) [2].

Найважливішими передумовами для визначення ECR є перш за все співпраця замість конфронтації, що розуміється як далекосяжне партнерство та орієнтація на клієнта. Ефективне обслуговування клієнтів базується на чотирьох основних процесах, що створюють додану вартість у ланцюжку поставок: поповнення, управління асортиментом магазину, просування, впровадження нового продукту [1].

Одним із багатьох інструментів управління логістикою є VMI, відома як інвентаризація, керована постачальником. Це означає оптимізацію роботи ланцюга поставок у результаті управління запасами виробника або дистриб'ютора за через постачальника, який приймає рішення про час і обсяг поставки, забезпечуючи при цьому повну доступність продукції. VMI – це процес, в якому постачальник формує замовлення для клієнта відповідно до його потреб, на основі інформації про попит клієнта [2].

Перераховані вище прийоми та методи зводяться до вміння використовувати та підпорядковувати відповідні інструменти компанією, щоб залучити нових клієнтів і таким чином отримати конкурентну перевагу на ринку. Виробничі компанії, які зміло впроваджують сучасні методи управління логістикою, можуть досягати успіху на ринку.

Література.

1. Ciesielski M. Instrumenty zarządzania logistycznego, Wyd. PWE, Warszawa 2006.
2. Baraniecka A. ECR, łańcuch dostaw zorientowany na klienta, Biblioteka Logistyka, Poznań 2004.
3. Coyle J.J., Bardi E.J., Langley C.J., Jr., Zarządzanie logistyczne, Wyd. PWE, Warszawa 2002.

ЗЕРНОВИЙ РИНОК УКРАЇНИ ТА СВІТУ: ВИКЛИКИ ВОЄННОГО ЧАСУ ТА ШЛЯХИ ЇХ ПОДОЛАННЯ

***ГРІДІН О.В., К.Е.Н., ДОЦЕНТ,
ДЕРЖАВНИЙ БІОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ***

Зернова галузь аграрного сектору, без сумніву, має винятково стратегічне значення для нашої країни та є однією з найбільш пріоритетних галузей національної економіки із потужним невикористаним потенціалом розвитку. В умовах посилення

глобалізаційних процесів, а також поглиблення інтеграції України у світову економічну систему, саме продукція цієї галузі стає найважливішим об'єктом зовнішньої торгівлі, що спонукає до постійного нарощування обсягів виробництва зерна, покращення його якісних характеристик, максимізації та поглиблення внутрішньої переробки, розширення наявних сегментів та освоєння нових ринків збуту [4, с. 60-61].

Так, за даними Міністерства аграрної політики та продовольства України, загальний валовий збір зернових в Україні у 2021/2022 МР склав біля 85,68 млн т, що приблизно на 32 % більше ніж у попередньому періоді. З них: пшениці – 32,08 млн т і 41,87 млн т кукурудзи. Відзначимо, що внутрішнє споживання продовольчої пшениці складає на сьогодні близько 5,5 млн т /рік. При цьому пропозиція експорту пшениці у 2021/2022 МР сягнула позначки у 25,3 млн т. Відмітимо також, що за період липень 2021-го – лютий 2022-го роки було експортовано 17,079 млн т, з них понад 11,0 млн т продовольчої та 5,6 млн т фуражної пшениці. Залишилося експортувати 8,2 млн т, з них близько 2 млн т – це продовольча, а 6,2 млн т – фуражна пшениця. У цілому ж за 2021/2022 МР усього планувалося експортувати 13,4 млн т продовольчої пшениці. Станом на початок лютого вже було експортовано 11,4 млн т, тобто залишалось реалізувати закордон близько 2 млн т [7].

У квітні місяці поточного року Продовольчою та сільськогосподарською організацією ООН (ФАО) (англ. Food and Agriculture Organization, FAO) було здійснено перегляд прогнозу по зерновим на 2021/2022 МР. Значні зміни прогнозів, здебільшого, були зумовлені активними воєнними діями в Україні і їх важкими наслідками. Особливо це стосується саме ринку зернових, насамперед пшениці та кукурудзи, оскільки Україна входить до когорти найбільших виробників та експортерів зерна. Так закриття українських портів вже призвело до значного скорочення експорту з нашої країни, у той час як Російська Федерація та Казахстан ввели тимчасові обмеження на експорт власного збіжжя, орієнтовно, до початку жнив. Очікується, що ці чинники не лише збережуть свою актуальність протягом усього сільськогосподарського сезону 2021/2022 МР, а й, цілком ймовірно, їх вплив суттєво посилиться у наступному маркетинговому році. Так скорочення експорту з Чорноморського регіону вже призвело до зниження товарообігу, а також зростання цін на світових ринках, скорочення обсягів імпорту, зниження темпів зростання попиту та обсягу запасів у низці країн порівняно з попередніми прогнозами. Крім

того, ситуація, що склалася, призвела до зростання невизначеності на ринках пшениці та кукурудзи, змін у торгових потоках та запровадження експортних квот ще у ряді країн світу [5; 6; 8].

Відзначимо, що ФАО на даний момент, не зважаючи на активні воснні дії, поки що несуттєво знизилася свій прогноз щодо виробництва пшениці в Україні у 2022/2023 МР. Проте, воно може й скоротитися до позначки нижчої за середні значення за останні п'ять років, оскільки за прогнозами близько 20 відсотків площ під озимою пшеницею може не бути зібрано як унаслідок прямої шкоди, так і нестачі або повної відсутності ресурсів для збирання врожаю. Крім того, у 2022/2023 МР очікується певне зниження рівня урожайності пшениці внаслідок порушення технології її виробництва. Разом з тим за прогнозами обсяг виробництва цієї культури в цілому у світі, за сприятливих умов, має зрости на 1,1 відсотка до 784 млн тонн. Однак посуха, яка розпочалася в Індії вже не дозволить цій країні вийти на планові показники. Що ж до Російської Федерації, то сприятливі погодні умови поки сприяють покращенню прогнозів на урожай цього року і, беручи до уваги дані, що надходять, обсяг виробництва може перевищити середній рівень за останні п'ять років. У той же час даний прогноз, звичайно, носить попередній характер, оскільки вплив того ж природно-кліматичного чинника важко спрогнозувати достатньо точно. Щодо ситуації в інших країнах світу, наприклад, у Європейському Союзі, незважаючи на сприятливі погодні умови на більшій його частині, очікується дещо нижчий урожай пшениці (орієнтовно на рівні 134 млн тонн), що зумовлено скороченням посівних площ у цілому та дефіцитом опадів у південно-західних областях. Крім того цілком ймовірні певні проблеми в ЄС із внесенням мінеральних добрив, одними з основних експортерів яких у Європі є Білорусь та Російська Федерація. У Північній Америці цінова кон'юнктура сприяє розширенню посівних площ у Канаді та Сполучених Штатах, що має призвести до зростання обсягів виробництва. За прогнозами, обсяг виробництва пшениці в Канаді складе орієнтовно 31,2 млн. тонн, значно перевищивши показники попереднього року, а у Сполучених Штатах – 53 млн. тонн, де, однак, затяжна відсутність опадів може спричинити зниження урожайності. Що стосується країн Азії та Близького Сходу, то прогноз з виробництва пшениці для них залишається на рівні середніх показників за ряд останніх років [5].

Запаси пшениці та кукурудзи у світі, за підсумками квітня 2022 року, були переглянуті у бік підвищення на 4,5 та 8,3 млн тонн відповідно, що, головним чином, обумовлено збільшенням їх запасів в

Україні та Російській Федерації на тлі очікуваного зниження експорту. Загалом запаси пшениці та кукурудзи у світі, як очікується, порівняно з рівнем початку сезону зростуть на 2,3 та 3,1 відсотка відповідно. Очікуваний обсяг світової торгівлі зерновими у сезоні 2021/2022 МР знизиться на 14,6 млн. тонн до 469 млн. тонн, що на 2,0 % нижче, ніж у сезоні 2020/2021МР. Основна причина погіршення прогнозу пов'язана зі зниженням оцінок з експорту пшениці та кукурудзи з України та Російської Федерації та відповідного зниження показників імпорту у низці країн. Прогноз щодо експорту пшениці в сезоні 2021/2022 МР з України, внаслідок закриття портів, було зменшено на 5,0 млн тонн, а з Російської Федерації, через фінансові та вантажні обмеження, – на 3,5 млн тонн. Очікується, що країни-імпортери намагатимуться задовольнити попит за рахунок збільшення експорту пшениці з Європейського союзу та Індії. Проте Індія, як зазначалося вище, вже ввела обмеження на експорт через посуху. Тому ці додаткові постачання якщо і зможуть компенсувати падіння експорту з Чорноморського регіону, то лише частково [5; 6].

Варто зробити акцент на тому, що приріст населення у світі залишатиметься одним із ключових драйверів зростання попиту на сільськогосподарську продукцію, зокрема й на зерно. А зростання цін на зернові на світових ринках зумовлюватиме подальше розширення сільськогосподарськими товаровиробниками посівних площ, зокрема й під урожай 2022/2023 МР. При цьому, високі світові ціни на енергоносії та збільшення частки використання зернових (переважно кукурудзи) у виробництві біопалива, буде додатковим чинником збереження високих цін [6; 8].

Необхідно звернути увагу й на те, що Україна залишається одним з провідних світових виробників та експортерів зернових. При цьому, вирішальними аспектами успішного заняття лідируючих позицій в цій сфері стали [1, с. 24; 2, с. 141-142; 4, с. 64]: 1) високо родючі ґрунти; 2) сприятливі природно-кліматичні умови; 3) вигідне, з точки зору логістики, географічне розташування; 4) наявність розвинутої транспортної інфраструктури; 5) наявність морських портів; 6) неухильне зростання попиту на зернові у світі, а особливо на продовольчу пшеницю; 7) розвинута мережа агрохолдингів тощо.

Незважаючи на наявні позитивні умови розвитку зернової галузі, існують певні загрози для зростання обсягів виробництва та експорту зерна, зокрема [1, с. 24; 2, с. 141-142; 4, с. 64]: 1) незбалансованість, низький рівень модернізації та недостатні темпи розвитку виробничої та логістичної інфраструктури; 2) несприятливі умови кредитування

аграрного бізнесу; 3) загальна техніко-технологічна відсталість вітчизняного виробництва, що призводить до зниження якості вирощеного збіжжя; 4) низький рівень впровадження інноваційних агротехнологій; 5) відчутні цінові коливання на внутрішньому та світовому ринках в продовж маркетингового року, що сприяє спекулятивним діям зернотрейдерів; 6) прогалини та відсутність дієвої державної протекціоністської політики; 7) соціально-економічні, суспільно-політичні та інші чинники.

З огляду на це, перед державою виникають наступні виклики, зокрема необхідність [2, с. 141-142; 3, с. 207]: 1) створення умов для найповнішого використання виробничого та експортного потенціалу; 2) збалансування економічних інтересів усіх суб'єктів зернового ринку; 3) поглиблення інтеграції аграріїв і переробних підприємств; 4) диверсифікації каналів реалізації продукції; 5) нарощування експорту продукції поглибленої переробки зерна тощо.

При цьому, на нашу думку, підвищення ефективності та забезпечення динамічного розвитку зернопродуктового підкомплексу, у сучасних реаліях, має досягатися шляхом узгодження діяльності державних інститутів, органів місцевого самоврядування, окремих суб'єктів господарювання, інших учасників з метою формування та зміцнення його галузево-функціональної та територіальної структури [1, с. 21].

Література.

1. Грідін О.В. Зернопродуктовий підкомплекс України: сучасний стан, актуальні проблеми та перспективи розвитку. *Актуальні проблеми інноваційної економіки*. 2017. № 1. С. 21-27. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/apie_2017_1_6

2. Грідін О.В. Значення зернопродуктового підкомплексу в дотриманні продовольчої безпеки України. *Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства: Економічні науки*. 2015. Вип. 161. С. 136-144. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vkhdutsg_2015_161_18

3. Грідін О.В. Роль та завдання державної регуляторної політики у забезпеченні ефективного розвитку зернового ринку України. *Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства: Економічні науки*. 2018. Вип. 193. С. 201-216. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vkhdutsg_2018_193_23

4. Грідін О.В. Сучасний стан та тенденції розвитку сфер виробництва, переробки та реалізації зерна: український та загальносвітовий контекст. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2018. № 3 (14). С. 60-68. URL: http://www.easterneurope-cbm.in.ua/journal/14_2018/11.pdf

5. Положение с продовольствием в мире / Продовольственная и сельскохозяйственная организация Объединенных Наций.

URL: <https://www.fao.org/worldfoodsituation/csdb/ru/> (дата звернення: 23.05.2022).

6. Ринок зерна 2022 – прогнози: кукурудза, пшениця, соняшник, ячмінь. URL: <https://agropolit.com/spetsproekty/946-rinok-zerna-2022--prognozi-kukurudza-pshenitsya-sonyashnik-yachmin> (дата звернення: 23.05.2022).

7. Ринок зернових України: попит та пропозиція у 2021/2022 маркетинговому році. URL: <https://agropolit.com/spetsproekty/960-pinok-zernovih-ukrayini-popit-ta-propozitsiya-u-2021-2022-marketingovomu-rotsi> (дата звернення: 23.05.2022).

8. Світовий ринок зерна: стан та тенденції. URL: <https://niss.gov.ua/doslidzhennya/mizhnarodni-vidnosyny/svitovyy-rynok-zerna-stan-ta-tendentsiyi> (дата звернення: 23.05.2022).

ПРОБЛЕМИ СУЧАСНОГО РОЗВИТКУ РИНКУ ПРАЦІ У СВІТІ

***ЗЕЛЕНА М.І., К.Е.Н., ДОЦЕНТ,
СВИСТУНЕНКО У.О., ЗДОБУВАЧ ВИЩОЇ ОСВІТИ,
ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ***

Сучасна економіка являє собою систему чотирьох підсистем: інформаційної, потоків капіталу, мереж транснаціональних корпорацій і традиційних ринку товарів і послуг. Ці системи не автономні, а взаємопов'язані. Динамічний і різноспрямований курс соціальної і економічної проблеми є результатом залежностей і зв'язків, що виникають між згаданими підсистемами.

З епохи індустріальної цивілізації світ вступив у епоху інформаційної цивілізації. Нові вимоги, що висувуються до економіки з боку зовнішнього середовища є результатом фундаментальних змін, пов'язаних із домінуванням великих корпорацій міжнародної конкуренції в глобальній конкуренції, і перш за все з тим, що в результаті науково-технічної революції знання стали самостійним чинником обробної промисловості першочергового значення. Інноваційна гонка, яку він транслював, триває нова форма ринкової конкуренції. Ринкова конкуренція перетворюється на конкуренцію між великими і все більшими організаціями. Через дерегуляцію антимонопольного законодавства активізується процес створення мега-злиттів і поглинань. Прогресуюча глобалізація, комп'ютеризація, роботизація та поточні інтеграційні процеси у світі докорінно змінюють основи, що визначають майбутній розвиток суспільств [1].

Інформація – це основні зміни, з якими ми маємо справу в сучасному світі. Швидкий прогрес і поширення нових технологічних рішень, супроводжуються новими формами організації праці, призводять до зміни розмірів і якісної структури попиту на робочу силу. Глобалізація означає збільшення інтернаціоналізації також національних економік. Проникнення та зближення ринків товарів і послуг, фінансових і ринкових ринків. Суть глобалізації складають процеси поглиблення поділу праці та розширення ринків збуту, що виявляються в посиленні між економічною взаємозалежністю і розширенням транснаціональних корпорацій. Існують дві основні причини прогресуючої глобалізації у світі – науково-технічний прогрес і лібералізація умов для розвитку міжнародної торгівлі, іноземних інвестицій та фінансових ринків.

Зростання міжнародної конкуренції зумовлює динамічні та різноспрямовані зміни, у тому числі на внутрішніх ринках праці. Глобалізація повільно «стирає національні кордони», а легкість руху капіталу забезпечує ліквідацію формальних кордонів між національними ринками праці. Відносини глобальних ринків праці можна розглядати в контексті прямих міжнародних зв'язків людей і трудових ресурсів і непрямих зв'язків – через міжнародну інтеграцію виробництва [2].

На іноземні міграції впливають різні фактори, такі як: перенаселення, високий приріст населення, значний дисбаланс у структурі населення за віком, особистий та сімейний стан громадян, рівень матеріальних і культурних умов життя населення, ринок праці, хід економічної ситуації, суспільно-політична ситуація держав, діяльність великих транснаціональних компаній викликає необхідність руху робітників. Фактором, що породжує процес глобалізації, суттєво впливає на ринок праці, є розвиток виробничо-інформаційної техніки та технологій.

Усі технологічні зміни впливають на структуру попиту та робочу силу, особливо в кваліфікаційному плані. Технологічні інновації технології по-різному впливають на різні сектори економіки чи галузі. З одного боку, вони викликають ліквідацію робочих місць у невибагливих сферах високу кваліфікацію, але й з іншого боку – у багатьох із них вони сприяють створення нових робочих місць, що вимагають, зазвичай вищу кваліфікацію. Однак ця «компенсація» не є ні автоматичною, ні безболісною. У короткостроковій перспективі нові робочі місця не замінять старі, з точки зору необхідних навичок або розташування. Де ці невідповідності великі та стійкі, є структурне безробіття та проблеми з структурними перебудовами [3].

Глобалізація ринків товарів і послуг, фінансових ринків, промислове виробництво, а також технології та знання мають важливе значення вплив на місцеві ринки праці. Найважливіші наслідки глобалізаційних процесів щодо ринків праці можна сформулювати наступним чином. По-перше, робота над зростаючим непрямим впливом глобалізації через імпорт і нові технології, які використовуються транснаціональними корпораціями. По-друге, технічний прогрес у сфері інформації та комунікацій знижує попит на робочу силу, виключає людську працю з виробничих і сервісних процесів. По-третє, інформаційне суспільство створює нові професії шляхом знецінення та руйнування традиційних. Розвивається інформаційно-аудіовізуальний сектор який поглинає нових працівників, та потребує навички до яких необхідно адаптуватись.

Отже, нова цивілізація не виживе, якщо не забезпечить громадян роботою, свідомо братиме участь у його створенні. Міжнародне співтовариство стоїть сьогодні перед великим викликом. Нинішня ситуація із зайнятістю є провідною до величезної розтрата трудових ресурсів і незмірності людських страждань. Масове безробіття та бідність, що зберігаються сьогодні в багатьох країнах, становлять потенційну загрозу для подальшого розвитку цивілізації.

Література.

1. Акулов М.Г., Драбаніч А.В., Євась Т.В. та ін. Економіка праці і соціально трудові відносини: навч. посіб. К.: Центр учбової літератури, 2012. 328 с.

2. Економіка праці та соціально-трудова відносини: навч.-метод. посібник / [О.П. Дяків, В.М. Островерхов, Н.М. Слівінська, С.А. Прохоровська]; за ред. Є.П. Качана. Тернопіль: ТНЕУ, 2013. 255 с.

3. Економіка праці: навчальний посібник / за заг. ред. Г.В. Назарової. Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2019. 330 с.

ОСОБЛИВОСТІ СТРАТЕГІЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

***КАЛІНІН А.М., К.ПЕД.Н., ДОЦЕНТ,
ЦЕНТРАЛЬНО УКРАЇНСЬКИЙ ІНСТИТУТ ПРАТ
«ВНЗ «МІЖРЕГІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ»***

Посилення процесу глобалізації створило складне бізнес-середовище через посилення ринкової конкуренції та появу нових загроз. Тому сьогодні необхідно обґрунтувати нові шляхи

підвищення конкурентоспроможності українських підприємств, виважено формувати довгострокові цілі та розробляти відповідні конкурентні стратегії. Питання управління конкурентоспроможністю українських підприємств в умовах Індустрії 4.0 є вкрай актуальним як з наукової, так і з практичної точки зору.

Управління конкурентоспроможністю підприємства є дуже складним цілеспрямованим процесом. Його метою є забезпечення постійного оновлення та розвитку конкурентних переваг компанії з урахуванням впливу зовнішніх умов та оптимізації прибутку. Іншими словами, управління конкурентоспроможністю означає управління конкурентними перевагами підприємства [1, с. 138]. Конкурентна перевага являє собою систему якості, яка перевершує конкурентів в економічній, технічній, кадровій та організаційній сферах.

Конкурентоспроможність компанії в загальній класифікації об'єктів менеджменту може бути віднесена до функції (а не виробництва чи структури), що вимагає розробки спеціальних механізмів управління. Необхідність управління конкурентоспроможністю компанії обумовлена переважно постійними і швидкими змінами у зовнішньому середовищі та появою непередбачуваних економічних та фінансових умов.

Концепція управління корпоративною конкурентоспроможністю базується на використанні основних принципів бізнес-науки. Відповідно до її основних принципів, базовими елементами системи управління є цілі, завдання, об'єкт та суб'єкт, методи та принципи, процеси та функції управління. Процесний підхід до управління конкурентоспроможністю компанії є процесом реалізації набору функцій управління, зокрема, порівняння, планування, організація, мотивація та контроль для формування конкурентних переваг та забезпечення життєздатності компанії як суб'єкта господарювання. Досліджуючи управління конкурентоспроможністю підприємств, необхідно дотримуватись принципів обґрунтованості, системності, об'єктивності (орієнтуючись на конкретні ринки та потреби клієнтів), адаптивності, інформативності, інноваційності тощо.

До складових процесу менеджменту конкурентоспроможності підприємства відносять: а) моніторинг конкурентного середовища та оцінку галузевої конкуренції; б) діагностику конкурентоспроможності компанії та її основних конкурентів; в) конкурентне позиціонування

компанії – вибір стратегічних підрозділів, які мають конкурентні переваги; г) розробку концепцій та стратегій управління конкурентоспроможністю компанії; д) впровадження корпоративної конкурентної стратегії [2, с. 254].

Щоб реалізувати стійку стратегію корпоративного розвитку, засновану на високому рівні конкурентних переваг у довгостроковій перспективі, керівництву підприємства необхідно активніше за конкурентів пристосовуватись до мінливих обставин та отримувати нові методи конкурентних переваг. Щоб бути кращими за конкурентів, підприємству необхідно постійно та комплексно досліджувати ситуацію в компанії, активно впроваджувати інноваційну та інвестиційну політику, швидко реагувати на зміни у макросередовищі, а також ефективно реалізовувати стратегію розвитку компанії за найменших витрат [3].

Так, метод класифікації стратегій формування конкурентних переваг М. Портера згодом неодноразово доповнювався та переглядався. Одна з цих змін передбачає п'ять основних конкурентних стратегічних завдань замість трьох, а саме: а) стратегія зниження собівартості; б) стратегія фокусування; в) стратегія розширення ринку; г) стратегія диференціації; д) стратегія розроблення нової продукції [1, с. 71]. Дані типи конкурентних стратегій не виключають, а доповнюють одна одну.

Виходячи із взаємозв'язку конкурентних стратегій, логічно розробити та впровадити систему конкурентної стратегії підприємства в наступному порядку: 1) визначити прийнятні стратегії формування конкурентних переваг; 2) розробити стратегію забезпечення конкурентоспроможності підприємства, яка визначає стратегічний план дій для всіх функціональних сфер корпоративної діяльності; 3) використовувати конкретні типи стратегій для конкуренції, беручи до уваги стратегії, визначені до формування конкурентної переваги, та стратегії забезпечення конкурентоспроможності підприємства залежно від кон'юнктури ринку; 4) впровадження системи конкурентної стратегії вимагає систематичної оцінки та аналізу результатів для визначення відхилень від цілей та швидкого реагування на несподівані зміни у макро- та мікросередовищі тощо.

Система конкурентної стратегії підприємства є основою для формування стратегічних планів, які можуть підвищити конкурентоспроможність українських підприємств. Загальний

централізований контроль за розробкою та впровадженням програми та управління її діяльністю повинні здійснюватися на всіх етапах, забезпечуючи таким чином ефективне управління конкурентоспроможністю. Тож, у системі стратегічного менеджменту доцільно використовувати розроблену ефективну систему управління конкуренцією та існуючі конкурентні переваги для забезпечення довгострокової конкурентоспроможності українських підприємств.

Література.

1. Портер М. Конкурентна перевага. Як досягати стабільно високих результатів; пер. з англ.: І. Ємельянова, І. Гнатковська. Київ: Наш формат, 2019. 622 с.

2. Портер М. Конкуренція. М.: Вільямс, 2001. 495 с.

3. Nikonenko U., Shtets T., Kalinin A., Dorosh I., Sokolik L. (2022). Assessing the policy of attracting investments in the main sectors of the economy in the context of introducing aspects of industry 4.0. *International Journal of Sustainable Development and Planning*, Vol. 17, No. 2, pp. 497-505. URL: <https://doi.org/10.18280/ijmdp.170214>

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОГО РОЗВИТКУ МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ПЕРЕВАГ ТА РИЗИКІВ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ

***КРАСНОЖОН А. О., АСПИРАНТ,
УНІВЕРСИТЕТ ГРИГОРІЯ СКОВОРОДИ У ПЕРЕЯСЛАВІ***

Малі підприємства протягом тривалого періоду зберігають свою актуальність та забезпечують значний сегмент виробництва і споживання у багатьох галузях і видах діяльності. Особливо це стосується галузі сільського господарства і продовольчої сфери; готельно-ресторанного бізнесу і туризму; індустрії моди та переважної більшості видів діяльності у сфері послуг. Це пояснюється тим, що вони не потребують значних фінансових ресурсів та інвестицій для організації діяльності, здатні швидко пристосовуватись до вимог і динаміки ринку, користуються значною державною та суспільною підтримкою через свою соціальну значимість у справі забезпечення

* Науковий керівник – Ігнатенко М.М., д.е.н., професор

зайнятості населення, його доходів і добробуту та формуванні середнього класу.

Однак в умовах розвитку цифрової економіки, охоплення процесами діджиталізації практично всіх сфер людської діяльності, поширення та зростання масштабів електронної комерції (е-комерції) у їх функціонуванні з'явилися як нові можливості, так і нові виклики та загрози, які значним чином вплинули на організацію, економічну ефективність, конкурентоспроможність і навіть доцільність малого бізнесу [1, с. 206]. Враховуючи, що вплив названих чинників у майбутньому не лише збережеться, але й буде посилюватися, велике наукове та практичне значення матиме подальше дослідження та оцінка спричинених ними нових умов функціонування малих підприємств за видами діяльності та розробка відповідних інноваційних інструментів адаптації та/або продуктивного використання для забезпечення конкурентоспроможного розвитку на перспективу [2, с. 165].

Необхідно зазначити, що проблеми конкурентоспроможного розвитку малих підприємств були і залишаються предметом наукових досліджень провідних зарубіжних та вітчизняних науковців-економістів [3]. Проте всебічне врахування та оцінка її впливів на функціонування та конкурентоспроможний розвиток малих підприємств здійснені не достатньо та потребують подальших розробок. Насамперед, це стосується нових форм організації малого бізнесу, нових можливостей у забезпеченні бізнес-процесів, врахування інших конкурентних переваг та ризиків, які може продукувати цифрова економіка та її складники.

Література.

1. Романюк І.А. Вплив конкурентної боротьби на управління маркетинговою діяльністю сучасних підприємств. *Молодь і сільськогосподарська техніка у XXI столітті*: Зб. матер. XVI-й Міжнар. форум молоді. Харків: ХНТУСГ. 2020. С. 206.

2. Ігнатенко М.М. Становлення стратегічного управління соціальною відповідальністю суб'єктів господарювання аграрної сфери економіки. *Вісник Сумського національного аграрного університету: наук. жур. Серія «Економіка і менеджмент»*. Вип. 12(66). Суми: СНАУ. 2015. С. 163-168.

3. Ігнатенко М.М., Леваєва Л.Ю., Мармуль Л.О. Конкурентні переваги як джерела організаційно-економічних пріоритетів розвитку фермерських господарств і сільськогосподарських підприємств. *Агросвіт*. 2020. № 10. С. 4-10.

ЗАСТОСОВУВАННЯ КОНТРОЛЮ FILLRATIO ЯК БІРЖЕВОГО ІНСТРУМЕНТУ

*КУСТОВ В.П., ЗДОБУВАЧ,
ДЕРЖАВНИЙ БІОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ*

У зв'язку із зниженням торгових оборотів і скорочення учасників біржової діяльності зменшилося навантаження й біржової інфраструктури. Проте існують можливості, а саме застосування біржових технологій, які забезпечать подальший розвиток товарних бірж. Варто зазначити, що в Україні не існує біржового інструменту, який можна було б використовувати для ціноутворення на локальному ринку.

Досвід зовнішніх ринків розвинутих країн світу показує про наявність: по-перше, власних цінкових індикаторів; по-друге, можливості використовувати глобальні інструменти, наприклад для аграріїв, щоб у майбутньому періоді убезпечити себе від несприятливих змін цін на сільськогосподарську продукцію.

Отже, для задоволення інтересів трейдерів варто застосовувати такий інструмент як контроль Fillratio.

Надаючи маркет мейкерам систему last look біржа наперед надає їм конкурентну перевагу над трейдерами. Однак однією з цілей біржі є надання рівних умов торгівлі всім учасникам ринку. Якщо надати маркет мейкерам можливість скасовувати будь-яку угоду трейдера, то вони (маркет мейкери) це робитимуть за найменшої ринкової волатильності і найменшого руху ринкової ціни в невігідну для маркет мейкера сторону.

Проте, за таких умов може виникнути наступна суперечлива ситуація, наприклад, трейдер, який хоче здійснити угоду в момент волатильного ринку буде постійно отримувати відмови у виконанні, а ринок йде у бік прибутку для трейдера. Тому, виникає гостре питання – як регулювати використання маркет мейкерами системи last look, щоб задовольняти інтереси трейдерів? Для вирішення цього питання запропоновано використовувати показник «Fillratio» (коефіцієнт виконання). Fillratio буде розраховуватися за

* Науковий керівник – Болдирєва А.М., д.е.н., доцент

такою формулою (1):

$$Fillratio = \frac{\text{кількість ордерів виконаних маркет мейкером}}{\text{кількість ордерів отриманих маркет мейкером на виконання}} \quad (1)$$

Тоді формула 1 буде мати наступний вигляд:

$$K_{\text{вик.}} (Fillratio) = Q_{\text{орд. вик. ММ}} \div Q_{\text{орд. отр. ММ на вик.}} \quad (2)$$

де: $K_{\text{вик.}} (Fillratio)$ – це коефіцієнт виконання;

$Q_{\text{орд. вик. ММ}}$ – кількість ордерів виконаних маркет мейкером;

$Q_{\text{орд. отр. ММ на вик.}}$ – кількість ордерів отриманих маркет мейкером на виконання.

Наприклад: маркет мейкер отримав 1000 ордерів на виконання, з яких виконав 950, то, $Fillratio = 950 \div 1000 = 95 \%$.

Біржа може виставити маркет мейкерам вимогу обов'язкового виконання угод на певному рівні $Fillratio$, але у разі не виконання цієї вимоги відключати маркет мейкерів від торгівлі. Між агресивними трейдерами і рештою учасників ринку варто розподілити цінкові потоки.

На біржовому ринку існує величезна конкуренція. На багатьох біржових ринках за участю великої кількості торгованих інструментів інвестиційно-спекулятивні операції перевищують обсяги торгового обороту хеджевих операцій.

Таким чином, серед інвестиційно-спекулятивних операцій великий обсяг обороту посідають алгоритмічні (автоматизовані) торгові системи тобто, так звані, торгові роботи. У свою чергу, торгових робіт можна поділити на два типи арбітражні та інші. Арбітражні роботи застосовують різні арбітражні техніки торгівлі, а саме: тимчасову, просторову, статистичну, синтетичну, інші типи [1; 2].

Варто зауважити, що з економічної точки зору такі поняття, як: «арбітраж» означає заробіток з різниці ціни і дозволяє отримати прибуток за рахунок неефективності ринку [1; 2].

У практичній діяльності арбітраж виконується за наявності однієї з трьох умов:

1) один і той же актив не торгується за однаковою ціною на всіх ринках («закон однієї ціни»);

2) два активи з однаковими грошовими потоками не торгуються за однаковою ціною;

3) торги активами за відомою майбутньою ціною сьогодні не відбуваються (знижка як безризикова процентна ставка (або актив має

значні витрати на зберігання; тому така умова є справедливою для товарів, наприклад, зерна, але не для цінних паперів) [1; 2].

В інструментах, в яких ведеться торгівля на біржі, періодично виникають цінові дисбаланси і ринкові неефективності, які носять тимчасовий характер, прибуток отримується, тоді, коли ці перекося зникають (сходять нанівець). Отже, такий заробіток, який не використовує спрямованих позицій, внаслідок цього не має ринкового ризику, називається арбітражем. На відміну від спекулятивних угод, в арбітражних угодах трейдер є посередником на ринку. Арбітражні стратегії характеризуються своїм нейтральним напрямом руху на ринку. У такому випадку, не важливо, збільшиться ціна на актив або зменшиться, арбітражна угода в будь-якому разі принесе дохід, за умови, що дохід від арбітражу буде вищим за витрати на комісії. Тимчасовий арбітраж – це торгова стратегія, яка використовується для короткострокових змін цін на різних торгових майданчиках.

Таким чином, біржа може варіювати Fillratio в діапазоні, який влаштуватиме більшість трейдерів і маркет мейкерів і дозволить досягти балансу між якістю (з точки зору Fillratio) і кількістю (з точки зору обсягу котирувань) ліквідності, що поставляється на біржу.

Література.

1. Слободяник А.М., Крижній В.Б. Алгоритмічний трейдинг на біржовому ринку: сутність та класифікація. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2017. Вип. 16. Ч. 2. С. 96-99.

2. Agarova A. Conventional Mutual Index Funds Versus Exchange Traded Funds. *Journal of Financial Markets*. 2011. Vol. 14, No. 2. P. 323-43.

ВПЛИВ КАРАНТИНУ ТА ВІЙНИ НА ДІЯЛЬНІСТЬ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

ОЛІНІЧЕНКО К.С., К.Е.Н., ДОЦЕНТ,

БУБЕНЕЦЬ І.Г., К.Е.Н.,

ПОГОРЕЛОВА Є.Р., СТУДЕНТКА,

ДЕРЖАВНИЙ БІОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Ресторанний бізнес завжди орієнтований на соціум. Гість приходив в заклад за враженнями, емоціями, новим досвідом, а не тільки, щоб отримати чергову порцію їжі. Тому вплив Covid-19 на суспільство рівноцінне впливу на заклади ресторанного господарства. Йдеться про те, що безліч людей закрилося по домівках. Більшість споживачів сьогодні хоче отримувати всілякі розваги, послуги (навіть

медичні), товари і знання виключно онлайн. Тенденція до зниження рівня соціалізації намітилася вже давно, ще до пандемії. Але саме вірус Covid-19 став акселератором десоціалізації. І тепер таке «електронне сприйняття», особливо серед молодих людей, стало звичайним [1].

В Україні через пандемію коронавірусу велика кількість кафе і ресторанів тимчасово призупинили свою діяльність, лише деякі продовжили працювати виключно в режимі доставки або видачі замовлень з собою. З одного боку це призвело до зростання обсягів доставки їжі (до 20-25 %), але в той же час внаслідок падіння платоспроможності українців, замість відвідування ресторанів значна кількість почала віддавати перевагу домашнім стравам.

На початок липня 2021 року в Україні відновили роботу лише 86% кафе та ресторанів від докризового рівня. Карантин призвів до того, що велика кількість співробітників ресторанної сфери стала безробітною. Це сталося через те, що не всі кафе та ресторани протрималися за двомісячну кризу. Наприклад, маленькі кафетерії, кондитерські найчастіше відкриваються в орендованих приміщеннях, на кредитних умовах, їм просто було важко впоратися з такою фінансовою проблемою. Деякі ресторани закрилися або скасували своє заплановане відкриття. Згідно опитування Української ресторанної асоціації у червні 2021 року 24 % закладів в Україні працювали лише на літніх майданчиках. 18 % локацій працювали на терасі, а також здійснювали доставку. 16 % опитаних респондентів зазначили, що їх заклад працював на доставку та приймав гостей на терасах і в залі, а 13 % відповіли, що годували гостей на літній терасі та в залах, але доставкою не займалися. 11 % опитаних зазначили, що їх заклади були повністю закриті у червні [2].

Також респондентів попросили вказати, який відсоток склала виручка у червні 2021-го по відношенню до червня 2020 року. Так, 24 % зазначили, що виручка, порівняно з червнем минулого року складала менше 20%. 24 % зазначили, що виручка складала від 21 % до 40 %, а 19 % – від 41 % до 60 %. 9 % опитаних зазначили, що їх виручка складала 61-80 %, а 8 % опитаних отримали виручку в 81 % та більше. 17 % опитаних відповіли, що вони не здійснювали підрахунків.

Одним із головних завдань для закладів сфери ресторанного господарства стало забезпечення безпеки відвідувачів та працівників, якій надалі буде приділятися багато уваги.

Але війна, що розпочалась 24 лютого 2022 року внесла багато змін у діяльність підприємств ресторанного господарства України. На всій території держави підприємства ресторанного господарства перейшли на забезпечення воїнів, тимчасово переміщених людей та людей у зонах бойових дій. Виготовлення продукції забезпечується за

рахунок благодійних організацій, волонтерських центрів та інших фондів, а самі підприємства ресторанного господарства не отримують прибутку, бо всі українці працюють заради перемоги у війні.

Компанії ресторанного сектору, що знаходяться не в зонах активних бойових дій, беруть активну участь у підтримці економіки нашої держави та українців, у тому числі забезпечують їжу для водіїв та біженців, а також пропонують їм робочі місця.

Попри воєнний стан ресторатори повертаються до роботи: частка відкритих закладів з кінця лютого зростає з 14 % до 38 %. Такі дані 24 березня оприлюднила компанія з автоматизації закладів Poster, яка залучила до дослідження більш ніж 9000 закладів-клієнтів в Україні. На заході країни найбільше відкрито ресторанів у Закарпатській області – 84 %, найменше у Львівській – 69 %. Проте в Києві відкрито лише 18 % закладів порівняно з довоєнним часом. [3].

Війна спричинила великі втрати у ресторанному бізнесі і економіки загалом у довгостроковій перспективі. Зруйновані приміщення у зонах бойових дій можливо відновити, але відсутність роботи та доходу у населення не сприятиме швидкому відновленню сфери ресторанного господарства ще довгі роки після закінчення російсько-української війни [4].

Прогнозувати щось дуже складно, а вгадати, яким буде психологічний стан людей надалі ще складніше. За думкою експертів, існують діаметрально протилежні погляди щодо майбутнього ресторанного бізнесу. Хтось стверджує, що гості залюбки повернуться до закладу якнайшвидше: пробуватимуть їжу, алкоголь та гулятимуть. Інші кажуть, що люди споживатимуть менше шкідливої їжі, алкоголю і більше дбатимуть про своє здоров'я. На таку думку схиляється більшість. Тому може реалізуватися як перший, так і другий сценарій. Більше того, обидва варіанти розвитку подій можуть існувати паралельно.

Література.

1. Жизнь во время COVID-19: влияние на ресторанный бизнес. URL: <https://www.restorator.ua/post/zhizn-vo-vremya-covid19-vliyanie-na-restoranniy-biznes>
2. Балацька Н.Ю. Ресторанный бизнес в условиях пандемии коронавируса: проблемы та напрями трансформації моделей розвитку. URL: http://market-infr.od.ua/journals/2020/42_2020_ukr/22.pdf
3. Обід за розкладом: як змінився ресторанний ринок України за місяць війни. URL: <https://rau.ua/novyni/restorannij-riнок-ukraini/>
4. Бізнес і війна: як українським компаніям відшкодувати збитки внаслідок бойових дій. URL: <https://mind.ua/publications/20239725-biznes-i-vijna-yak-ukrayinskim-kompaniyam-vidshkoduvati-zbitki-vnaslidok-bojovih-dij>

МЕРЕЖЕВИЙ МАРКЕТИНГ ЯК ЗАСІБ РОЗВИТКУ СУБ'ЄКТІВ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

*ПАХАРЕНКО О.В., К.Е.Н., ДОЦЕНТ,
МАМАЙ Б.В., СТУДЕНТ,
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ВОДНОГО
ГОСПОДАРСТВА ТА ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ*

Актуальність мережевого маркетингу пов'язана з тим, що з кожним днем з'являється велика кількість компаній, які використовують його у своїй діяльності. Це один із найефективніших з усіх існуючих на сьогоднішній день засобів розповсюдження продукції. Адаже велика кількість людей сьогодні намагається заощадити свій час та кошти і при цьому отримати прибуток. І саме мережевий маркетинг допоміг мільйонам людей покращити своє життя та здобути успіху у бізнесі.

Мережевий маркетинг або MLM – це маркетингова концепція, що припускає створення мережевої (багаторівневої) організації, покликаної просувати товари та послуги від виробника до споживача, використовуючи прямий контакт людини з людиною [1].

Уперше про мережевий маркетинг заговорив Карл Ренборг, який створив перший в світі ланцюговий механізм з дистриб'юторами, котрі розвинулися і стали поширюватися по всьому світу. Зараз 20 % мільйонерів в США отримали значні прибутки саме завдяки MLM [2].

Також існує міф що мережевий маркетинг це шахрайство. Так сталося тому що, багато пірамід стали маскуватися під MLM-проекти. Але потрібно чітко розрізняти що мережевий маркетинг – це бізнес, а фінансові піраміди – це шахрайство.

З популяризацією Інтернет-технологій цей вид маркетингу став ефективнішим. Мережевий маркетинг заснований на концепції реалізації товарів і послуг за допомогою створення мережі незалежних торгових агентів. Використання мережі Інтернет скорочує кількість проміжних учасників у процесі реалізації товарів чи послуг, тим самим створюючи прямий зв'язок «виробник – покупець». До того ж, Інтернет-технології дають можливість не тільки реалізовувати свій товар або послугу безпосередньо, а й знаходити новітні способи збуту продукції. Таким чином, ці комунікації у мережевому маркетингу мають величезну широту охоплення і необмежені можливості передачі інформації.

Мережевий маркетинг був покликаний вирішити наступні завдання:

- знизити вартість товару для кінцевого споживача;
- прискорити процес поставки товару до кінцевого споживача;
- виключити підробки товару;
- мотивувати співробітників компанії грошима і бізнес-можливостями [3].

Концепція багаторівневого маркетингу передбачає, що фірма відбирає першу групу людей (4 чи 5 чоловік), які називаються спонсорами, які в свою чергу відбирають 4 чи 5 помічників (дистриб'юторів) для збуту продукції, яку вони закупають у спонсорів. Дистриб'ютори створюють власну збутову мережу 4 чи 5 чоловік (супервізори), які в свою чергу знаходять собі помічників (супервайзерів) і останні підшуковують 4 чи 5 помічників (координаторів). Така схема організаційної структури є типовою для більшості мережевих компаній [4].

Спробуємо розглянути переваги та недоліки MLM для того, щоб краще зрозуміти, чи доцільно брати участь у такій діяльності.

Отож, серед переваг можна виділити:

1. Унікальність продукції.
2. Маркетинг-план. Ти можеш спрямувати свій бізнес так, як вважаєш за потрібне, що ти вважаєш найбільш корисним для себе.
3. вигідне придбання. Ти можеш купувати продукцію, користуючись наданою компанією знижкою.
4. Зручний графік роботи. Це один з найліпших варіантів, і для людей, які мають змогу працювати декілька годин на день або в тиждень, і для тих, хто має наміри завзято працювати задля досягнення фінансового благополуччя.
5. Кар'єра. Тут можна досягти навіть найвищої кар'єрної сходинки, незважаючи на твій вік, стать, освіту та кваліфікаційний рівень.
6. Згуртований колектив.

До недоліків, доречно віднести:

1. Очевидна подібність MLM з оманною або шахрайськими схемами. Необхідність відчувати тонку межу при поясненні потенційним співробітникам ризичі.

2. Непродуктивні затрати на первинній стадії: витрати на платні семінари та лекції, спеціалізовану літературу, відповідний одяг і аксесуари.

3. Відсутність професійного мислення. Адже до співробітництва залучаються кадри без спеціальної освіти.

4. Численні зустрічі з клієнтами без надання чіткої інформації щодо потенційних фінансових ризиків.

5. Для того, щоб розширити мережу, залучають нових учасників нижнього рівня, зазвичай, зі шкодою для зростання реальних продажів.

6. Моральне навантаження.

Отже, незважаючи на всі недоліки мережевого маркетингу, він отримав абсолютно заслужене визнання, адже зараз тисячі людей досягають фінансової незалежності саме за допомогою MLM. Врегулювання цієї діяльності в Україні сприятиме зростанню робочих місць та отриманню додаткових коштів в бюджет, що так необхідно нашій країні.

Література.

1. Мережевий маркетинг і MLM.
URL: <https://www.education.ua/articles/436/>
2. Данніков О.В. Теорія і практика маркетингу в Україні.
К.: КНЕУ. 2005. 479 с.
3. Що таке мережевий маркетинг; повний огляд MLM-бізнесу для новачків. URL: <http://bigenergy.com.ua/fnansi/bznes-dlya-pdpri/1138-shho-take-merezhevij-marketing-mlm--oglyad-biznesu-prikladi.html>
4. Заячковська Г.А. Мережевий маркетинг. К.: ТНЕУ. 2016. 21 с.

УПРАВЛІННЯ РИНКОМ ТЕХНІКИ ДЛЯ ПОЛЬОВОГО КОРМОВИРОБНИЦТВА

***ПЕТРОВ В.М., К.Е.Н., ДОЦЕНТ,
ДЕРЖАВНИЙ БІОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ***

Польове кормовиробництво відіграє важливу роль в економіці сільськогосподарських підприємств, що здійснюють великотоварне виробництво продукції тваринництва. Практично кожні 2,0 % зниження собівартості кормів зменшують на 1,0-1,4 % виробничу собівартість м'яса і молока. З урахуванням великої вартості сучасних засобів механізації для кормовиробництва та наявності стійкої тенденції до її зростання останніми десятиліттями, ефективність комплектування та експлуатації парків відповідних машин суттєво впливає не тільки на показники економічної ефективності виробництва продукції тваринництва, а й на результати господарської діяльності суб'єктів господарювання у цілому.

Складна система годівлі тварин та її сезонність потребує залучення до технологічного процесу кормовиробництва великого

різноманіття специфічних технічних засобів, що, як правило, характеризуються низьким рівнем уніфікації та використовуються протягом року нетривалий період часу. Фактор низького рівня сезонного завантаження техніки суттєво впливає на зростання собівартості 1 га механізованих робіт у польовому кормовиробництві та, відповідно, до збільшення собівартості кормів і продукції тваринництва.

За останні 20-25 років проблема забезпечення вітчизняних сільських товаровиробників технікою для польового кормовиробництва значно загострилася. Особливі труднощі виникли з постачанням складних машин і технологічних комплексів для збирання, заготівлі і приготування кормів (самохідні та причіпні кормозбиральні комбайни, прес-підбирачі для грубостеблових кормів, окремі види обладнання для кормоцехів тощо), виробництво яких до 1991 р. історично було зосереджене поза межами України.

За умов неможливості налагодження серійного виробництва складної техніки для кормовиробництва в Україні, провідним каналом її надходження до сільських товаровиробників залишається постачання з-за кордону. Причому у динаміці частка імпортованих машин постійно зростає і за останні роки вже досягла 80-90 % [1, с. 81; 2, с. 7; 3, с. 98].

Серед техніки для польового кормовиробництва, що завозиться в Україну, спостерігається великий діапазон стосовно виробників, продуктивності і термінів використання – від найсучасніших інноваційних моделей до старих із строком експлуатації 10 років і більше. Дуже часто це стає на заваді забезпечення якісним, кваліфікованим і доступним за ціною технічним сервісом [4, с. 217].

Економічна ефективність використання будь-якої одиниці сільськогосподарської техніки безпосередньо пов'язана з обґрунтованим розширенням її функціональних можливостей. Це дає змогу власне як інтенсифікувати використання машини та її робочих органів, так і зменшити кількість найменувань техніки у господарстві та, відповідно, зекономити капітальні вкладення на її придбання. В останнє десятиліття за кордоном збільшення показників сезонного завантаження на самохідні кормозбиральні комбайни досягають за рахунок їх активного використання на збиранні зеленої маси для виробництва біогазу; агрегування замість жаток зі спеціальними фуражирами для завантаження сіна й соломи зі скирт у зимовий період; обладнання спеціальними адаптерами та налаштування системи подачі і подрібнення рослинної маси для збирання енергетичних рослин на щепу тощо. Головною умовою тут є виконання альтернативних робіт

у технологічні «вікна» та у міжсезонний період без чіткої прив'язки до певних термінів. Розширення універсальності використання потужних самохідних кормозбиральних комбайнів визнано одним із перспективних шляхів збільшення їх сезонного завантаження, зменшення собівартості одиниці робіт та, відповідно, скорочення строків окупності.

Сучасні моделі самохідних кормозбиральних комбайнів провідних світових виробників характеризуються високим рівнем їх технічної і технологічної надійності, зручністю експлуатації, відмінною якістю подрібнення зеленої маси. До вибору найбільш оптимальної моделі кормозбирального комбайну вітчизняним сільським товаровиробникам необхідно підходити з позицій врахування низки основних виробничих факторів: розмірів посівних площ кормових культур у господарстві, які плануються до збирання таким типом машин, середньої врожайності, агротехнічних термінів виконання робіт тощо. Головними критеріями при остаточному виборі повинні виступати такі техніко-технологічні та економічні показники: питомі експлуатаційні витрати на збирання 1 га; годинна продуктивність, що зумовлюється такими головними технічними характеристиками, як потужність двигуна, параметри системи подачі рослинної маси і її подрібнення та «прив'язаної» до неї ширини захвату жатки; питомі витрати пального на 1 га; коефіцієнт надійності; енергоємність (відношення потужності двигуна до маси комбайна); вартість кВт або к.с. потужності двигуна; вартість 1 кг маси комбайна. При опрацюванні остаточного рішення щодо купівлі необхідно враховувати якомога більшу кількість критеріїв.

Література.

1. Захарчук О.В. Експорт та імпорт сільськогосподарської техніки. *Економіка АПК*. 2020. № 6. С. 81-89. <https://doi.org/10.32317/2221-1055.202006081>
2. Лупенко Ю.О., Захарчук О.В., Могилова М.М. Наукове забезпечення техніко-технологічного оновлення аграрного виробництва в Україні. *Економіка АПК*. 2017. № 5. С. 5-12.
3. Перебийніс В.І., Рогоза М.Є., Косарева Т.В., Перебийніс Ю.В. Матеріально-технічне забезпечення агропродовольчого комплексу в контексті модернізації промисловості. *Вісник економічної науки України*. 2019. № 1. С. 92-100.
4. Петров В.М. Проблеми і перспективи організації технічного сервісу імпоротної сільськогосподарської техніки в Україні. *Вісник Харківського національного аграрного університету ім. В.В. Докучаєва. Сер. Економічні науки*. 2006. № 11. С. 215-219.

МАРКЕТИНГОВІ ІНСТРУМЕНТИ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ТОРГОВОЇ МАРКИ

*ПІЛИПЕНКО О.В., К.Е.Н., ДОЦЕНТ,
ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІНФРАСТРУКТУРИ ТА ТЕХНОЛОГІЙ*

Об'єктом дослідження інструментів управління розвитком торгової марки в умовах динамічних змін економічного середовища обрано українського виробника приправ та харчових концентратів – ТОВ «ДІА», що з 1993 р. пропонує на українському ринку широкий асортимент приправ та іншої харчосмакової продукції під торговими марками «ЕКО», «Велика ложка» та іншими. Продукція підприємства у довоєнний час була широко представлена на ринку та реалізувалася через мережу роздрібних торговельних підприємств практично у всіх населених пунктах України. З асортиментом продукції ТМ «ЕКО» можна ознайомитись на сторінці підприємства у Facebook [1].

На основі маркетингових досліджень встановлено існування таких проблем, як низький рівень прибутковості діяльності та недостатня лояльність споживачів до торгових марок підприємства, у зв'язку з чим прийнято рішення задіяти такі інструменти як: 1) розширення та удосконалення асортименту продукції (крок ризикований і часто хибний); 2) приділити більше уваги засобам комунікації та формування позитивного іміджу бренду у споживачів. Засобами комунікаційної підтримки може бути активна реклама, спонсорство кулінарного шоу, «нативна» реклама у блогерів, співпраця з відомим шефом та співпраця з закладами харчування. Пропонуються такі заходи:

1. Спонсорство кулінарного шоу.

Успішна ТМ «Приправка» активно співпрацює з відомим українським телешоу «Мастер Шеф»

ТОВ «ДІА» близько року назад почало співпрацю з телешоу «Готуємо разом», що йде на каналі «ІНТЕР». Проте рейтинги цього шоу нижчі, ніж в шоу «Мастер Шеф». Близьким по рейтингу є телешоу «Все буде смачно», що йде також на каналі СТБ. Проаналізувавши кілька випусків за 2019 рік, ми не помітили реклами певного бренду приправ. Під час приготування всі спеції знаходяться в небрендованому посуді. Тому, ми можемо спробувати співпрацювати з ними.

2. Нативна реклама у блогерів.

Для споживачів, які для отримання інформації використовують платформу Youtube та соціальні мережі. Можливості Youtube

дозволяють подивитись телешоу, а також тут кожен може створити свій канал з будь-яким контентом. Отож, є декілька варіантів використання таких каналів з метою формування позитивного іміджу у споживача, підвищення впізнаваності бренду. Можна створити своє Youtube-шоу на кулінарну тематику, куди вони будуть запрошувати відомих людей, що дозволить автоматично залучити до аудиторії їх прихильників, фанатів, підписників. В якості варіанта можна розглядати спонсорство Youtube-шоу. Для прикладу можемо взяти канал Євгенія Клопотенка, на каналі якого близько 14 тисяч підписників. В мережі Instagram є багато фуд-блогерів, що ведуть кулінарні блоги, знімають приготування страв та діляться ними з підписниками. Метою вдосконалення маркетингових комунікацій є залучення більшої кількості користувачів, що дізнаються про наш бренд.

3. Співпраця з відомим шефом.

Для такої реклами краще всього обрати шефа з відмінною репутацією, адже наші товари будуть автоматично асоціюватись з шефом. Обрати шеф-повара для співпраці можемо з топ-15 кращих шеф-поварів України.

4. Співпраця із закладами харчування.

Ресторани, бари та кафе при приготуванні своїх страв щодня використовують чимало різноманітних спецій. Наприклад, ТОВ «ДІА» може запропонувати постачання спецій за зниженими цінами, натомість в меню біля певних страв можна залишити позначку «Використані приправи українського виробництва ТМ «ЕКО». Це автоматично формує у споживача асоціювання смачних ресторанных страв зі спеціями ТМ «ЕКО».

Для того, щоб залучити новий сегмент споживачів ТОВ «ДІА» потрібно розширяти асортимент продукції. Враховуючи сучасні тенденції, пропонуємо розширити асортимент продукції за рахунок продукції із вмістом натуральних компонентів (т. зв. «еко-продукції», наприклад «еко-цукерки») та органічної продукції. З використанням лише натуральних інгредієнтів підприємство може виготовити: фруктові висушені слайси, вкриті шоколадом, цукерки з використанням різноманітних фруктів, сухофруктів, горіхів та кокосу.

Ринок екологічних товарів продовжує розвиватись по всьому світі. В Європі він перестав бути новим, став звичним явищем та динамічно розвивається [2]. Тренд на екологічність дуже популярний у США. Там подібну продукцію споживає понад 40 % жителів [3]. Для України конкурентною перевагою і виправним трендом може стати ринок екологічно чистих продуктів харчування та органічної продукції. Кількість споживачів таких товарів в Україні продовжує рости, навіть

незважаючи на те, органічні продукти є дорожчими на 15-20 % від ціни «звичайних» товарів, а в Україні й у 2-3 рази [4]. Звісно, це відлякує багатьох. Отже, нашою задачею буде розробка і пропозиція нових асортиментних позицій за доступною ціною.

Успіх в реалізації органічних товарів залежить від їх вдалого позиціонування [5, с. 13; с. 31-36]. Одна з основних помилок – пакування. Часто упаковка таких товарів неприваблива і невиразна, на ній відсутня корисна інформація. Знак екологічності сприймається споживачами як маркетинговий хід. Щоб збільшити обсяг продаж треба подолати високий рівень скепсису у суспільстві щодо різного роду еко-брендування, збільшити рівень інформованості споживача про продукцію.

Література.

1. ТМ «Еко». <https://www.facebook.com/eco.spices/>
2. Скороход І.С. Розвиток Європейського ринку екологічних товарів та послуг: досвід для України. *Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України*. 2020. Вип. 2(142), С. 71-77. URL: [http://ird.gov.ua/sep/sep20202\(142\)/sep20202\(142\)_071_SkorokhodI.pdf](http://ird.gov.ua/sep/sep20202(142)/sep20202(142)_071_SkorokhodI.pdf)
3. Без молока, одяжки и цемента. Экологические тренды 2020 года, которые коснутся каждого. URL: <https://www.forbes.ru/forbeslife/393091-bez-moloka-odezhdy-i-cementa-ekologicheskie-trendy-2020-goda-kotorye-kosnutsya>
4. «Чому так дорого?»: що таке органічні продукти й чи дійсно вони кращі за звичайні. The Village. URL: <https://www.the-village.com.ua/village/food/food-guide/299237-organichni-produkti-scho-tse-oznachae>
5. Органічне виробництво і продовольча безпека. Житомир: Вид-во ЖНАЕУ, 2019. 452 с.

АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ ПРОМОЦІЙНОЇ СКЛАДОВОЇ СИСТЕМИ МАРКЕТИНГУ: ДОСВІД ЗАСТОСУВАННЯ ДИСКРИМІНАНТНИХ, ОПТИМІЗАЦІЙНИХ ТА ПРИКЛАДНИХ ЕКОНОМЕТРИЧНИХ МОДЕЛЕЙ

**ПІЛЬКО А.Д., К.Е.Н., ДОЦЕНТ,
ПРИКАРПАТСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТЕФАНІКА**

В умовах ринкової економіки підприємства функціонують в режимі, що визначається загостренням конкуренції та одночасним підвищенням вимог до ефективності окремих напрямів роботи.

Динаміка розвитку як товарних ринків, так і ринків послуг суттєво змінює пріоритети в управлінні промоційною складовою системи маркетингу на підприємстві. Іншими словами, структурні підрозділи, котрі відповідальні за організацію промоційної діяльності підприємства, а саме – відділи маркетингу і збуту, в своїй роботі вимушені орієнтуватись як на існуючі методики управління маркетинговими операціями, так і на розробку нових підходів до оптимізації процесів управління промоційною діяльністю. Відповідно до цього, актуальними і затребуваними будуть результати прикладних досліджень, спрямованих на розробку дієвих методик оцінювання та аналізу ефективності управління промоційною діяльністю підприємства.

Узагальнюючи наявні підходи до трактування поняття «промоційна діяльність інвестиційно-будівельної компанії», можна зробити висновок, що це комплексна програма заходів, яка передбачає поєднання трудових, фінансових, матеріальних та інформаційних ресурсів заради формування набору інструментів і заходів, з метою проведення цілеспрямованого інформаційного впливу на зовнішнє середовище компанії, і, зокрема, на цільову аудиторію з урахуванням специфічних характеристик ринку житлової та комерційної нерухомості. Цілком закономірно, що промоційна діяльність визнається однією з ключових функцій управління, котра забезпечує формування конструктивних взаємовідносин між інвестиційно-будівельною компанією та середовищем, в якому вона функціонує. Не применшуючи вагомості інших складових промоційної діяльності, в проведених дослідженнях [1, 2] акцент зроблено на пріоритетності аналізу ефективності управління системою маркетингових комунікацій підприємства, як одного з найдієвіших механізмів промоційної діяльності, а також формування його конкурентоспроможності та ринкової позиції.

Зважаючи на численні слабкі сторони застосування експертних та інтуїтивних методів в практиці управління промоційною діяльністю підприємства віслюму та системою маркетингових комунікацій зокрема, в дослідженні, окремі результати якого наводяться в даній публікації, акцент зроблено на позитивному досвіді застосування можливостей використання в процесі аналізу ефективності управління промоційною діяльністю дискримінантних, оптимізаційних та прикладних економетричних моделей, розроблених на основі інформації про показники роботи інвестиційно-будівельної компанії. Ефективність промоційної діяльності та системи маркетингових комунікацій – це

«вплив маркетингових комунікацій на отримання певних цільових результатів в заданому часовому інтервалі з врахуванням факторів внутрішнього і зовнішнього середовища підприємства, які вимірюються відношенням ефектів (економічних і комунікативних) до витрат на їх досягнення» [3].

Задача підвищення ефективності управління маркетинговим комунікаційним процесом полягає в попередньому аудиті маркетингових комунікацій, подальшій ідентифікації каналів комунікацій, котрі доцільно інвестувати і визначенні оптимального з точки зору максимізації результуючих показників роботи підприємства розподілу ресурсів між каналами комунікацій. Формування системи показників, вирішення задачі аналізу та оцінки ефективності управління маркетинговим комунікаційним процесом за допомогою динамічних економетричних моделей допомогли вибрати канали в які найкраще інвестувати в рамках просування інвестиційно-будівельних проєктів, а також знайти значення їх вагових коефіцієнтів та розробити власну оптимізаційну модель максимізації прибутку. Знаходження розв'язку сформованої таким чином моделі засвідчило, що за теоретичного (модельного) плану інвестування різниця між модельними та фактичними значеннями доходу підприємства є істотною.

Формування та оцінка дискримінантних моделей дозволили запропонувати альтернативний підхід до класифікації та прогнозування ефективності промоційних заходів, причому також з урахуванням лагового ефекту зміни економічних умов. Запропонований в даній роботі механізм аналізу та оптимізації показників ефективності управління маркетинговим комунікаційним процесом може стати основою для подальшого підвищення рівня дохідності та конкурентоспроможності підприємств, котрі інвестують в розвиток системи маркетингових комунікацій.

Література.

1. Pilko A. Experience of application of optimization and applied econometric models in the practice of analysis of enterprise' marketing communications management efficiency. *Development of the innovative environmental and economic system in Ukraine. Collective monograph*. Edited by: Khudolei Veronika, Ponomarenko Tetiana. Prague. 2019. 498 p., p. 428-448.
2. Pilko Andriy, Trukhym Liliia. Models of marketing communication costs effectiveness evaluation. *The 9th International scientific and practical conference «The world of science and innovation» (April 7-9, 2021)*. Cognum Publishing House, London, United Kingdom. 2021. 794 p., p. 100-112.

3. Гузь М.М. Аналіз комунікаційного впливу маркетингових програм на споживачів в процесі оцінки ефективності управління маркетинговими комунікаціями банківських операцій. *Науковий вісник Національного гірничого університету*. Дніпропетровськ, 2010. № 2. С. 95-98.

МАРКЕТИНГОВІ СТРАТЕГІЇ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

***РЕЙЗЛЕР Є.Д., ЗДОБУВАЧ ВИЩОЇ ОСВІТИ*,
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
БУДІВНИЦТВА ТА АРХІТЕКТУРИ***

Сучасні глобалізаційні зміни у структурі міжнародної економіки вимагають від підприємств сьогодення швидкого пристосування до ситуації та пошуку нових методів формувань системи стратегічного управління. Зокрема, виникає потреба у розширенні сфер використання маркетингових інструментів та загалом маркетингових стратегій управління підприємством.

Маркетингова стратегія включає в себе орієнтацію підприємства на ринок, тобто дозволяє поєднати внутрішнє та зовнішнє середовище для забезпечення найбільш ефективної роботи та отримання більшої кількості прибутку [1, с. 80-82].

Оскільки маркетингова стратегія орієнтована на ринок, варто зазначити, що її класифікація маркетингових стратегій досить розгалужена. Так, наприклад, за загальноекономічним станом підприємства є стратегія виживання, стабілізації та росту, а за станом ринкового попиту існують стратегії стимулюючого маркетингу, синхромаркетингу, підтримуючого маркетингу, ремаркетингу та демаркетингу.

Важливо зазначити, що вибір напряму маркетингової стратегії повністю залежить від наявної мети підприємства. Їх може бути декілька, проте для кожної необхідно прорахувати перспективи та розподілити на децю меншу підцілі [2, с. 114-120].

На сучасному етапі підприємства під час впровадження маркетингових стратегій, можуть стикатися з проблемами, що пов'язані з: обмеженістю ринків збуту та обізнаності кола споживачів лише на одному продукті, обмеженим часовим проміжком для виводу нових товарів на ринки, суттєвим розмеженням ринків, що ускладнює вибір оптимальної продукції для виходу на ринок тощо.

* *Науковий керівник – Коледіна К.О., к.е.н., доцент*

Для запобігання зазначених вище проблем, підприємство, а саме – маркетинговий відділ, має чітко окреслити цілі та розробити їх вектор розвитку, постійно моніторити ситуацію на ринках, налагодити ефективну взаємодію підрозділів підприємства.

Таким чином, підсумувавши усе вищезазначене, можна стверджувати, що маркетингові стратегії будуть продовжувати набувати широкого поширення, як серед малого підприємництва, так і серед великого та середнього, оскільки вони дозволяють досягати більшого прибутку з меншими витратами.

Література.

1. Гвоздік А.Г. Маркетингові управління підприємством: основні аспекти. *Problems of practice, science and ways to solve them: The IV International Science Conference (Milan, Italy, October 11-13). 2021. С. 80-82.*

2. Семенда О.В. Маркетингова стратегія підприємства на основі аналізу поведінки споживачів. *Scientific goals and purposes in XXI century: Proceedings of the 2nd International Scientific and Practical Conference (Seattle, USA, January 19-20). 2022. С. 114-120.*

ОСОБЛИВОСТІ МОТИВАЦІЇ В АГРАРНОМУ ВИРОБНИЦТВІ

**СМІГУНОВА О.В., К.Е.Н., ДОЦЕНТ,
ХАЛІН С.В., К.Е.Н.,
ПРОЗОРОВА Н.В., К.Е.Н., ДОЦЕНТ,
ДЕРЖАВНИЙ БІОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Переважаюча функція менеджменту – впливати на інших, щоб мотивувати працівників працювати для досягнення поставлених цілей. Важливим аспектом цієї функції є мотивація, яка викликає великий інтерес у зв'язку з підвищенням ролі суб'єктивних факторів у суспільному виробництві, ускладненню умов праці та позаробочої діяльності, покращенню добробуту і розвитком особистості.

Слід зазначити, що сільськогосподарська праця є менш привабливою, в основному через низьку оплату праці та відсутність перспектив покращення соціально-економічних умов життя, що змушує працездатне населення мігрувати в міста.

У 2020 р. частка сільського населення складала 30,7 %. Наразі сільське населення не надає перевагу аграрній праці ні в сільськогосподарських підприємствах, ні у фермерських чи особистих господарствах [1]. За період 2018-2020 рр. чисельність працівників,

зайнятих в галузі скоротилась на 7,4 % та склала 2721,2 тис. осіб. При цьому відмічене поступове зростання середньомісячної оплати праці працівників сільського господарства – на 27,8 %, яка склала у грудні 2020 р. 9734 грн [2].

Заробітна плата в сільському господарстві, безсумнівно, буде головною мотиваційною силою протягом тривалого часу, тому її вмале використання в системі мотиваційних ефектів, положень і стимулів для працівників є дуже важливим. Мотивація через систему оплати праці є складним процесом і не відповідає простому правилу: чим більше грошей, тим вище мотивація. Величина рівня мотивації, спричиненого заробітною платою, може бути як високою, так і низькою, вона формується під впливом багатьох внутрішніх і зовнішніх факторів. Ці фактори діють в різних напрямках, одні посилюють мотиваційний ефект грошей, а інші гальмують [3].

Загалом, особливості мотивації праці у сільському господарстві зумовлені причинами, що умовно об'єднані в три групи: пов'язані із особливостями галузі сільського господарства як сфери людської діяльності, особливостями сільськогосподарської праці та організаційними факторами.

В основу формування заробітної плати працівників, зайнятих в сільськогосподарському виробництві, покладено вид виконуваної роботи; компетенції працівника; ефекти роботи (індивідуальний чи колективний); критерії ринку.

Сучасною формою мотивації є винагорода за компетенції, однак, дана форма майже не застосовується в сільськогосподарських підприємствах. Посилення глобальної конкуренції та невизначеності змістили акцент з поточних на перспективні ефекти діяльності, що здатні забезпечити конкурентоспроможну перевагу підприємствам. В результаті, винагороди за минулі ефекти поступаються винагородам за майбутні результати. В аспекті стратегії конкурентоспроможності підприємства такий підхід зрівнює принцип оплати за необхідні та застосовані в роботі компетенції та принципу оплати за наявні та важливі компетенції. Винагорода за компетенції може бути застосована лише у визначених умовах.

Прив'язка заробітної плати до компетенцій може бути здійснена в різний спосіб, однак важливо враховувати його відповідність стратегії, структурі та організаційній культурі підприємства. Цей спосіб дозволяє врахувати еволюцію роботи від орієнтації на посаду до орієнтації на виконувані ролі, яка є більш ефективною. В цьому аспекті відзначають наступні способи залежності заробітної плати від компетенцій.

Перший спосіб є утриманням орієнтації на посаду, що характерно для підприємств, спрямованих на процеси. Тут компетенції до певної міри замінюють традиційні чинники оцінювання робіт, визначення основних ставок заробітної плати. Перевага віддається жорстким компетенціям виконавців. Зв'язок заробітної плати з компетенціями реалізується через основну оплату праці.

Другий спосіб орієнтований на виконування ролі. Створюються профілі ролей і відповідні їм компетенції на різних рівнях. В такому випадку додаткова частина заробітної плати вища, ніж при застосуванні попереднього способу.

Третій спосіб зв'язку характерний для мережевих організацій. Актуальність його застосування в підприємствах сільськогосподарської галузі обумовлена тим фактом, що знання, вміння в сфері обслуговування відіграють важливу для підприємств галузі роль. Цей спосіб повністю зорієнтований на працівника, характеризує залежність передусім додаткової частини заробітної плати від компетенції.

В практиці сільськогосподарських підприємств винагорода за компетенції використовується нечасто, переважно у процесі оцінювання роботи працівників для формування основної заробітної плати, а також при встановленні заробітних плат значимих для підприємства груп працівників.

Загалом можна зазначити, що одним з основних стимулів для працівників сільського господарства є рівень матеріального стимулювання, про що неодноразово наголошувалося в економічній літературі, але функціонування системи мотивації праці, яка переважно базується на цьому стимулі, є неможливим з огляду на постійно зростаючі потреби людей, і, як наслідок – необхідності грошових коштів на їх задоволення.

Література.

1. Сільське господарство України 2020: статистичний збірник. Державна служба статистики України, 2021. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2021/zb/09/zb_sg_20.pdf (дата звернення: 05.06.2022).

2. Демографічна та соціальна статистика. Ринок праці. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/dem/r_pr.htm/ (дата звернення: 05.06.2022).

3. Нестерович А.В. Теоретико-методологічні аспекти мотивації праці у сільському господарстві. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Економічні науки*. 2015. Вип. 14(4). С. 75-78.

РИЗИКИ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

*СОРОКОТЯГА М.С., ЗДОБУВАЧ СТУПЕНЯ ДОКТОРА ФІЛОСОФІЇ,
ДЕРЖАВНИЙ БІОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ*

Господарська діяльність підприємств України характеризується значною мінливістю та непередбачуваністю, що є головними чинниками виникнення ризиків, які обов'язково мають бути враховані при виборі стратегії розвитку підприємства. Під час оцінки ризиків базовими величинами, що розраховуються, є величина збитків, яких може зазнати підприємство та ймовірність настання цих збитків. Одним із ефективних методів запобігання ризиків є диверсифікація. Проте і при її впровадженні можливе виникнення ризикових ситуацій, які є найскладнішою проблемою, що виникає при вирішенні питання та прийнятті рішення щодо диверсифікації діяльності підприємства. Прогнозування економічних ризиків у кожній конкретній ситуації здійснюється з урахуванням особливостей реалізації певного проекту або виконання певної угоди [1].

Для того щоб розробити найбільш повне і правильне поняття цього терміну, доцільно розглянути основні підходи до визначення поняття «ризик». А.І. Донець зазначає, що ризик – це ситуативна характеристика діяльності будь-якого виробника, що відображає невизначеність її результату і можливі несприятливі наслідки у разі невдачі [2]. Професор О.Є. Гудзь зазначає однією з мотивів диверсифікації зменшення або розподілення ризиків підприємства. В той же час звертає увагу на виявлення потенційних ризиків від самого впровадження диверсифікації залежно від стадій впровадження [3].

Диверсифікація служить страховим механізмом і підсилює конкурентні позиції підприємств. Під час упровадження диверсифікації відбувається розширення головного профілю діяльності – досягнення більшого обсягу робіт, що дає змогу отримати цінові знижки, знизити затрати на рекламу, підтримати репутацію товару на ринку, поліпшити технології обслуговування і підвищити завантаженість виробничих потужностей. Тому підприємства з диверсифікованим виробництвом відзначаються вищою стійкістю економіки, особливо в умовах мінливого зовнішнього середовища і прояву кризових явищ: інфляції, низької платоспроможності населення тощо.

* Науковий керівник – Таран О.М., к.е.н., доцент

Ризик безпосереднім чином пов'язаний з управлінням і знаходиться в прямій залежності від ефективності та обґрунтованості прийнятих управлінських рішень. В свою чергу однієї зі стратегій зниження ризику підприємницької діяльності в науковій літературі прийнято вважати стратегію диверсифікації діяльності. Однак впроваджуючи дану стратегію підприємство частково скорочує ризики основної діяльності, в той же час за рахунок створення нових напрямків бізнесу – з'являються нові ризики, які також можуть вплинути на підприємство в цілому.

Загальний ризик складається з двох компонентів:

1) несистематичний (диверсифікований, власний) ризик; він притаманний конкретному підприємству і підлягає зменшенню в результаті диверсифікації;

2) систематичний (не диверсифікований, ринковий) ризик; його неможливо зменшити шляхом подальшої диверсифікації, він породжується причинами, які впливають на ринок в цілому (інфляція, темпи зростання ВВП тощо) [4].

Тому виникає необхідність у формуванні моделі процесу управління ризиками на підприємстві та висвітленні методичної та аналітичної підтримки даного процесу:

1) Ідентифікація – процес розпізнавання (усвідомлення) ймовірності настання несприятливої події. Складові процесу ідентифікації: збір даних; розгляд та ідентифікації ризиків; проведення незалежної оцінки виявлених ризиків (якщо доцільно).

2) Аналіз – процес оцінки ідентифікованих ризиків на предмет вірогідності настання, рівня можливої шкоди та інших суттєвих показників для кожного конкретного випадку. Складові процесу аналізу: проведення оцінки ймовірності; створення категорій ризику; оцінка впливу ризиків; визначення тяжкості ризику; визначити терміни настання ризикової події.

3) Планування управління ризиками – розробка тактичних та стратегічних планів управління ризиками. Складові процесу планування управління ризиками: визначення пріоритетів і варіантів скорочення ризику; сформувавати відповідну стратегію управління ризиками; розробити відповідний план реагування на ризики.

4) Управління ризиками – формування управлінських рішень з впровадження відповідної стратегії. Складові процесу управління ризиками: встановлення форматів звітності; визначення якості оцінки ризиків; коригування стратегії управління ризиками [5].

Структура ризиків при диверсифікації змінюється у часі під впливом змін зовнішнього та внутрішнього бізнес-середовища, тому тільки сформулювати стратегію для управління ризиками недостатньо, потрібно мати механізм її реалізації – систему управління ризиками. В цілому диверсифікація ризиків – специфічна сфера фінансового інжинірингу, яка вимагає високого рівня знань та особливої підготовки спеціалістів.

Література.

1. Палисюк Т.Г., Князевич А.О. Обґрунтування підходів до диверсифікації ризиків підприємств. *Вісник соціально-економічних досліджень*. Одеса, 2014. Вип. 2 (53). С. 119-123.
2. Донець Л.І., Романенко Н.Г. Основи підприємництва: навч. посіб. Київ: Центр навч. л-ри, 2006. 320 с.
3. Гудзь О.Є. Управління диверсифікацією діяльності підприємства. *Економіка. Менеджмент. Бізнес*. 2015. № 1. С. 14-22. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecmebi_2015_1_4 (дата звернення 04.05.2022).
4. Згурська О.М. Ризики диверсифікаційної діяльності підприємств. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління: Економіка та управління підприємствами*. Дніпро, 2019. Вип. 6 (23). С. 279-286.
5. Воронець Д.О. Модель процесу управління ризиками диверсифікації діяльності підприємства. *Вісник Хмельницького національного університету: Економічні науки*. Хмельницький, 2019. № 1 С. 13-16.

МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ СИСТЕМНИМ РОЗВИТКОМ ЗАКЛАДІВ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я

***СТАХІВ О.В., ЗДОБУВАЧ СТУПЕНЯ ДОКТОРА ФІЛОСОФІ*,
ЗАХІДНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ***

За результатами узагальнення теоретико-концептуальних засад управління розвитком встановлено, що системний розвиток підприємства – це структурно-динамічні та кваліметричні трансформації у його діяльності, які сприяють оптимізації та ефективізації господарських процесів, інтенсифікують нарощення економічного потенціалу, посилюють рівень резилентності до чинників мінливого внутрішнього і зовнішнього середовища функціонування, формують здатність до набуття конкурентних переваг.

* Науковий керівник – Августин Р.Р., д.е.н., доцент

Системний розвиток підприємства головно характеризується ознакою комплексності [1, с. 24-27]. Саме тому, ключовими напрямками та параметрами системного розвитку є: фінансовий (збільшення доходу і прибутку, рентабельності, посилення фінансової стійкості, ліквідності, платоспроможності, здійснення інвестицій в модернізацію, розширення потужностей, технологізацію та ін.); інтелектуально-кадровий (залучення висококваліфікованих кадрів, імплементація прогресивної системи оплати праці та преміювання персоналу, забезпечення підних умов праці, проведення заходів підготовки, перепідготовки, підвищення кваліфікації кадрів та ін.); господарсько-технічний (збільшення обсягів господарської діяльності, розширення асортименту та номенклатури товарів та послуг; нарощення потужностей та ефективності їх використання, технологічна модернізація бізнес-процесів та ін.); інноваційно-технологічний (розробка інноваційних та високотехнологічних видів продукції (послуг), впровадження інноваційних технологій у господарську діяльність, нарощення та удосконалення техніко-технологічної бази та ін.), маркетингово-інформаційний (проведення маркетингових досліджень з метою освоєння нових сегментів ринку та пошуку нових споживачів, формування та наповнення інформаційної клієнтської бази, оптимізація інформаційно-комунікаційної системи) та організаційно-управлінський (розробка та реалізація стратегій, програм, концепцій системного розвитку бізнесу, оптимізація та удосконалення управлінсько-організаційної структури та ін.).

Процес системного розвитку закладів охорони здоров'я за своєю сутністю тісно пов'язаний з великою кількістю факторів, умов та напрямів діяльності, які у сукупності забезпечують його керований, планомірний поступ та потребують ефективної управлінської підтримки [2, с. 154]. Одне з ключових місць під час встановлення системи управління розвитком відводиться дотриманню базисних принципів, склад яких, з урахуванням специфіки діяльності закладів охорони здоров'я вкючає: системність, інтегрованість, резилентність, резистентність, безперервність, людиноцентричність, акумулятивність, соціально-економічну ефективність, зовнішню соціальну відповідальність, синергічність.

Необхідно враховувати й особливості управління системним розвитком безпосередньо закладів охорони здоров'я, з поміж яких домінантними є потреба у впровадженні адаптивних функцій управління, трансформації класичних механізмів управління у бік ринкових на засадах розвитку договірних відносин (заклад охорони здоров'я – клієнт; держава – заклад охорони здоров'я), а також

впровадження заходів, пов'язаних із професіоналізацією медичних кадрів та перекваліфікацією медичного персоналу, модернізацією та оновленням медичного обладнання, проведенням аудиту якості медичних послуг [3, с. 8].

Апробація теоретико-методичних підходів до аналізування системного розвитку закладів охорони здоров'я на практиці вимагає застосування широкого спектру аналітичних процедур обробки якісних та кількісних медико-статистичних даних та у підсумку дозволяє сформувавши інформаційну підтримку ухвалення якісних управлінських рішень [4, с. 82]. Складність та неоднозначність методики оцінювання стану системного розвитку закладів охорони здоров'я потребує детермінації ключових універсальних та спеціальних принципів аналізування, склад яких з урахуванням специфіки діяльності закладів охорони здоров'я включає принципи альтернативності, медичної паритетності, адаптивності, репрезентативності, медичної точності та емпіричності.

До ключових завдань методики аналізування системного розвитку закладів охорони здоров'я слід віднести моніторинг ефективності та результативності, якості і конкурентоспроможності наданих медичних послуг, виявлення ризиків та оцінку резервів у контексті максимізації соціально-економічних ефектів діяльності медичного закладу, детермінацію ролі діяльності підприємства медичного профілю у нарощенні якісних параметрів суспільного здоров'я.

Комплексний аналіз системного розвитку закладів охорони здоров'я здійснюється на основі аналізування значень індикаторів, які розкривають фінансово-економічну, інтелектуально-кадрову та соціальну, матеріальну та техніко-технологічну, інвестиційно-інноваційну, маркетингово-інформаційну, та організаційно-управлінську складові (напрями) їх діяльності, деталізують кількісно-структурні параметри ефективності та результативності медичних послуг, відображають стан структурно-динамічних характеристик бізнес-процесів та соціально-економічної системи підприємства, паритетно оцінюють внесок закладу охорони здоров'я у формування позитивного іміджу, задоволення суспільних потреб та оздоровлення населення.

Література.

1. Васильців Т.Г. Формування середовища економічної безпеки підприємництва в Україні. *Економічний часопис-XXI*. 2015. № 3-4 (1). С. 24-27.

2. Васильців Т.Г., Уразалієв Р.М. Узагальнення концептуальних основ економічної безпеки підприємства. *Науковий вісник НАТУ України*. 2011. Вип. 21 (2). С. 153-158.

3. Лупак Р.Л. Конкурентоспроможність торговельного підприємства та механізм її забезпечення. Львів: Укоопспілка Львівська комерційна академія, 2008. 208 с.

4. Зубко Т.Л. Оцінка рівня економічної безпеки підприємства галузі зв'язку. *Економіка. Менеджмент. Бізнес*, 2016. Вип. 3. С. 81-88.

РЕСУРСНИЙ ПОТЕНЦІАЛ АГРАРНОЇ СФЕРИ: СУТНІСТЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ

Тарах О.М., к.е.н., доцент,

В'юник І.М., аспірант,

ДЕРЖАВНИЙ БІОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Раціональність і максимальна ефективність використання задіяних у процесі сільськогосподарського виробництва ресурсів, є необхідною передумовою досягнення збалансованості інтересів суспільства за соціальним, економічним та екологічним критеріями, а також фундаментом забезпечення національних пріоритетів у розвитку аграрного сектору, зокрема, досягнення продовольчої безпеки, успішної експортної політики, цілей дохідності сільськогосподарських товаровиробників і забезпечення соціально орієнтованої державної аграрної політики. На сучасному етапі розвитку економіки великий вплив на економічне зростання мають такі фактори: природні ресурси; збільшення чисельності населення; збільшення ступеня концентрації капіталу в рамках національної економіки; науково-технічна революція, яка є основоположним фактором економічного зростання [1].

Обґрунтуванню сутності терміну «ресурсний потенціал» в аграрній сфері, його теоретичному визначенню і практичному використанню присвячено чимало наукових досліджень. Термін «ресурси» має французьке походження (*resources* – допоміжний засіб), що означає засоби, запаси, кошти, можливості, джерела чого-небудь [2, с. 422], або ж ресурси – все, що потрібно для задоволення потреб людини, що включають природні і людські ресурси. Ресурсами вважають також інвестиції та інфраструктуру. Потенціал (від лат. *potential* – сила) – це можливості, наявні сили, запаси, засоби, що можуть бути використані, тобто сукупність наявних засобів, можливостей у певній галузі, або ж наявні в економічного суб'єкта ресурси, їх

оптимальна структура та вміння раціонально використати їх для досягнення поставленої мети [3, с. 13]. У наукових дослідженнях для відображення зв'язку між ресурсами виробництва та їх результатами використовуються різні терміни, зокрема: економічний, виробничий та ресурсний потенціал [4, с. 10].

У науковій літературі існують різні трактування категорії «ресурсний потенціал». Так, Ю.О. Капітанець [5] вважає, що ресурсний потенціал аграрного підприємства характеризується кількістю, якістю та структурою природних, матеріальних і трудових ресурсів; О.М. Коваль [6] характеризує «ресурсний потенціал» як можливий прояв дії або функції ресурсів, які поки що не використані; М.С. Маршалок [7] відмічає, що аграрний ресурсний потенціал являє собою максимально можливу кількість (сукупність) наявних виробничих ресурсів, які можуть бути використані для виробництва сільськогосподарської продукції, визначається кількістю, якістю і внутрішньою структурою кожного ресурсу й характеризується відповідною системою показників, що відображають ці особливості ресурсів; О.В. Ульянченко [8] під ресурсним потенціалом розуміє сукупність ресурсів певної кількості і якості, які необхідні для розширеного відтворення еколого-соціально-економічної системи, і які через свою абсолютну або відносну обмеженість задають межі поточного і майбутнього розвитку.

Для кращого усвідомлення поняття «аграрний ресурсний потенціал» необхідно визначити та детально охарактеризувати його складові частини. На погляд Л.М. Газуди, О.С. Семененко, «ресурсний потенціал аграрної сфери являє собою сукупність функціональних ресурсів, а саме земельних, матеріальних та трудових, від наявності та ефективності використання яких залежить спроможність суб'єктів господарювання виробляти сільськогосподарську продукцію певного асортименту та якості» [4].

У зарубіжній економічній науці, як правило, виділяють три класичні ресурси виробництва: працю, землю й капітал. Спільним для всіх науковців є виокремлення таких основних видів ресурсів, як земельні, матеріальні та трудові. В.В. Россоха при визначенні структурних елементів потенціалу аграрних підприємств виділяє такі компоненти, як: соціальний, технологічний і природний. Однак, поряд з переліченими ресурсами, науковець виділяє також інформаційний та інтелектуальний потенціал [9, с. 41-45].

Наукові дослідження підтверджують, що в ринкових відносинах, у зв'язку з існуванням різноманітних форм господарювання актуальним

є розробка новітньої концепції, стратегії і тактики формування та удосконалення ресурсного потенціалу, як окремих аграрних підприємств та об'єднань, так і аграрної сфери держави в цілому.

Література.

1. Лозовський О.М., Горшков М.А. Взаємозв'язок факторів та показників відтворення ресурсів аграрного сектору. *Економіка: реалії часу*. № 1(23), 2016. С. 107-113
URL: <https://economics.net.ua/files/archive/2016/No1/107.pdf>
2. Словарь иностранных слов. 6-е изд., испр. 1988. 750 с.
3. Економічна енциклопедія: У трьох томах. Т. 3. / Редкол.: С.В. Мочерний та ін. Київ: Видавничий центр «Академія», 2002. 952 с.
4. Газуда Л.М. Ресурсний потенціал аграрних підприємств в умовах трансформації відносин власності. Ужгород: УжНУ, ПП «Медіум», 2004. 220 с.
5. Капітанець Ю.О. Ефективність використання ресурсів аграрного виробництва. *Статий розвиток економіки: Всеукраїнський науково-виробничий журнал*. URL: http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/sre/2011_7/59
6. Коваль О.М. Оптимізація ефективності використання ресурсного потенціалу сільськогосподарських підприємств України. URL: http://www.nbu.gov.ua/portal/cgem_biol/nvnu/2010_154_1/10kom.pdf
7. Маршалок М.С. Потенціал аграрного підприємства: наукові підходи до трактування. URL: http://www.nbu.gov.ua/portal/chem_biol/nvnu/2010_154_1/10mms.p
8. Ульяновченко О.В. Формування та використання ресурсного потенціалу в аграрній сфері: монографія. Харків: Харк. НАУ, 2006. 357 с.
9. Россоха В.В. Формування і розвиток виробничого потенціалу аграрних підприємств: монографія. Київ: ННЦ ІАЕ, 2009. 444 с.

РОЗВИТОК МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

***ХІРІВСЬКИЙ Р.П., к.е.н., доцент,
ЛЬВІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ***

Станом на початок ХХІ століття теорія глобалізації стала однією із ключових концепцій, котрі впливають на функціонування міжнародних організацій та транснаціональних компаній у всьому світі.

Зміни, котрі відбуваються в сучасному суспільстві, у сфері зв'язку й технологій демонструють необхідність адаптації бізнес-процесів і маркетингових стратегій до мінливих тенденцій сучасного світу, котрі сприяють усе більшій однорідності глобальних ринків.

У той же час, міжнародні корпорації, постійно розвивають і вдосконалюють власні маркетингові програми й проекти задля відповідності стандартам споживачів й можливості їх якісного обслуговування незважаючи на наявність національних кордонів. Розроблення і вдосконалення вказаних маркетингових програм, стратегій і проектів сприяє активізації процесу оцінювання наслідків глобалізації з боку провідних світових дослідників та аналітиків [2].

Метою нашого дослідження є аналіз впливу глобалізації на формування та реалізацію міжнародних маркетингових стратегій великих багатонаціональних компаній.

Посилення глобалізаційних процесів у сучасній економіці сприяє необхідності поєднання у процесі діяльності сучасних багатонаціональних компаній двох ключових концепцій: глобалізації та міжнародного маркетингу.

Більшість сучасних аналітиків визначають глобалізацію як інтеграцію економіки на світовому рівні, що включає дві ключові тенденції:

1. Основна частка торгівельних операцій здійснюється між транснаціональними корпораціями;
2. Збільшення масштабів іноземних інвестицій [4].

Характерно, що оскільки ключовим завданням глобалізації є процес розширення та диверсифікації ринків, вона тісно переплітається із діяльністю компаній у сфері міжнародного маркетингу, зусилля котрого спрямовані на задоволення потреб та сподівань покупців і споживачів на обраних зовнішніх ринках. Саме краща адаптованість діяльності транснаціональних корпорацій до умов локальних ринків стає їхньою вирішальною перевагою у умовах міжнародної конкуренції. Таким чином міжнародний маркетинг є сприяє ухваленню якнайкращих управлінських рішень в процесі здійснення підприємницької діяльності на зовнішніх ринках.

Більшість бізнес-організацій і компаній акцентують зусилля на використанні інструментів міжнародного маркетингу з метою збільшення рівня продажів, прибутку, завоювання довіри споживачів [1].

На даний час у сфері діяльності провідних міжнародних корпорацій найбільш поширеними є наступні стратегії:

1. Встановлення постійної присутності у іноземній державі у формі

здійснення контрактного виробництва. Вказана стратегія присутності є характерною для висококонкурентних ринків, котрі вимагають швидкого реагування на зміну тенденцій ринку та товарного асортименту конкурентів.

2. Ліцензування та франчайзинг продукції місцевих підприємств. Вказана стратегія є так званим «методом із низьким рівнем входу», оскільки завдяки йому інші особи чи групи людей здатні оперативно використовувати товарні знаки і впроваджувати дороговартісні технології.

3. Стратегія «прямого входу» на ринок, котру корпорації застосовують для кращого дослідження місцевого ринку цільової країни й забезпечення більшого контролю над власними ресурсами й інформацією.

Варто зауважити, що більшість транснаціональних корпорацій пов'язують наявність національних відмінностей ринків як додаткову можливість для бізнесу. Це демонструє досвід всесвітньо відомої корпорації «The Coca-Cola Company», котра є провідним світовим виробником, продавцем і дистриб'ютором безалкогольних напоїв, концентратів і сиропів в усіх частинах світу [5].

Корпорація вважає основним завданням власних служб маркетингу саме ідентифікацію та здатність розпізнавати культурні відмінності поміж державами та регіонами. Компанія активно розвиває соціо-культурну сферу держав перебування, здійснюючи навчання найбільш незаможних верств населення через «Фонд Coca Cola», котрий був сформований і в даний час працює майже у понад 200 державах світу.

З іншого боку, участь у глобалізації не передбачає обов'язкової присутності в усіх регіонах світу. Ключовим критерієм є здатність реагувати на глобальні виклики та впливати на світові тенденції [3].

Висновки. Проведене дослідження демонструє, що концепції глобалізації і міжнародного маркетингу мають взаємний вплив, модифікуючи стратегії транснаціональних корпорацій. Застосування міжнародних маркетингових стратегій сприяє збору глобальними фірмами відповідних й додаткових знань щодо власних цільових ринків. Використання цих знань у процесі розробки продукції чи послуг сприятиме підвищенню міжнародної конкурентоспроможності корпорацій.

Література.

1. Джадан І.М. Підходи до трактування сутності міжнародної стратегії маркетингу промислового підприємства. *Технологический аудит и резервы производства*. 2014. № 6(2). С. 7-12.
2. Старостіна А.О., Кравченко В.А., Фен Я. Зарубіжний досвід інноваційних кластерів для забезпечення технологічного оновлення. Сучасні виклики розвитку світової економіки: матеріали IV Міжнар. наук.-практ. конф. (Київ, 19-20 листопада 2015 р.). К.: КНУ імені Тараса Шевченка, 2015. С. 8-12.
3. Стеблюк Н.Ф., Волосова Н.М. Маркетинг. Практикум: навч. посіб. Дніпродзержинськ: ДДТУ, 2016. 327 с.
4. Федотова І.В. Формування системи управління маркетингом взаємодії на основі концепції життєздатних систем. *Економіка транспортного комплексу*. 2018. Вип. 32. С. 30-48.
5. Циганкова Т.М. Управління міжнародним маркетингом. К.: КНЕУ, 2001. 132 с.

ОРГАНІЗАЦІЯ ЛОГІСТИЧНОГО УПРАВЛІННЯ МІЖНАРОДНОЮ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

***ХО ЖАНЬ, АСПИРАНТ*,
НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
«ХАРКІВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ»***

Поширення процесів глобалізації та інтернаціоналізації економічної діяльності, особливо з огляду на значні обмеження викликані пандемією COVID-19, вимагають від товаровиробників значної трансформації підходів до підтримки їх міжнародної конкурентоспроможності, забезпечення тривалих конкурентних переваг та організації управління ними. Питання організації такого управління широко представлені в класичній літературі (вичерпний огляд подібних розробок міститься зокрема в роботі Л. Піддубної [2]). Цілком зрозуміло, що підтримка міжнародної конкурентоспроможності підприємства можлива лише у разі синтезу оптимальної системи управління нею, яка буде враховувати такі відсутні в класичних роботах особливості сьогодення, як пришвидшення бізнес-процесів, прояв четвертої промислової революції, цифровізація та поява кіберфізичних систем. Відповідно ключовим

* Науковий керівник – Манойленко О.В., д.е.н., професор

критерієм оптимізації управління міжнародного конкурентоспроможністю постає ефективність логістичних процесів, спрямованих на підтримку унікальних для міжнародного ринкового середовища конкурентних переваг (при чому не лише в аспекті каналів просування та розподілу створеної цінності).

Методологія логістики та аспекти організації управління логістичними потоками також є достатньо повно представленою в економічних дослідженнях. Автор при цьому орієнтується на більш широке розуміння логістики як системи управління всією сукупністю потокових процесів підприємства, що декларується в роботах, наприклад, Д. Гранта [3], А. Русхтона [4] та цілого ряду інших авторів. Разом з тим, розробки зазначених авторів потребують розширення врахуванням міжнародного контексту оптимізації логістичного управління за критерієм підвищення конкурентного статусу підприємства на глобальному ринку.

Реалізація мети обґрунтування методичного підходу щодо організації логістичного управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства перетинається з цілою низкою проблем, які вирішуються на відповідному етапі організаційного циклу. Першим етапом організації зазначеного управління є чітке визначення об'єкта та суб'єкта управління, що пропонується реалізовувати на основі онтологічного інжинірингу. Проблема тут полягає у тому, що логістичний та маркетинговий менеджмент, так само як і інноваційний менеджмент чи управління конкурентоспроможністю оперують з одним й тим самим переліком об'єктів управління. В узагальненому вигляді у складі таких об'єктів доречно виділяти капітал та засновані на ньому здатності підприємства отримувати конкурентні переваги, споживач та продукт, який задовольняє певні запити та інтереси споживача, ресурси та бізнес-процеси перетворення таких ресурсів у кінцевий продукт, персонал та його праця.

Онтологічний інжиніринг буде забезпечувати розподіл перелічених об'єктів управління між сферою конкуренції та логістики, в рамках вироблення керівних впливів суб'єкта управління кожної з таких сфер. Зв'язування керівних впливів з методами їх розробки та реалізації дозволяє сформувати механізм логістичного управління конкурентоспроможністю підприємства. Авторська гіпотеза тут полягає в орієнтації роботи такого механізму на підтримку здатності контурів логістичного управління підтримувати міжнародну конкурентоспроможність підприємства (у першу чергу за рахунок оцінювання рівня логістизації бізнес-процесів підприємства та підвищення зрілості таких процесів в результаті оцінювання).

Наступним вагомим завданням виступає організація процесу стратегування (автором тут підтримується позиція А. Левенчука [1] щодо подання стратегії як динамічного процесу коригування призначення підприємства, яке відбувається у тому числі за рахунок інструментів логістики та відбувається на конкурентній поведінці підприємства), що вимагає узгодження логістичної та конкурентної стратегії підприємства. Попри наявні розробки щодо зведення логістики до одної з функціональних стратегій, що підпорядковані корпоративній та конкурентній стратегіям, пропонується організаційний процес орієнтувати на прояви ефекту синергії, та, що бачиться більш важливим, стратегічної емерджентності. Прояв такої емерджентності має свої особливості для сфери міжнародної конкурентоспроможності. В такій сфері підприємство як правило залучається до розширених ланцюгів постачань або, залежно від розміру підприємства, утворює такі ланцюги в рамках дистрибуції власної продукції. Відповідно утворюються різні системи рівні з певною нестабільністю відносин елементів на переході між такими рівнями. Така нестабільність виступає основою прояву сил конкурентної взаємодії, які пропонується урівноважувати саме за рахунок загальновідомих системоутворюючих властивостей логістики.

Реалізувати такий підхід можна лише на основі формування та розвитку належного інформаційно-мотиваційне забезпечення логістичного управління конкурентоспроможністю, яке передбачає розвиток процесів логістичного контролінгу, заснованого на унікальному для конкретного підприємства модельному базису оптимізації логістичних процесів. Автором пропонується у даному випадку за критерій оптимізації логістичних потоків обрати максимізацію конкурентного статусу підприємства в міжнародному економічному середовищі. Елементи такого модельного базису також пропонується зв'язувати з об'єктами управління в рамках запропонованого механізму за допомогою онтологічного інжинірингу.

Література.

1. Левенчук А. Системное мышление. Бостон-Ульдинген-Киев: Проект «Баловство», Толіман, 2022. 794 с.
2. Піддубна А.І. Міжнародна конкурентоспроможність підприємства: теорія та механізм забезпечення. Харків: ВД «Інжек», 2011. 400 с.
3. Grant D., Trautrim A., Wong C.Y. Sustainable Logistics and Supply Chain Management. Principles and practices for sustainable operations and management. London: KoganPage, 2017. 305 p.
4. Rushton A., Croucher P., Baker P. The handbook of logistics and distribution management: understanding the supply chain. London: KoganPage, 2014. 721 p.

ДОСЛІДЖЕННЯ ОСОБЛИВОСТЕЙ КУПІВЕЛЬНОЇ ПОВЕДІНКИ СПОЖИВАЧІВ НА РИНКУ ПОСЛУГ

*ХУДАВЕРДІЄВА В.А., К.Е.Н., ДОЦЕНТ,
МЕЛЬНИКОВА О.Ю., ЗДОБУВАЧ ВИЩОЇ ОСВІТИ,
ДЕРЖАВНИЙ БІОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ*

Дослідження споживачів привертало увагу учених у всі часи, оскільки не можна з точністю зрозуміти, що рухає людиною при здійсненні покупки, чому одні товари купуються, а інші ні. В результаті, на сьогодні зібрано безліч теорій мотивацій, авторських концепцій, що пояснюють поведінку людини. Споживач на ринку завжди має потребу в придбанні ідеального товару (послуги), який би міг повністю задовольнити певну потребу. Тому, для успішної діяльності на ринку, надзвичайно важливо постійно досліджувати потреби споживачів і вміти пристосовуватися до них. Будь-яка послуга на ринку має споживчу цінність. В даному випадку обмежувачами споживання є: ціна, асортимент, бюджет. Через їх дію як споживач, так і виробник вимушені розробляти певні стратегії поведінки або раціонального вибору [1]. Суть послуг, їх різноманіття і специфіка, вплив на менеджмент і маркетинг підприємств виступали об'єктом багатьох наукових і практичних досліджень [2].

Усвідомлення потреби трактується як достатне для ухвалення рішення сприйняття відмінності між бажаним і дійсним станом, тут же починається розділення потреб і мотивів споживання. При створенні і збуті продукту/послуги традиційно важлива послідовність «потреба – мотив», маркетологи ставлять перед собою завдання ідентифікувати можливі потреби, які може дана послуга задовольнити, і потім створити певну систему мотивації для потенційних споживачів. Маркетингова дія прямує також і на приховані, неусвідомлені потреби і латентні мотиви. Чим точніше буде встановлена сукупність потреб, тим більше цілеспрямовано може бути розроблена мотиваційна програма [3].

У формуванні мотивації для потенційних споживачів послуг слід враховувати не тільки можливі мотиви, пов'язані з атрибутами послуг, обслуговування, підприємства, його соціального оточення і іншими аспектами. Важливо актуалізувати мотив, пов'язаний із споживанням послуги, тобто визначити переваги виконання робіт фахівцем, який це зробить краще, швидше, а можливо, і дешевше. Далі по значущості в маркетинговій діяльності йде актуалізація мотиву звернення за даною послугою в конкретну компанію. Послуга невідчутна, її не можна

продемонструвати, гарантувати якісні характеристики. Часто ризик придбання послуг набагато вищий, ніж при покупці товарів. Тому найбільш цінними джерелами маркетингової інформації стають всі заходи, що дозволяють в тій чи іншій мірі «матеріалізувати» послугу, надати різноманітні гарантійні обіцянки [1].

Комплекс певних методів вивчення поведінки споживачів, дія на нього емоційних і поведінкових реакцій все це вивчає наука нейромаркетинг. Сам термін «нейромаркетинг» був офіційно введений у використання в 2002 році. У роботі Арндта Трайндала «Нейромаркетинг» [4] представлені результати нейромагнітних досліджень, що підкріплюють гіпотезу про те, що саме емоції грають особливу роль при візуальному сприйнятті. Ніщо не зможе вплинути на рівень розуму, поки не пройде через емоційну оцінку, сприйняття. Також емоції сприяють не тільки кращому сприйняттю, але і ефективнішому запам'ятовуванню інформації.

Таким чином, представлене рекламне повідомлення повинне бути легким і доступним, яке швидко зможе передати інформацію по нейронній мережі і відобразитися, залишитися в ній на тривалий час. Рекламі необхідно не тільки візуально, але і емоційно встановити зв'язок із споживачем, тоді цю рекламу можна вважати ефективною. У роботі А.Д. Грибанової, А.В. Кравченко розглядається такий напрям, як сенсорний маркетинг [5]. Сенсорний маркетинг – це тип маркетингу основним завданням якого є дія на відчуття покупців. Значущість сенсорного маркетингу зараз досить висока, з його допомогою у людини формуються рефлексії, пов'язані з брендами, спогадами, емоціями, подіями з дитинства. Ідея сенсорного маркетингу була запропонована одним з найвідоміших творців брендів – Мартіном Ліндст-ромом [1].

Мотивація може мати і зворотний ефект. З одного боку, вона приводить до усвідомлення потреби. З іншого - у разі просування деяких специфічних послуг (наприклад, медичних, оздоровчих) некоректна мотивація може відштовхнути споживача. У сфері послуг разом з безпосередньо послугою важливими параметрами оцінки стають: персонал, що надає послугу, комплексна доступність підприємства (транспортна і цінова доступність, режим і вид обслуговування), статус фірми [4].

Крім того, необхідно розглянути такий аспект процесу споживання, як купівельна залученість клієнта, яка може бути передбачуваною і реальною. Під купівельною залученістю розуміється активність споживача в процесі його обслуговування як при підготовці

до надання послуги, так і безпосередньо на всіх стадіях сервісу. Передбачувана залученість характеризує намір людини відносно ступеня участі. Наприклад, при зверненні за дизайн-проектом офісу клієнт може планувати тісно працювати з дизайнером (брати активну участь у виборі стилів, меблів, матеріалів, він розробляє попередні вимоги до інтер'єру і т. д.) [3]. Маркетинг – це процес пізнання ринку споживача, що саморозвивається і удосконалюється. У такому стрімкому розвитку суспільства, технологій, маркетологам необхідно постійно «тримати руку на пульсі», щоб бути в курсі нових тенденцій, бажань і переваг споживача і щонайшвидше задовольняти його потреби.

Література.

1. Информационный бизнес-портал URL: <https://aromaobraz.com>
2. Армстронг Г., Котлер Ф. Введение в маркетинг. М.: Издательский дом «Вильямс», 2000. 640 с.
3. Зорина Т.Г. Маркетинговые исследования. Минск: БГЭУ, 2017. 411 с.
4. Арндт Трайнда. Нейромаркетинг. – М.: Изд-во «АЛЬПИНА БИЗНЕС БУКС», 2017. 265 с.
5. Грибанова А.Д., Кравченко А.В. Сенсорный маркетинг: перспективы развития / Экономика в XXI веке: сборник научных трудов. Изд-во ТПУ, 2015. Т. 2.

Секція

*Актуальні проблеми та
пріоритетні напрямки
розвитку організацій
туристичної сфери в
сучасних соціально-
економічних умовах*

РОЗВИТОК РЕСТОРАННОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ ТУРИСТСЬКИХ ДЕСТИНАЦІЙ

*ЯЦУН А.М., Д.Е.Н., ПРОФЕСОР,
СЕЛЮТИН В.М., К.Е.Н., ДОЦЕНТ,
ДЕРЖАВНИЙ БІОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ*

У кризових ситуаціях туризм змінює пріоритети розвитку з міжнародних на внутрішні подорожі, наближує для людини культурно-історичні, рекреаційні та кулінарні цінності.

Дослідження теоретичних та практичних проблем харчування туристів та ресторанного господарства науковими школами Державного біотехнологічного університету (ДБГУ) охоплює широке коло наукових завдань – вивчення потреб та попиту на продукти і послуги харчування, розробку нових та відтворення забутих технологій приготування їжі, наукове обґрунтування форм організації харчування окремих груп туристів, розробку та впровадження ефективних форм обслуговування, економічних проблем ресторанного господарства. Поряд зі значними досягненнями традиційних наук, пов'язаних з харчуванням (фізіологів, медиків, хіміків), нових напрямків наук, таких, як: валеологія, еніологія, синергетика, практиків ресторанної справи, а також настанови релігії, народної медицини, питання вибору їжі, прийняття рішень щодо організації харчування туристів залишаються відкритими.

Проведені дослідження показують, що харчування населення країн світу суттєво розрізняється як за кількістю, так і структурою раціону, проявом впливу на здоров'я, тривалість та якість життя нації, формування протилежних типів харчування (переважне споживання їжі рослинного чи тваринного походження). Екологічні, кліматичні, демографічні, політичні, економічні зміни, глобальні перетворення навколишнього середовища та умов життєдіяльності людини спонукають постійно переглядати теоретичні та практичні підходи до формування моделей і організаційних форм харчування, управляти харчовою поведінкою окремих груп туристів, використовуючи не лише економічні методи раціонального вибору максимальної корисності, але й психологічні дослідження ірраціональної поведінки споживачів.

В основі харчової поведінки любого споживача і туристів зокрема лежать потреби, які формують попит на продукцію та послуги харчування, склад, обсяги та структура яких розрізняються у різних народів, груп населення, знаходяться під впливом широкого кола чинників, змінюються в часі та просторі.

Змінам потреб та попиту туристів на продукцію і послуги харчування під час подорожі має відповідати адекватна пропозиція від закладів ресторанного господарства, що стає особливо актуальним при формуванні стратегій розвитку туризму, розробці регіональних програм, створенні локальних туристських кластерів, ресторанної інфраструктури в туристських дестинаціях.

Формування мережі закладів ресторанного господарства в туристських дестинаціях доцільно здійснювати за напрямками:

- використання кулінарних традицій в концепціях закладів ресторанного господарства (тематика, стиль, дизайн, форми та методи обслуговування);

- розміщення ресторанів у складі туркомплексів (стилізація ресторанів під дестинацію, інспіновані, бенкети);

- формування спеціалізованих зон обслуговування (посадання закладів культури, розваг, торгівлі);

- тематичні кулінарні фестивалі, конкурси, гуляння (свята врожаю, пива, молодого вина, бринзи, овочеві фестивалі тощо);

- швидке харчування туристів з елементами національної кухні (формування національних брендів швидкого харчування);

- комплексний маркетинг закладів туризму, культури та ресторанного господарства (тематичні парки, музеї, палаци, рекреаційні зони, кластери);

- організація кулінарних турів тематичної спрямованості з використанням переваг місцевої сировини та продуктів;

- оздоровчі види харчування в санаторно-курортних комплексах, дитяче та дієтичне харчування тощо;

- харчування в сільських садибах зеленого туризму (органічні продукти, овочі, домашня птиця, молоко, фрукти).

Практичне втілення зазначених форм організації харчування та мережі закладів ресторанного господарства в туризмі має розпочинатись з розробки регіональних програм розвитку туризму, громадсько-державної експертизи проектів з метою комплексного залучення туристських ресурсів, джерел інвестування та інтересів зацікавлених сторін – туристів, турфірм, ресторанів, громадськості та суспільства.

Література.

1. Управління інноваціями в готельно-ресторанному бізнесі, торгівлі та туризмі: монографія / за ред. Л.М. Яцуна. Х: ДБТУ, 2022. 328 с.

PRINCIPLES OF LEGAL REGULATION IN TOURISM AS A MEANS OF OFFENSE PREVENTION

***BIELIAIEVA S.S.,
CANDIDATE OF ECONOMIC SCIENCES, ASSOCIATE PROFESSOR,
STARYNETS O.A.,
CANDIDATE OF PHILOLOGICAL SCIENCES, ASSOCIATE PROFESSOR,
CHERKASY STATE TECHNOLOGICAL UNIVERSITY***

In today's business environment, special attention should be paid to those aspects of management that should contribute to the most significant positive results. In the field of tourism, as in other sectors of the economy of Ukraine, it is possible to identify both general and specific features of the organization and conduct of business. In Ukraine property relations in the field of tourism are regulated by the Civil [1] and Commercial [2] Codes. When the ratification of the relevant international agreements takes place, according to the legislation of Ukraine, the rules of international agreements must be observed [3].

One of the principles of economic activity is the permissive one, which is reflected in Part 1 of the Civil Code of Ukraine. This norm was included in the Code taking into account the requirements of Art. 43 of the Constitution of Ukraine, which states that «everyone has the right to entrepreneurial activity not prohibited by law» [1]. Thus, the right to conduct business is one of the elements of legal capacity of citizens, as defined in Art. 50 of the Civil Code of Ukraine [1]. The Constitution of Ukraine asserts the rights of citizens to rest, freedom of movement, health care, a safe environment for life and health, satisfaction of spiritual needs and other rights when making tourist trips.

The Law of Ukraine «On Tourism» is aimed at ensuring the norms enshrined in the Constitution and «determines the general legal, organizational and socio-economic principles of state policy of Ukraine in the field of tourism» [3]. This Law also establishes «the principles of rational use of tourist resources», regulates «relations connected with the organization and implementation of tourism in Ukraine» [3].

Among a number of legislative acts of Ukraine related to legal regulation in tourism, there is a large database of documents. It should be taken into account that various forms of tourism business require compliance with the relevant rules, impose certain requirements and obligations, which may relate, in particular, to financial support, work with staff, forms of taxation and reporting, obligations or no need for licensing, etc.

In our country, the procedure for issuing special permits (licenses) to business entities is established by the Law of Ukraine «On Licensing of Certain Types of Economic Activity» and other regulatory acts [4]. Thus, in Ukraine about 80 types of economic activity are subject to licensing, including tour operator and travel agency activities.

For failure to comply with the contract or improper fulfillment of the terms of the contract for tourist services, the tour operator, in accordance with current legislation of Ukraine, is liable to the tourist. If the contract or law does not provide for compensation to a tourist as a result of legislation violations in the field of tourism, to a greater or lesser extent, the travel agency must make full compensation [5]. In order to prevent violations in the financial activities of travel agencies, it is also necessary to comply with current legislation. For example, the price of the tour can be changed no later than 20 days before it starts. The difference can be no more than 5 %. The tourist has the right to cancel the tour, and the travel agency is obliged to return the previously paid funds in case of violation of this rule. It is worth noting that for some time there have been conflicts due to the fact that after Ukraine imposed quarantine restrictions, tourists tried to return tickets and cancel purchased tourist tours, and solving these issues required knowledge of relevant legislation and rules. For the most part, these circumstances can be considered force majeure and appropriate levers can be used to resolve the situation. In case of emergencies, measures are taken to protect the interests of Ukrainian tourists outside Ukraine, in particular for their evacuation from the country of temporary stay.

Today, an essential feature of legal regulation in tourism is the urgent need to strictly comply with regulatory requirements for the organization and provision of tourism services, constantly monitor the expected and newly introduced changes in the regulatory and legal field in order to prevent offenses. Thus, the study of processes, tools, methods, methodologies for developing measures to comply with current regulations in tourism as a means of crime prevention is quite relevant and requires thorough study and analysis.

Literature.

1. Цивільний кодекс України від 16 січня 2003 року № 435-IV. Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2003, №№ 40-44, ст. 356. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15?lang=uk#Text> (date of reference: 29.04.2022).

2. Господарський кодекс України від 16 січня 2003 року № 436-IV. Відомості Верховної Ради України. 2003. № 18-22. Ст. 144. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15#Text> (date of reference: 29.04.2022).

3. Про туризм: Закон України від 15 вересня 1995 року № 324/95-ВР. Редакція від 16.10.2020. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95%D0%B2%D1%80#Text> (date of reference: 27.04.2022).

4. Науково-практичний коментар до ст. 43 Господарського кодексу України. 23.06.2014. URL: <http://www.jurists.org.ua/commercial-law/4886-naukovo-praktichniy-komentar-do-st-43-gospodarskogo-kodeksu-ukrayini.html> (date of reference: 29.04.2022).

5. Чи можливо повернути кошти за придбані туристичні путівки під час карантину? URL: <http://polvet.gov.ua/uk/news/chy-mozhlyvo-povernuty-koshty-za-prydbani-turystychni-putivky/> (date of reference: 29.04.2022).

ВИДИ І СПЕЦИФІКА СТУДЕНТСЬКОГО ТУРИЗМУ

***БЕЗГІНОВА А.І., К.Е.Н., ДОЦЕНТ,
ДЕРЖАВНИЙ БІОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ***

Туристи завжди намагаються прищепити собі певну культуру. Культура легше засвоюється, якщо в молодості є можливість пізнати джерело елементів, які виробляють культуру. Таким чином, молодіжний туризм виступає педагогічним та культуротворчим чинником. Підвидом молодіжного туризму (який часто асоціюється з ним) вважається студентський туризм. Проте важливим є виокремлення студентів від групи молодіжного туризму.

Під студентським туризмом розуміють туристські поїздки студентів, що здійснюються, як правило, у періоди літніх та зимових студентських канікул. Основу студентського туризму становлять групові поїздки, організовані різними національними та міжнародними студентськими клубами, спілками, туристськими фірмами.

Для заохочення студентського туризму прийнято низку міжнародних угод про надання студентам, які подорожують, значних знижок із цін на туристські послуги. Так філософія Міжнародної конфедерації студентських подорожей (ISTC) полягає в тому, що студентські подорожі та обмін ідеями, які вони заохочують, сприяють освіті та відіграють важливу роль у розвитку більшого міжнародного взаєморозуміння [1]. Завдяки спеціальному оформленню студентських квитків у більшості авіакомпаній світу, міжнародному студентському посвідченню особи (ISIC) і повному набору програм наземних подорожей, навчання та роботи за кордоном організації-члени ISTC надають освітні можливості через подорожі для понад 10 мільйонів

молодих людей та студентів-мандрівників щороку. Асоціація освіти туризму та дозвілля (ATLAS) сприяє обміну персоналом і студентами, транснаціональним дослідженням, а також сприяє навчальним планам і професійному розвитку [2].

Сьогодні ринок студентського туризму є таким, що найбільш динамічно розвивається. Поїздки мають велике символічне значення в студентському житті. Як правило вони об'єднують всі види діяльності, від культурних і освітніх до розважальних і спортивних, із метою навчання та отримання задоволення за рахунок активної участі в культурних і туристичних заходах.

Часто студентський туризм практикується групами студентів, переважно в присутності викладачів, які організують відвідування історичних місць, музеїв, парків, пам'ятників, важливих природних середовищ тощо.

У цілому студентський туризм об'єднує різні види активності: освітню активність (класичні заходи, пов'язані з освітою, такі як шкільні поїздки та ознайомчі тури (які називаються моделлю благодійного туризму), програми академічної відпустки та обміну, програми навчання в бакалавраті та аспірантурі, короткострокові курси та мовні курси); культурну активність (історичні, ландшафтні, продуктивні тури); дозвілля (відвідування друзів та родичів, клубний туризм); спортивну діяльність.

Молодь часто роблять поїздки для розширення своїх знань про світ, ознайомлення та розуміння нових культур. Практично 70% усіх поїздок мотивовані бажанням досліджувати нове середовище, працювати чи навчатись в іншому регіоні або за кордоном [3]. Більшість подорожуючих після поїздки почуваються більш впевненими, гнучкими, відкритими і толерантними. Вони відчують тісніший зв'язок зі світом і краще розуміють його; отримують практичні знання про це завдяки мандрівкам.

Молодь часто вибирає периферійні напрями для подорожей – вважає за краще подорожувати менш відомими містами або «в глушині». Тим самим має місце сприяння периферійним напрямкам, куди інші туристи найчастіше не добираються. Студенти також обирають інші, більш унікальні враження, тобто цей вид туризму керується бажанням пригод і азарту.

Значне місце займає такий спосіб мандрувати як подорожі для вивчення мови. Провайдери мовного навчання пов'язують свій продукт із досвідом інших, який включає роботу, пригоди, культуру зустрічей, волонтерство.

У контексті власне освітнього студентського туризму слід зупинитися на питанні студентської мобільності, яка поділяється на дві групи: спонтанну та організовану. Спонтанна мобільність свідчить про відсутність офіційної угоди між університетами та фінансовою підтримкою. При організованій мобільності студент виїжджає на навчання за кордон з урахуванням міжвузівських чи міжурядових угод чи програм.

Розвиток студентського туризму важливий тому, що перебування в іншій місцевості стимулює або зміцнює звички подорожей; це той досвід, знання і навички, що залишаються на все життя. Підприємства, орієнтовані на студентів, мають враховувати специфіку туристського попиту студентів, що підвищить їх прибутковість. Відвідування туристичних місць студентами у своїй країні є вагомим внеском у розвиток внутрішнього туристичного ринку.

Література.

1. ISIC в Україні. URL: <http://isic.net.ua/>
2. The Association for Tourism and Leisure Education and Research. URL: <http://www.atlas-euro.org/>
3. Pawlak A. Demand side of international students tourism market. Case of Umea – Sweden. 66 p.

КЛАСТЕРНИЙ ПІДХІД У СУЧАСНОМУ РОЗВИТКУ МЕДИЧНОГО ТУРИЗМУ

***ВОЙТЕНКО К.О., СТУДЕНТКА*,
ДЕРЖАВНИЙ БІОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ***

В останні роки у світі відбулося формування особливого виду туризму – медичного, метою якого є лікування [4]. У своєму найширшому розумінні медичний туризм являє собою «подорожі за межі місця проживання особи з метою отримання медичного лікування, діагностики стану здоров'я, хірургічного лікування або терапії в поєднанні з дозвіллям та відпочинком». Медичний туризм отримав широкий розвиток в останні десятиріччя по всьому світу як у розвинених країнах, так і у тих, що розвиваються [1-4].

* Науковий керівник – Полстяна Н.В., к.т.н., професор

Під дією факторів, які зумовляють зростання долі медичного туризму на сучасному світовому ринку туристичних послуг, відбулося формування кластерів медичного туризму, за якими закріпилася певна спеціалізація [3].

Впровадження кластерів ставить на меті об'єднання медичного потенціалу та ресурсів суб'єктів туристичної індустрії, сприяння ефективному використанню державних та інших інвестиційно-інноваційних ресурсів для сталого розвитку медичного туризму та забезпечення його конкурентоздатності. Кластерний підхід застосовується при формуванні регіонального ринку туризму. Ядром кластеру медичного туризму виступають продуценти медичних та оздоровчих послуг, а також виробники-посередники.

Впровадження кластерного підходу для сучасного розвитку медичного туризму націлене на успішне залучення клієнтів до сфери медичного туризму, а також завоювання нових ринків за рахунок використання кількісних переваг (масштабу впливу).

У більшості випадків в сучасних умовах розвитку медичного туризму в світі центром кластера є декілька розвинутих та потужних компаній, між якими у той же час зберігаються конкурентні відносини. Це є принциповою відмінністю кластера від картелю або фінансової групи. Концентрація виробників послуг медичного туризму, їх покупців і постачальників сприяє в цілому зростанню ефективної спеціалізації виробництва. Кластерний підхід дає робочі місця для безлічі малих підприємств. Окрім того, кластерна форма організації надання послуг з медичного туризму призводить до створення особливої форми інновації - сукупного інноваційного продукту.

ЄС розглядає кластерну політику в якості головного інструменту конкурентоспроможності галузей і регіонів, підвищення інноваційного потенціалу. Якщо розглядати ланку медичного туризму, то низка країн ЄС прийняли за основу так звану «шотландську» модель кластерів, за якої ядром спільного виробництва є велике «якірне» підприємство, що об'єднує навколо себе невеликі фірми. Разом з цим, існує також розповсюджена так звана «італійська» модель, що є більш гнучкою і «рівноправною» завдяки тісній співпраці одночасного на всіх ланках підприємств великого, середнього та малого бізнесу [3].

В сучасних умовах медичні кластери у світі у більшості випадків розвиваються на рівні країни або на рівні регіону чи міста. Наприклад, на рівні країни медичні кластери представлені у Туреччині, Португалії, Філіппінах, Таїланді, Коста-Ріці (Pro-Med), Сальвадорі, Гватемалі,

Сінгапурі, Малайзії, Аргентині, Йорданії, Сербії, Литві тощо. На регіональному рівні розвинуті медичні кластери є у Сан-Паулу, Мадриді, Барселоні, Майамі, Хьюстоні, Монтерреї, Сонорі, Чихуахуа, Гвадалахарі, Багдаді, Медельїні, Боготі, Ресіфі, Порту-Алегрі тощо [3].

Кластери медичного туризму можуть мати в своїй структурі безліч зацікавлених сторін: медичних та наукових працівників лікарень, університетів і науково-дослідних установ; туристів-іноземців, зацікавлених у лікуванні; туристичні курорти і пов'язані з туризмом галузі; професійні асоціації та інститути співпраці, урядові установи.

Успішність процесу кластеризації в сфері надання послуг медичного туризму є тісно пов'язаною з агресивним маркетингом на основних ринках, з метою формування іміджу бренду та підвищення пізнаваності. З цією метою успішною стратегією є партнерство з місцевими страховими компаніями, лікарнями. Співпраця між урядом і приватним сектором є головним моментом для розвитку кластеру медичного туризму.

Вкрай важливою залишається роль державної політики у створенні різноманітних стимулів, що сприяють розвитку кластерів, спільному інвестуванні для створення та підтримання необхідної інфраструктури, створення відповідних правових меж, які призводять до скоординованих дій для подальшого розвитку кластерів медичного туризму.

В багатьох країнах світу існують пріоритетні напрямки медицини, успішно розвиваються різні туристичні послуги, але методологія розвитку саме кластерів медичного туризму поки що не є розробленою детально. Тому подальше вивчення та застосування вже існуючого світового досвіду буде сприяти розвитку в цих країнах як туризму, так і медичної сфери в цілому.

Література.

1. Басв В.Б. Економічні передумови розвитку медичного туризму в Україні. *Наукові праці МАУП*, 2014. Вип. 43 (4). С. 163-167.
2. Кифяк В.Ф. Розвиток медичного туризму в регіонах України. *Вісник Університету банківської справи НБУ*. 2013. № 1 (16). С. 30-33.
3. Михайлюк О.Л. Світовий досвід розвитку кластерів медичного туризму. *Вісник соціально-економічних досліджень*, 2019. № 2-3. С. 70-71.
4. Полстяной А.О. Сучасний стан, тенденції та проблеми розвитку медичного туризму в Україні. *Економіка. Управління. Інновації. Серія «Економічні науки»*. 2016. № 4(19) С. 70-75.

ОЦІНКА СТАНУ ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ ТУРИСТИЧНИМИ ПОСЛУГАМИ ОДЕСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Воронова О.В., к.е.н., доцент,

Іванов М.С., студент,

ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Одеська область є найбільшою за площею областю України [2]. Специфіка економіко-географічного розташування області, сприятливі природно-кліматичні умови, піщані пляжі, розвинута мережа водних, залізничних та автомобільних магістралей обумовляють розвиток в області сфери туризму.

Для оцінки стану зовнішньої торгівлі туристичними послугами Одеської області слід розрахувати ряд абсолютних та відносних показників.

Почнемо аналіз з дослідження динаміки експорту-імпорту туристичних послуг, а також визначення сальдо зовнішньої торгівлі туристичними послугами та розрахунку коефіцієнту покриття імпорту експортом як основних показників, що характеризують стан зовнішньої торгівлі (рис. 1).

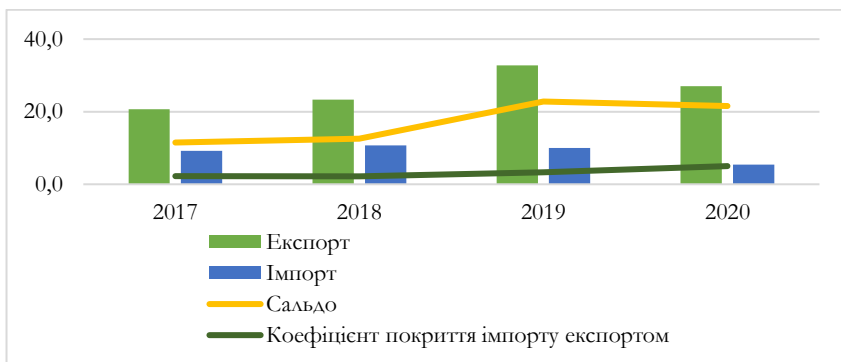


Рис. 1. Динаміка стану зовнішньої торгівлі туристичними послугами в Одеському регіоні

Джерело: складено автором за [1, 3]

За даними рисунка 1. можна зробити висновок, що зовнішня торгівля туристичними послугами в Одеській області є збалансованою, оскільки на протязі останніх років сальдо зовнішньої торгівлі

позитивне і коефіцієнт покриття імпорту експортом демонструє тенденцію до щорічного зросту.

Далі розрахуємо рівень імпоротної залежності туристичної галузі Одеського регіону та отримані результати представимо у вигляді рис. 2.

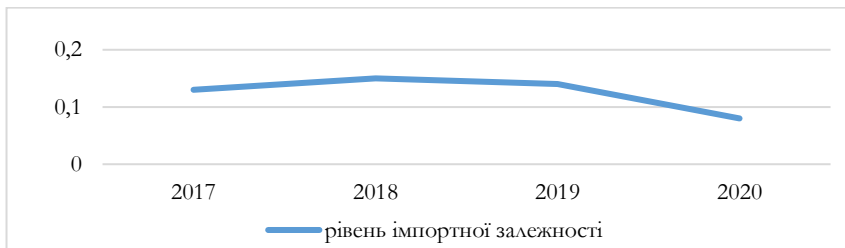


Рис. 2. Динаміка рівня імпоротної залежності туристичної галузі Одеського регіону

Джерело: складено автором за [1, 3]

З рисунка 2. можна побачити, що починаючи з 2018 року рівень імпоротної залежності туристичної галузі Одеського регіону постійно знижується. При оцінці стану зовнішньої торгівлі – це є позитивним явищем.

Наступний показник, який слід розрахувати – це рівень відкритості туристичної галузі Одеського регіону та ступінь її участі у міжнародному розподілі праці. (рис. 3.).

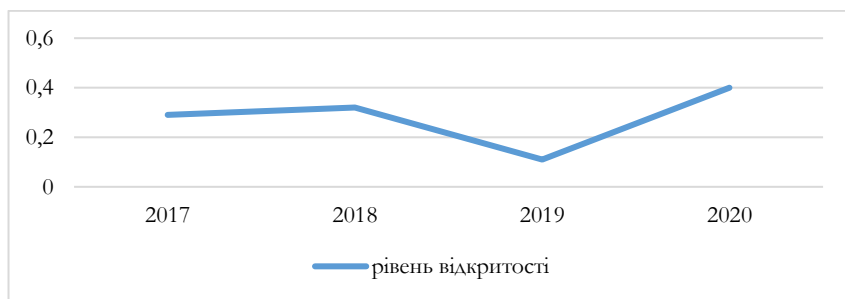


Рис. 3. Динаміка рівня відкритості туристичної галузі Одеського регіону, %

Джерело: складено автором за [1, 3]

Отримані дані свідчать про те, що спостерігається відносно закрита економічна діяльність Одеського регіону з приводу торгівлі туристичними послугами, а також незначна ступінь участі у міжнародному розподілі праці. Одеська область пропонує декілька типів туристичних послуг. Це пляжний, лікувально-оздоровчий, спортивний, культурно-пізнавальний, винно-гастрономічний, екологічний та етнографічний вид туризму.

Всі ці види туризму пропонуються як для туристів з України (79 %) так і для іноземних туристів (21 %) (Рис. 4).



Рис. 4. Структура туристів Одеського регіону за походженням

Джерело: складено за [3]

Серед відносних показників, які також характеризують стан зовнішньої торгівлі туристичними послугами на рівні регіону є рівень туристичного потоку – це сукупність людей, які покидають місце постійного проживання, щоб подорожувати в різноманітних напрямках пішки або на якомусь транспорті в терміни від 24 годин до одного року без здійснення оплачуваної діяльності і повертаються назад [46]. Значення цього показника в Одеській області наведені на рис. 5.

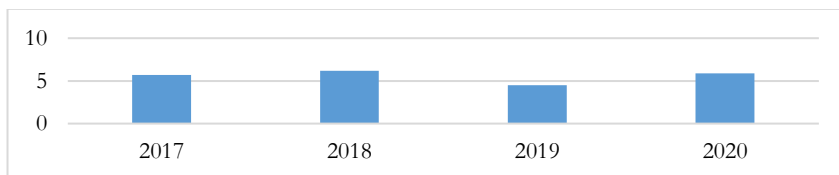


Рис. 5. Динаміка кількості туристів, що відвідали Одеську область у 2017-2020 рр., млн. осіб

Джерело: складено за [3]

Якщо проаналізувати отримані данні, то вони свідчать про щорічне збільшення туристичного потоку, окрім років активного розповсюдження пандемії COVID-19.

У 2020 році Одеського областю здійснювалася зовнішня торгівля послугами із 158 країнами світу. 3,3 % від всього експорту послуг Одеської області припадає на туристичні послуги [4].

ТОП-15 країн за кількістю іноземців, що в'їхали до Одеської області у 2020 р. представлено на рис. 6.

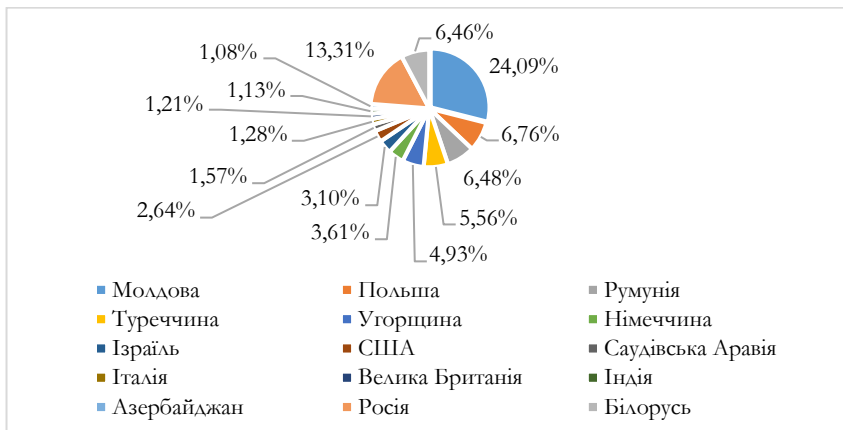


Рис. 6. ТОП-15 країн за кількістю іноземців, що в'їхали до Одеської області у 2020 р., %

Джерело: складено автором особисто на основі [3]

Поведена оцінка стану зовнішньої торгівлі туристичними послугами Одеського регіону, довела, що Одеський регіон, будучи спеціалізованим на туристичній галузі, не є насиченим туристами і має значні перспективи щодо збільшення обсягів експорту туристичних послуг.

Однак, при цьому слід визначити ряд проблем. 1. Незначні обсяги міжнародних туристичних прибуттів до Одеської області та їх залежність від зовнішніх чинників. 2. Значні сезонні коливання експорту туристичних послуг. 3. Невідповідність окремих статистичних даних [5]. 4. Незначна питома вага міжнародних туристів, що були обслуговані суб'єктами туристичної діяльності. Вирішення зазначених проблем, в основному зводиться до здійснення маркетингових заходів на державному та регіональному рівнях щодо

популяризації туризму в Одеській області та представленні нових специфічних туристичних продуктів.

Однак, ці перспективи на сьогодні не можуть бути реалізовані через військову агресію Росії проти України, яка почалася 24.02.2022 року і призвела до повної зупинки будь-якої діяльності в туристичній сфері не тільки Одеської області, а і в інших областях України. Єдиним напрямком, який можливо сьогодні реалізувати, є переорієнтація туристичної галузі на перевозку та розміщення мешканців областей України, в яких ведуться активні бойові дії в небезпечні регіони України та перевезення бажаючих осіб до країн Європи і з приводу цього реалізація певних додаткових послуг щодо комфортності поїздки та оформлення необхідних документів.

Література.

1. Головне управління статистики Одеської області.
URL: <http://www.od.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення 2.05.2022).
2. Стратегія розвитку Одеської області на 2021-2027.
URL: <https://oda.odessa.gov.ua/odeshhyna/soczialno-ekonomichnyj-ta-kulturnyj-rozvytok/strategichni-plany-dij-ta-programy-rozvytku/strategiya-regionalnogo-rozvytku/strategiya-rozvytku-odeskoyi-oblasti-na-2021-2027-roky/> (дата звернення 4.05.2022).
3. Офіційний веб сайт Одеської обласної ради.
URL: <https://oblrada.od.gov.ua/wp-content/uploads/ZED-2020.pdf> (дата звернення 4.05.2022).
4. Офіційний сайт Державного комітету статистики України.
URL: www.ukrstat.gov.ua (дата звернення 2.05.2022).
5. Охріменко А.Г. Фінансове забезпечення функціонування туристичної галузі України: Монографія. К.: Кондор-Видавництво, 2013. 210 с.

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ІНТЕРАКТИВНИХ ЗАКЛАДІВ УКРАЇНИ

***ЖДАНОВА А.М., СТУДЕНТКА*,
ДЕРЖАВНИЙ БІОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ***

У міру розвитку туризму, як окремої галузі економіки, музеї культурно-освітніх та науково-дослідних закладів, переростають у соціокультурні території, у межах яких крім основних напрямів

* Науковий керівник – Мерчанський В.В., к.е.н., доцент

музейної діяльності, визначених Законом України «Про музеї та музейну справу» (культурно-освітня, наукова-дослідна діяльність, комплектування музейних зібрань, експозиційна, фондова, видавнича, реставраційна, пам'ятко-охоронна робота) [1], реалізуються й різноманітні атракційні види заходів, що сприяють популяризації їх музейного закладу зокрема, так і регіону, на території якого розташований музей.

Особливої популярності набули музеї виставки, що дають нам можливість максимально зануритись у проблематику конкретної теми, історичної події чи періоду життя окремої особи. Власне такі музейні заклади та виставки на цей час заведено називати інтерактивними. Чим же відрізняються від звичайних музеїв? Щоб з'ясувати це, слід дати визначення поняттю інтерактивність. «Інтерактивність» - це принцип організації системи, при якому мета досягається інформаційним обміном елементів цієї системи.

Елементами інтерактивності є всі елементи взаємодіючої системи, за допомогою яких відбувається взаємодія з іншою системою/людиною (користувачем) [2]. Тобто інтерактив у музейному закладі передбачає повну взаємодію екскурсанта, екскурсовода та екскурсійного об'єкта, а також взаємний обмін інформацією між ними. На приклад Ізраїльський дитячий музей в Холоні пропонує виставку «Діалог в темряві», що імітує світ сліпої людини: під час екскурсії всі йдуть слідом за сліпим провідником, стискаючи в руках палички-поводирі та намагаються розпізнати різні звуки та запахи. Екскурсанти ходять по вулицях, заходять в кафе, магазини на ринки - все як у житті, тільки без несподіванок, що спостерігають сліпих на кожному кроці [3]. Таким чином екскурсанти мають можливість зануритися в об'єкт екскурсії - світ незрячої людини.

Важливою складовою є матеріально-технологічне забезпечення інтерактивного музейного складу, є наявність мультимедійного обладнання, чи окремого конференц-залу. Така складова може використовуватися не лише у ході екскурсій, а бути джерелом надходження додаткових коштів від задачі в оренду приміщення для проведення конференцій, презентацій, семінарів тощо.

Також слід звернути увагу на підготовку кадрів, адже екскурсовод повинен володіти не лише класичними прийомами розповіді та показу, а й залучати вербальне спілкування, авторську та анімаційну майстерність, для кращого сприйняття теми екскурсії екскурсантами.

Невіддільною частиною діяльності інтерактивних музеїв є участь у місцевих фестивалях, тематичних виставках та конкурсах, така діяльність музею часто є більш затратною, а ніж прибутковою, проте сприяє популяризації музею та виготовлення власної сувенірної продукції, що дає можливість залучити додаткові кошти у бюджет закладу, сприяє розповсюдженню інформації про музей серед туристів і позитивно впливають на престиж закладу.

Проте створення таких інтерактивних виставок на базі наявних державних музейних закладів супроводжується такими проблемами, як відсутність матеріально-технічної бази та недостатнє фінансування. У ході розв'язання цих матеріальних проблем, пріоритетними напрямками роботи сучасного музею повинні стати:

- перетворення музею на центр громадської активності;
- співпраця з органами місцевого самоврядування;
- робота з благодійними фондами та неурядовими громадськими організаціями;
- впровадження інноваційних підходів у музейному менеджменті;
- реклама музейного комплексу через засоби масової інформації та тираж власних періодичних видань, а також афіш, листівок тощо [4].

Підсумовуючи вище вкладене, можна зробити висновок, що інтерактивні музейні заклади та виставки в Україні перебувають на етапі впровадження та потребують подальших наукових вивчень.

Дану галузь досліджень слід вважати актуальною оскільки її практика приносить додаткові прибутки не лише конкретним туристичним об'єктом, а й регіонам в цілому.

Література.

1. Закон України «Про музеї та музейну справу».
URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/249/95-вр#Text>
2. Учасники проєктів Вікімедіа. Інтерактивність – Вікіпедія. Вікіпедія.
URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Інтерактивність> (дата звернення: 06.05.2022).
3. Дев'ять найцікавіших дитячих музеїв світу.
URL: <http://ditvora.com.ua/9-naitsikavishikh-dityachikh-muzejiv-svitu.2>
4. Ковальчук Є.І. Музей у сучасному світі: розробка наукової концепції. *Волинський музейний вісник*. Наук. зб. Вип. 3. Луцьк, 2012. С. 17-22.

НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ АСОРТИМЕНТУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ В СУЧАСНИХ СОЦІАЛЬНО- ЕКОНОМІЧНИХ УМОВАХ

ЖУК Д.С., СТУДЕНТКА,
НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ ВОДНОГО ГОСПОДАРСТВА
ТА ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ*

Туристична послуга – це результат діяльності туристичного підприємства щодо задоволення відповідних потреб туристів. Велика конкуренція в галузі та зниження платоспроможності потенційних клієнтів зумовлює необхідність для туристичного бізнесу розширювати асортимент туристичних продуктів і послуг.

На сьогоднішній день туристичні компанії пропонують багато різних видів туризму для своїх клієнтів, проте для підвищення конкурентоспроможності доцільно розглянути такі, які є перспективними для України в майбутньому.

Зелений туризм. Краса природи завжди приваблювала людей, але для жителів сучасних мегаполісів це особливо актуально. Тому зелений туризм останнім часом стає все більш популярним у всьому світі вид відпочинку.

Зелений туризм – це проживання в сільській місцевості, далеко від галасливих міст. Він має кілька напрямків, в залежності від мети, яку ставлять перед собою туристи. Зелений туризм – більш поняття широкіє. Він включає в себе такі форми: активний туризм, культурні та етнічні поїздки, відвідування заповідників та ландшафтних парків, рибалка та полювання. Зелений туризм спрямований на те, щоб на деякий час максимально віддалитися від негативних аспектів цивілізації. Цей різновид відпочинку ще називають екотуризм.

З зеленим туризмом тісно пов'язаний, так званий, сільський туризм. *Сільський туризм* – це проживання в фермерському господарстві й метою такого відпочинку є ознайомлення з фермерським життям. Тут туристам надають можливість погодувати тварин, подоїти корову, покататися на конях, сходити в ліс за грибами або половити рибу на озері. У деяких країнах світу зелений туризм ще тільки зароджується. Це Україна, країни Прибалтики, Грузія, Індія, Китай. Визначними лідерами зеленого туризму у світі є: Польща, Чехія, Чорногорія, Сербія.

Гастротуризм. Гастрономічний туризм – це вид туризму, де знайомство з місцевим колоритом відбувається в першу чергу за

* Науковий керівник – Фроленкова Н.А., к.е.н, доцент

допомогою смакових вражень місцевої кухні, і далі ці враження приймаються поряд з місцевою культурою, звичаями, історією, пам'ятками, що формують унікальну ідентичність місцевості, що розглядається. Заведено розділяти гастрономічні тури та виділяти їх особливості та спрямованості. В основному виділяють два види: міські тури — відвідування популярних ресторанних закладів, які, як мінімум, мають позитивні оцінки містян, згуртований кухарський колектив і удостоєні «Червоним Гідом Мішлен»; тур по сільській місцевості — поєднує в собі дегустацію екологічно чистих продуктів, подає від міської місцевості, з сільськогосподарськими роботами (збір врожаю, фруктів, ягід, грибів). Гастрономічний туризм за кордоном розвивається набагато інтенсивніше, ніж в Україні. У багатьох країнах вже давно сформувалися вражаючі гастрономічні маршрути. Серед Європейських країн першість займає Франція. Адаже неспроста французьку кухню внесли до списку Всесвітньої нематеріальної культурної спадщини людства рішенням ЮНЕСКО.

Алкотуризм — різновид туризму з метою відвідання певної географічної місцевості для розпивання там традиційних алкогольних напоїв. Він включає в себе винний та пивний туризм.

Винний туризм — спеціалізований вид туризму, пов'язаний з ознайомленням з історією, технологією та культурою споживання алкогольних напоїв у певному регіоні та дегустацією алкогольних напоїв безпосередньо у виробника, а також відвідування спеціальних закладів та заходів, як дегустаційні зали, винні підвали, винні виставки, конкурси, фестивалі, тощо. На сьогодні у всіх виноробних регіонах світу вважають доцільним розвивати і підтримувати цей вид тематичного туризму відповідно, рекламувати продукцію місцевих виробників алкогольних напоїв та просувати місцевий туристичний продукт, одержуючи додаткові економічні та соціальні вигоди від туристів - поціновувачів вина. Це стосується в першу чергу, відомих європейських виноробних регіонів - Італії, Франції, Іспанії, Португалії, Угорщини, а також країн «Нового Світу вина» таких як Австралія, Аргентина, Чилі, США та Південна Африка, де винний туризм відіграє важливу роль в популяризації місцевої продукції виноробства. Ідеї винного туризму швидко набирають оберти в Україні, у всіх виноробних регіонах країни — Закарпатті, Одеській і Херсонській областях — все більшу популярність отримують винні тури, формуються спеціалізовані винні маршрути, відкриваються дегустаційні зали та екскурсійні маршрути з відвідуванням виноробних виробництв.

Пивний туризм – різновид туризму, що має на меті дегустацію, споживання, купівлю пива безпосередньо на місці у виробника. Експерти пивного туризму визначили найкращі його напрями: Чехія, Німеччина, Ірландія, Бельгія, Нідерланди.

Апітуризм (медовий туризм, бджолиний туризм) – різновид туризму, що має на меті дегустацію, споживання, купівлю продуктів бджільництва (мед, віск, прополіс, маточне молочко, бджолина отрута, бджолиний підмор, перга, забрус, гомогенат з трутневих личинок) безпосередньо на місці у виробника. З давніх-давен відомо про лікувальні властивості відпочинку на пасіці, сьогодні пасіки стають екскурсійним об'єктом для туристів. Успішно розвивається апітуризм в країнах Європи – там він має також назви *honey tourism* (медовий туризм) та *bee tours* (бджолотури).

Отже, провівши аналіз вищенаведених даних про особливості формування асортименту туристичних компаній можна зробити висновок про те, що на сьогоднішній день в туристичному бізнесі високою популярністю користуються такі види туризму як: зелений туризм та гастротуризм. Зелений туризм приваблює клієнтів красою природи, особливо це є актуальним для жителів сучасних мегаполісів. Гастротуризм знайомить людей з місцевим колоритом та традиційними стравами в різних куточках світу.

Література.

1. Що таке зелений туризм: його особливості та різновиди.
URL: <https://tourkazka.com/shcho-take-zelenyy-turyzm-osoblyvosti-ta-riznovydy/>
2. Класифікація видів туризму за метою.
URL: <https://buklib.net/books/23275/>

ВДОСКОНАЛЕННЯ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

***ЗАБРОДСЬКА Г.І., К.Е.Н., ДОЦЕНТ,
ШАРАВІН І.В., СТУДЕНТ,
ДЕРЖАВНИЙ БІОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ***

Сучасні умови господарювання вимагають пошуку шляхів підвищення ефективності діяльності окремих галузей національного господарства, регіонів та держави в цілому. В даному аспекті особливої уваги заслуговує туристична галузь, що є однією з найбільш

перспективних, динамічних та прибуткових галузей світового господарства, акумулює наявний природно-рекреаційний потенціал, професійне використання якого створює можливості для отримання значних прибутків. Її розвиток потребує регулювання та підтримки з боку держави, адже ринкові відносини, жорстка конкуренція вимагають вирішення нових завдань, адекватного реагування держави на значні зміни як зовнішнього, так і внутрішнього середовищ, врахування специфіки функціонування організацій індустрії туризму. Тому великого значення набуває активна політика держави щодо підтримки та розбудови туристичної сфери, розвитку туристичної інфраструктури, створення умов для підвищення привабливості регіонів для іноземних і внутрішніх туристів, поліпшення якості туристичних послуг, забезпечення їх комплексності.

На сьогодні в Україні склалася ситуація, коли з одного боку вже є певний досвід законодавчого регулювання туристичної сфери, а з іншого – постає питання гострої необхідності розширення нормативно-правового забезпечення туристичної діяльності у зв'язку з виникненням ряду якісно нових, соціально-економічних, суспільно-політичних та інших умов. Метою такого регулювання є створення конкурентоспроможного на міжнародному ринку національного туристичного продукту, здатного максимально задовольнити туристичні потреби як населення країни, так і іноземців. Важливо, щоб управління туристичною галуззю охоплювало серед інших питань як удосконалення самої структури управління, так і реалізацію державної політики у цій галузі шляхом координації діяльності центральних і місцевих органів виконавчої влади та суб'єктів підприємництва [1]. Важливе значення має також вдосконалення державної статистики з питань туризму з урахуванням міжнародних стандартів та досвіду інших країн. Одним з найважливіших напрямів державної політики у туристичній галузі є підвищення ефективності інформаційно-комунікаційної інфраструктури, створення позитивного образу України як туристичної держави та активізація просування національного туристичного продукту як на внутрішньому, так і на міжнародному ринку туристичних послуг завдяки організаційній та фінансовій підтримці підприємств та організацій туристичної галузі з боку центральних і місцевих органів виконавчої влади [2].

Інше питання, яке має бути вирішене в найближчому майбутньому, це ефективне співробітництво центральних та місцевих органів влади з приватним бізнесом щодо розвитку туризму. Створення та підтримка культурної спадщини України, державних музеїв,

національних парків і театрів є вирішальним фактором приваблення іноземних туристів до нашої країни і створення стабільного внутрішнього і зовнішнього туристичних потоків.

Серед інших напрямів вдосконалення державного регулювання туристичної діяльності в Україні є:

- розробка та втілення в життя туристичної політики, її демократичне обговорення та контроль відповідно до особливостей регіону, цілей його розвитку;

- заохочення та сприяння потенційним інвесторам;

- класифікація та реєстрація суб'єктів туризму, туристичних послуг, гарантування їх високої якості шляхом ліцензування та сертифікації;

- інформаційне забезпечення, збирання даних та їх аналізу для прийняття рішень;

- підготовка кадрів високої кваліфікації для роботи у сфері туризму;

- планування розвитку туристичної інфраструктури;

- координація суб'єктів туристичної діяльності;

- інформація для туристів, їх супровід;

- дозвілля туристів;

- проведення конференцій, конгресів тощо;

- розвиток галузі, туристичне регіональне планування;

- збереження природи та культури;

- кооперація та відстоювання інтересів в об'єднаннях, службах, управліннях;

- робота з пресою, з вітчизняними та іноземними туристичними бюро, туроператорами, транспортними підприємствами [3].

Сьогодні державне регулювання галузі туризму вимагає нових шляхів покращання механізму управління. Як свідчить закордонний досвід, туризм – це масштабна та важлива стратегічна галузь національної економіки, яка є інвестиційно привабливим видом економічної діяльності і виступає не тільки як джерело валютних надходжень у бюджет країни, а є показником культурного розвитку країни.

В Україні на державному рівні необхідний чіткий механізм роботи туристичної галузі. Регулювання в сфері туризму вимагає підвищеної уваги з боку державних органів, відповідальних за організацію туристичної діяльності. Для подолання проблем, які існують у сфері туризму, треба на законодавчому рівні створити цивілізовані умови для того, щоб туристичний бізнес насправді заробив, тоді це буде вигідно всім – і туристам, і туристичним підприємствам, і фахівцям з туризму, і державі в цілому.

Література.

1. Багрій М.В. Вдосконалення державного регулювання туристичної привабливості сільських територій. *Агросвіт*. 2014. № 14. С. 69-72.

2. Станіславська Г.А., Пробоїв О.А. Передумови та перспективи розвитку туристичної галузі України в контексті політики державного регулювання. *Науковий вісник Ужгородського університету: Серія Економіка*. 2017. Вып. 43. Ч. 3. С. 123-129.

3. Давиденко Л.І., Коніщева Н.Й. Шляхи удосконалення механізмів державного регулювання сфери туризму. *Інформаційні технології в управлінні туристичною та курортно-рекреаційною економікою*. URL: http://tyrlib.net/statti_ukr/davydenko.htm

ВПЛИВ ПАНДЕМІЇ COVID-19 НА ТУРИСТИЧНИЙ РИНОК СВІТУ ТА УКРАЇНИ

***КАЛІНІЧЕНКО С.М., К.Е.Н., ДОЦЕНТ,
ДЕРЖАВНИЙ БІОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ***

Поява смертельної хвороби COVID-19 спричинила величезні фінансові втрати та глобальні кризи у сфері охорони здоров'я та економіки у всьому світі. Як наслідок, відбулося різке скорочення діяльності у індустрії туризму. Пандемія негативно вплинула на поведінку туристів та їх психічний стан. Так, споживачі туристичних послуг стали відмовлятися від запланованих планів туру, побоюючись заразитись хворобою. Необхідно зазначити, що туристичні подорожі збільшують ризик зараження інших пасажирів, тому туристична сфера стала однією із сфер, яка не може втримати свої позиції без мобільності туристів.

Пандемія COVID-19 істотно впливає на стан туристичного та рекреаційного бізнесу в Україні, а отже, відповідно до її наслідків має здійснюватися управління на макро- та мікрорівнях. Наразі весь світ потерпає від наслідків пандемії COVID-19, яка зачепила усі галузі економіки й туристичну зокрема. Туризм є одним із тих секторів всесвітньої економіки, що постраждав найбільше з огляду на обмеження на пересування, а особливо несприятлива ситуація склалася в авіаційній галузі. Проте вплив наслідків пандемії COVID-19 у різних сферах господарської діяльності й у різних країнах різний.

На жаль, поряд із виїзним туризмом значних втрат зазнав і внутрішній туризм. Загалом втрати туристичної галузі в Україні оцінюються у понад 2,5 млрд дол. США. Пізній початок курортно-

рекреаційного сезону внаслідок впровадження обмежувальних заходів також створив кумулятивний ефект, який негативно вплинув як на індустрію відпочинку та подорожей, так і на супутні галузі – готельно-ресторанний бізнес, транспорт (пасажирські перевезення), роздрібну торгівлю, індустрію розваг і діяльність установ культури.

Обмеження на пересування, які були впроваджені державами для запобігання поширенню захворювання на COVID-19, падіння доходів громадян внаслідок економічної кризи та рецесії потенційно зумовляють зростання попиту на відпочинок у межах України. Пандемія несе для туризму не лише очевидні негативні наслідки, а й несподівані нові можливості. Зокрема, в Україні такі обставини надали імпульс внутрішньому туризму, пробудили цікавість людей до подорожей власною країною. Саме внутрішній туризм є основним драйвером збереження та відродження галузі. Отже, важливо зберегти внутрішній туризм і вхідний пасажиропотік на тому самому рівні, переводячи більшу частину вихідного трафіка на дестинації в межах України.

Важливо зазначити, що провідні туристичні країни Чорноморського регіону (Румунія, Болгарія) також робили акценти у 2020-2021 рр. саме на розвиток внутрішнього туризму. Вони не лише закликають громадян відпочити на вітчизняних курортах, а й впроваджують заохочувальні моделі.

Саме здешевлення та максимальний баланс «ціна-якість» мають і можуть відіграти рупійну роль у становленні туристично-рекреаційного комплексу в сьогоднішніх кризових умовах. Наразі рівень відповідної інфраструктури в нашій країні задовільний, однак ще далекий від ідеального. Основна проблема – високі ціни та відсутність адекватного сервісу з точки зору ціни. Така ситуація може позитивно вплинути як на в'їзний, так і на виїзний туризм. Криза може мати позитивні наслідки для українців, які прагнуть відпочивати за кордоном: у всьому світі знижуватимуться ціни на готелі, авіап перевезення, відпочинок стане доступнішим; падіння рівня доходів європейців може зробити привабливими для них ближчі, доступніші, безпечніші курорти та пам'ятні, історичні, рекреаційні місця України.

Слід також врахувати можливість залучення туристів із сусідніх держав, для яких відвідання України має певні переваги: логістична доступність, відсутність мовного бар'єру тощо. Проте практична реалізація цього попиту залежатиме від спроможності налагодити діяльність курортної інфраструктури в умовах протиепідемічних обмежень.

Для сфери туристичних послуг у період коронакризи споживачі послуг надають перевагу щодо: вибору коротших термінів відпочинку, переважання індивідуального пересування (автотуризм) та індивідуального розміщення, вибору оздоровчого, морського та сільського туризму. Коронакриза спричинила зміни у вподобаннях споживачів, прискорюючи впровадження онлайн технологій, приділяючи більшу увагу гігієні та здоровому способу життя, активнішому використанню безготівкових і безконтактних методів оплати та засобів адресної доставки. Отже, санітарно-гігієнічні умови та можливість дистанціювання під час проживання та відпочинку є важливими чинниками конкуренції за споживача.

За результатами вище зазначеного можна окреслити напрями, що можуть бути сприятливими для розвитку туристичного та рекреаційного бізнесу в Україні в час коронакризи:

- збереження внутрішнього туризму і вхідного пасажиропотоку на тому самому рівні зі спрямуванням більшої частини вихідного трафіку на дестинації в межах України;

- здешевлення та максимальний баланс «ціна-якість» можуть відіграти рушійну роль у становленні туристично-рекреаційного комплексу;

- санітарно-гігієнічні умови та можливість дистанціювання під час проживання та відпочинку є важливими чинниками конкуренції за споживача;

- підтримка державою внутрішнього повітряного та залізничного транспортного сполучення та цін на квитки з можливими субвенціями;

- підтримка державою внутрішнього туризму через впровадження туристичних ваучерів і кредитних ліній для цього виду туризму.

Література.

1. Гоблик-Маркович Н.М., Ільтьо Т.І. Аналіз динаміки та актуальних проблем розвитку сфери туризму. *Освіта і наука*. 2018. 24 (1). С. 16-22.

2. Горбань Ю. До речі, в туризмі Україна не пасе задніх. 2019. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/2664756-do-reci-v-turizmi-ukraina-ne-pase-zadnih.html>2020 (дата звернення: 02.06.2022).

3. Жаліло Я.А., Ковалівська С.В., Филипченко А.О., Химинець В.В., Головка А.А. Щодо розвитку туризму в Україні в умовах підвищених епідемічних ризиків: аналітична записка Національного інституту стратегічних досліджень, 2019. URL: <https://niss.gov.ua/sites/default/files/2020-06/turyzm-v-ukraini.pdf> (дата звернення: 02.06.2022).

4. Заворуєва О.С. Удосконалення стратегії управління розвитком туристичної галузі України. дис. к.е.н. за спеціальністю 08.00.03 – економіка та управління національним господарством. Класичний приватний університет, Запоріжжя, 2019. 205 с.

5. Оболенцева Л.В., Галицька А.М. Оцінювання впливу туризму як економічного явища. *Сучасні тенденції розвитку індустрії туризму та гостинності у конкурентному середовищі*: матеріали міжнародної науково-практичної конференції, м. Харків / колектив авторів; Харківський національний університет міського господарства імені О.М. Бекетова, 2020. С. 85-87.

5. Пандемія COVID-19 та її наслідки у сфері туризму в Україні. 2020. URL: <http://www.ntoukraine.org/assets/files/EBRD-COVID19-Report-UKR.pdf> (дата звернення: 02.06.2022).

ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК МІЖНАРОДНОГО РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

***КОНОНЕНКО Т.П., К.Т.Н., ПРОФЕСОР,
ПЕЛЬКОВА Т.А., СТУДЕНКА,
ДЕРЖАВНИЙ БІОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ***

Функціонування сучасного туристичного ринку характеризується багатьма позитивними тенденціями. Однак розширення міжнародного співробітництва, особливо в галузі туризму в сучасних умовах супроводжується виникненням ряду проблем, вирішення яких лежить у площині формування ефективних комунікаційних зв'язків та інформаційних систем.

Світовий досвід вказує на те, що глобалізаційні процеси в багатьох країнах стали об'єктивним чинником прогресу в галузі інформаційних технологій, котрі використовуються суб'єктами туризму. В Україні, яка в останні роки йде шляхом активізації туристичних потоків, також актуалізується проблематика належного інформаційного забезпечення та розвитку автоматизованих систем і баз даних.

Характерними рисами сучасного туристичного ринку є висока динамічність, значна кількість суб'єктів та учасників, надзвичайно широка географічна охоплюваність, а також необхідність відповідного оперативного інформування.

У цілому варто виділити такі основні функції туризму: економічну, соціально-культурну, оздоровчо-спортивну, освітньо-професійну та функцію задоволення особистих потреб туристів.

Провідним фактором зростання світового туристичного ринку також є його видова диверсифікація, обумовлена розвитком інноваційних видів туризму. Передбачити майбутні зміни в туризмі неможливо. Але можна простежити, як диверсифікувалися послуги на світовому туристичному ринку в умовах глобалізації [1].

Вивченню аспектів інноваційного розвитку міжнародних туристичних послуг присвячено відносно небагато публікацій. У них автори переважно розкривають важливість ринку туристичних послуг у соціально-економічному розвитку й обґрунтовують необхідність подальшої диверсифікації ринку туристичних послуг, наслідком чого може бути більш ефективне використання рекреаційно-ресурсного потенціалу та більш конкурентоспроможна туристична сфера України

Серед дослідників слід виділити Сокол Т.Г., Чорненко Н.В., Мальську М.П., Пуцентейло П.Р., Пандяк І.Г., Герчикову І.М., Кицяка В.Ф., Любіцеву О.О., Ткаченко Т.І., Школа І.М. та ін. [1, 2].

Туризм став явищем, яке увійшло у повсякденне життя майже третини населення планети. Частка туризму перевищує 10 % світової торгівлі товарами й послугами, що дало йому змогу посісти третє місце після експорту нафти та автомобілів. В Угорщині, Чехії, Австрії, Швейцарії, Італії, Франції, Іспанії та Португалії туризм належить до пріоритетних галузей, внесок яких у валовий національний дохід становить 15-35 %. За оцінками спеціалістів, нині в туристичній індустрії працює понад 100 млн. осіб, кожне 16-те робоче місце у світі припадає на туризм, кожна 8-ма працездатна людина у світі зайнята в зазначеному секторі.

Представлені показники свідчать, що туристична індустрія спроможна відіграти генеруючу та інтегруючу роль щодо позитивної динаміки економічних показників розвитку галузей інших сфер економіки.

Зростання в туристичній індустрії дає позитивний вплив також і на всі, пов'язані з ним виробничі та невиробничі галузі, на зайнятість населення та на загальну економічну ситуацію в регіоні чи країні. Значення міжнародного туризму у світі постійно зростає, що пов'язано із збільшенням його впливу на економіку окремих країн.

Туризм по-різному впливає на платіжний баланс кожної країни. Поточний туристичний баланс, як правило, позитивний у країнах Середземномор'я (Франція, Італія, Іспанія, Кіпр, Мальта, а також Австрія і Швейцарія). З країн, що розвиваються, сюди можна віднести Туніс, Таїланд, Мексику, Карибський регіон та ін. [3].

Хоча перше місце по значущості міжнародного туризму для національних господарств займають надходження валюти, поряд з одержанням прибутку, можливий і значний відплив коштів. Країни, що розвиваються, змушені імпортувати значну кількість продуктів і товарів для туристів, а також необхідне устаткування для індустрії туризму. За підрахунками Світового банку, на імпорт товарів для туристів припадає 15-55 % надходжень від туризму залежно від розвитку економіки й орієнтованості туристичної індустрії на місцеві ресурси.

Розвиток туризму, зростання обсягу туристичних послуг призводить до збільшення кількості робочих місць. Туристична галузь відноситься до числа найбільш трудомістких.

Таким чином, диверсифікація міжнародних туристичних послуг виступає однією зі стратегічних альтернатив розвитку туристичної галузі, яка дозволяє отримати додаткові економічні вигоди в умовах складної ринкової кон'юнктури [4].

Серед перспективних напрямів інноваційного розвитку міжнародних туристичних послуг сучасних підприємств потрібно виділити: включення до набору послуг клінічного обслуговування, спеціалізоване обслуговування конгресів, конференцій, семінарів, надання розважальних, спортивних, оздоровчих послуг, послуг гастрономічних закладів, плавального басейну, фітнес-клубу, сауни, солярію, нічних клубів, косметичних і масажних салонів, spa- та wellness-послуг, які варто впроваджувати в діяльність туристичних фірм з метою розширення конкурентних переваг для успішного функціонування в сучасних умовах.

Література.

1. Мальська М.П., Антонюк Н.В., Ганич Н.М. Міжнародний туризм і сфера послуг: підручник. К.: Знання, 2008. 661 с.
2. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні. Чернівці: Книги-XXI, 2003. 298 с.
3. Антонюк К.В. Функціональна диверсифікація міжнародного туристичного ринку. *Науковий вісник ХДУ*. 2014. Вип. 4. С. 5-9.
4. Диверсифікація ринку туристичних послуг в Україні як передумова підвищення їх конкурентоспроможності URL: http://tourlib.net/statti_ukr/kucenko3.htm

ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

***МЕРЧАНСЬКИЙ В.В., К.Е.Н., ДОЦЕНТ,
ДЕРЖАВНИЙ БІОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ***

Загострення конкурентної боротьби в галузі туризму та поширення коронавірусної інфекції COVID-19 потребує пильної уваги з боку держави у вигляді формування дієвого механізму державного регулювання туризму. Наукова спільнота зазначає, що роль туризму у розвитку світової економіки має велике значення, а з подоланням негативного впливу коронавірусної інфекції COVID-19 у майбутньому буде лише зростати.

Туристична галузь в Україні відіграє істотну роль у соціально-економічному розвитку територій та стимулює збереження наявних у регіоні туристичних ресурсів [1]. А.О. Обозна відмічає, що розвиток туризму в Україні тісно взаємопов'язаний з такими секторами національної економіки, як транспортна галузь, сфера роздрібної торгівлі, послуги зв'язку, будівництво, аграрний сектор, виробництво товарів широкого вжитку, і, як наслідок, є одним з найперспективніших стратегічних напрямів структурної перебудови національної економіки, що підтримує історико-культурні традиції, стимулює розвиток народних промислів, підтримку та відродження рецептів гастрономії, вимагає збереження навколишнього середовища та створення сприятливих соціально-економічних умов для свого оптимального функціонування [2]. Н.О. Дудченко та О.О. Любіцева зазначають, що сьогодні Україну можна віднести до країн із середнім рівнем розвитку туризму, який в достатній мірі не використовує сприятливі передумови для належного розвитку в'їзного туризму. Також вони наголошують на необхідності посилення ролі держави, яка зможе забезпечити матеріальну підтримку розвитку туризму; формування ефективної моделі співпраці приватно державного партнерства, дотримуватися виконання «Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року» [3].

На сьогодні є очевидним, що стан розвитку туристичної галузі України не відповідає світовим тенденціям. Науковці та фахівці галузі туризму наголошують на тому, що в галузі існує багато проблем які потребують нагального вирішення та втручання держави. Насамперед до них можна віднести [4, 5, 6]:

- відсутність єдиної дієвої цільової програми розвитку туризму;
- застаріла нормативно-правова база;
- недостатність транспорту та послуг;

- необхідність вдосконалення системи управління персоналу в галузі, підвищення професіоналізму;
- низький рівень розвитку інформаційної інфраструктури галузі;
- низька інвестиційна привабливість галузі;
- складна економіко-політична ситуація в країні.

Роль державного регулювання туристичної діяльності насамперед полягає у створенні дієвого механізму для подолання негативних тенденцій у галузі, сприяння розвитку підприємництва та підтримки конкурентного середовища на ринку туристичних послуг, зміцненні туристичного іміджу України, запровадження європейського досвіду управління в галузі, зробити її інвестиційно привабливою галуззю економіки та фактором культурного розвитку країни [5, 7]. Для цього насамперед необхідно зробити відповідні зміни з удосконалення нормативно-правової бази, яка повинна враховувати реалії вітчизняного туризму та світову практику розвитку і функціонування туристичної галузі.

Література.

1. Радченко О.П., Горбаченко С.А. Стратегія розвитку туристичної галузі України в умовах невизначеності. *Економіка та суспільство*. 2021. № 24. URL: <http://www.economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/204/196>
2. Обозна А.О. Аналіз стану розвитку вітчизняної туристичної галузі у відповідності з міжнародними рекомендаціями статистичних показників. *Ефективна економіка*. 2019. № 6. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7153>
3. Дудченко Н.О., Любіцева О.О. Аналіз динаміки глобального індексу конкурентоспроможності сфери туризму в Україні. *Збірник наукових праць ЛОГОС*. 2020. С. 36-38. URL: <https://ojs.ukrlogos.in.ua/index.php/logos/article/view/7047/7023>
4. Алієв В.В. Специфічні особливості розвитку туризму в Україні. *Соціально-географічні процеси в східно-центральної Європі: проблеми, тенденції, напрями: матеріали Міжнар. наук. географічної конф.*, 26-27 березня 2020 р., м. Берегове, 2020. Збірник наукових робіт Т. 2. С. 409-414.
5. Язіна В.А. Державне регулювання галузі туризму: сутність і шляхи вдосконалення. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2016. Вип. 9. С. 526-529.
6. Шелеметьєва Т.В. Особливості та проблеми державного регулювання розвитку туризму в Україні. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2018. Вип. 21. С. 221-225. URL: <http://global-national.in.ua/issue-21-2018>
7. Опанасюк Н.А. Охріменко А.Г. Державне регулювання туризму в Україні: правові форми, засоби та моделі. *Перспективи розвитку туризму в Україні та світі: управління, технології, моделі: колективна монографія*. Луцьк, 2018. С. 17-37.

КОНЦЕПЦІЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ

*МИРОНОВ Ю.Б., К.Е.Н., ДОЦЕНТ,
ЛЬВІВСЬКИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ*

Концепція сталого туризму була запропонована у 1983 році мексиканським екологом Ектором Себальосом-Ласкурайном (Hector Seballos-Lascurain) та прийнята у 1995 році Всесвітньою туристичною організацією (UNWTO) і Всесвітньою радою з подорожей і туризму (WTTC).

У XXI столітті сталий розвиток туризму займає все більш помітну позицію та вважається успішним прикладом реалізації загальної концепції сталого розвитку, який консолідується на міжнародному рівні як підхід, який слід використовувати, щоб зробити всі види туризму більш екологічними, соціально та економічно вигідними [1, с. 659].

У 2005 році Всесвітня туристична організація затвердила 12 цілей (напрямків) сталого розвитку туризму, серед яких – ефективне використання туристичного потенціалу території (правильно визначений та оцінений); ефективність функціонування підприємств туризму та гостинності, у тому числі збереження робочих місць, незважаючи на сезонність та кризові ситуації; взаєморозуміння між підприємцями галузі та місцевими громадами; продумані стратегії розвитку туризму в регіонах з метою досягнення справедливого принципу розподілу економічних і соціальних вигод від туризму.

У Порядку денному зі сталого розвитку на період до 2030 року (The 2030 Agenda for Sustainable Development) зазначено, що до 2030 року необхідно забезпечити розробку та впровадження стратегій сприяння сталому туризму як способу створення робочих місць, розвитку місцевої культури та виробництва місцевих продуктів, а також підтримки стану екосистем та збільшення якості екосистемних послуг.

За останні роки у світі активізувались соціально-економічні дослідження сталого туризму, який раніше не був у центрі академічного інтересу. Дослідження на цю тему в основному зосереджено на з'ясуванні сутності сталості у контексті туризму; визначення методів та інструментів, припустимих для оцінювання сталого розвитку туризму; перевірка запропонованих моделей і ретельне вивчення показників, доцільних для впровадження на локальному, регіональному, національному та міжнародному рівнях [2].

Дослідження Глобальної ради сталого туризму (Global Council for Sustainable Tourism) зосереджені на прогнозуванні ризиків міжнародних подорожей; умов забезпечення безпеки та здоров'я туристів; забезпеченні охорони довкілля та захисту його від надмірного впливу людського фактору, що особливо стосується унікальних природних об'єктів. Деякі дослідники провели аналіз місцевих суб'єктів туризму та гостинності в розвинутих країнах і країнах, що розвиваються, з точки зору загальної ефективності сталого розвитку. Сталість туризму також обговорюється з огляду на можливість забезпечення стабільного доходу від туристичної діяльності, інноваційного розвитку та припливу інвестицій, зайнятості у туристичному секторі, розвитку туристичної інфраструктури.

Австралійський Кооперативний дослідницький центр сталого туризму (Australia's Sustainable Tourism Cooperative Research Center) постійно відстежує понад 90 національних та регіональних стратегій сталого розвитку туризму, надаючи дані про інституційне середовище, а також результати аналізу витрат і вигод, які порівнюють чисті витрати та вигоди від програми стратегічного розвитку в різних країнах. Іншим прикладом є Міжнародна мережа обсерваторій сталого туризму при UNWTO (International Network of Sustainable Tourism Observatories, INSTO), створена у 2004 році, яка є мережею дослідницьких центрів, що контролюють економічний, екологічний та соціальний вплив туризму на рівні туристичних дестинацій.

Універсально прийнятого визначення сталого туризму не існує, і в літературі відзначається неточність терміну «сталий туризм» (sustainable tourism), а також відсутній єдиний підхід до визначення сталого розвитку туризму [3]. По суті, сталий туризм – це такий вид туризму, при якому забезпечується оптимальне використання ресурсів навколишнього середовища, підтримуються соціально-культурні особливості туристичних дестинацій та спільнот, які там проживають, забезпечується життєздатність довгострокових економічних процесів з огляду на їхню вигоду для стейкхолдерів. Під сталим розвитком туризму розуміються такі форми розвитку й управління туризмом, які не порушують сталість соціоекосистем, що сформувалися на територіях туристичних дестинацій, тобто коли розвиток туризму не завдає шкоди довкіллю, суспільству й економіці. Більше того, сталий розвиток в туризмі повинен передбачати позитивний загальний баланс екологічних, соціально-культурних та економічних ефектів від туризму, а також позитивний вплив відвідувачів один на одного [4, с. 9].

Аналіз спеціальної літератури показує, що існують різні підходи до аналізу факторів сталого розвитку туризму. Так, наприклад, L. Cernat і J. Gourdon запропонували враховувати такі фактори, як туристичний потенціал регіону, економічні зв'язки (мережі, кластери), роль туризму в місцевій економіці, туристичну інфраструктуру, туристичну привабливість [5].

Незважаючи на широкий спектр запропонованих індикаторів сталого розвитку туризму, відсутні деякі показники, важливі для розвитку внутрішнього туризму на ринках, що розвиваються. Наприклад, в українських туристичних дестинаціях потрібні індикатори для моніторингу ефективності реалізації програм стратегічного розвитку у сфері туризму із урахуванням національної специфіки. У зв'язку з цим варто звернути увагу на Європейську систему індикаторів туризму для сталих напрямків (European Tourism Indicator System for Sustainable Destinations, ETIS). ETIS забезпечує цілісний підхід до покращення сталого управління європейськими туристичними напрямками, заохочуючи залучення зацікавлених сторін у процесі моніторингу. Адаптація ETIS може стати дієвим інструментом з покращення та підвищення ефективності управління сталим розвитком управління українськими туристичними дестинаціями.

Література.

1. Lozano-Oyola M., Blancas F.J., González M., Caballero R. Sustainable Tourism Indicators as Planning Tools in Cultural Destinations. *Ecological Indicators*. 2012. Vol. 18. pp. 659-675.
2. Modica P., Capocchi A., Foroni I., Zenga M. An Assessment of the Implementation of the European Tourism Indicator System for Sustainable Destinations in Italy. *Sustainability*. 2018. Vol. 10(9).
3. Sharpley R. Tourism and Sustainable Development: Exploring the Theoretical Divide. *Journal of Sustainable Tourism*. 2000. Vol. 8 (1); Pfueller S.L., Lee D., Laing J. Tourism Partnerships in Protected Areas: Exploring Contributions to Sustainability. *Environmental Management*. 2011. Vol. 48 (4). pp. 734-749.
4. Myronov Yu.B., Logvyn M.M. Sustainable Tourism Development in the Regions: Essence, Principles, Impact Factors, Assessment Methods. Trends, Prospects and Challenges of Sustainable Tourism Development: monograph. Lviv: Lviv University of Trade and Economics, 2020. 252 p. pp. 7-18.
5. Cernat L., Gourdon J. Paths to Success: Benchmarking Cross-country Sustainable Tourism. *Tourism Management*. 2012. Vol. 33. pp. 1044-1056.

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ У ПЕРІОД ВОЄННОГО СТАНУ В УКРАЇНІ ТА ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ

*МУСТЕЦА І.В., К.Е.Н., ДОЦЕНТ,
ЧЕРНІВЕЦЬКИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ІНСТИТУТ ДТЕУ*

Запровадження воєнного стану в Україні через агресію Росії, негативно вплинуло на всі аспекти життєдіяльності українців, на розвиток економіки в тому числі і на туристичну галузь. Звичайно події з 24 лютого 2022 року додають напруги та боязнь туристів у плануванні подорожей і візити туристичних точок на теренах нашої країни. Крім того, більшість світових туроператорів встановили обмеження та рекомендації щодо обачності під час вибору туристичного маршруту до України тому необхідно планувати відновлення галузі в післявоєнний період.

Відомо, що світова туристична індустрія почала тільки оговтуватися від наслідків COVID-19. Так, поширення вакцинації сприяло позитивним прогнозам, але в багатьох секторах економіки ситуація змінилася суттєво в негативному напрямку та починаючи з 2020 році туристична індустрія зазнала колосального удару. Глобальне падіння на 73 % означає не просто втрату прибутків (1,3 трлн. доларів за даними Всесвітнього економічного форуму), а й скорочення робочих місць та ВВП в країнах, що найбільше залежать від туристичної галузі [1].

У січні Всесвітня туристична організація ООН (UNWTO) опитала експертів галузі щодо того, коли вони очікують повернення до ситуації 2019 року. Результати опитування наступні, так лише 1 % респондентів припустили, що це станеться у 2021 році, 15 % сподіваються, що відновлення слід очікувати у 2022 році. Найбільше професіоналів ринку (43 %) вважають, що це станеться лише у 2023 році. Ще майже стільки ж (41 %) сподіваються аж на 2024 рік чи більш пізній період [2].

Експерти зазначають, що відкладене відновлення ринку не означає, що він не буде існувати. Навпаки – світовий туризм змінюється, стає більш сталим та інноваційним. В туристичній індустрії впроваджують безконтактні технологічні рішення, роблять більше акцентів на безпеці та дбайливому ставленні до навколишнього середовища. Усе це відносять до тренду, який буде домінувати в процесі відновлення галузі.

Розглянемо досвід зарубіжних країн розвитку туристичної галузі після збройних конфліктів. Наприклад, розвиток туризму в 1990-х роках у Хорватії під час війни припинився, але з 2000 року понад тисяча островів стали інвестиційно привабливими. Туризм в цій країні набув швидких темпів завдяки розвитку авіасполучення, доступних цін на житло, відкриття сучасних готелів та пляжів, відкриття цікавих круїзних маршрутів. Також, про переваги відпочинку на островах Хорватії написано багато публікацій в закордонних виданнях, записано відео презентації та свідчення блогерів. Це дозволило заповнити номерний фонд готелів з червня по вересень майже на 100 %, що позитивно вплинуло на економіку та генерування близько 15 % дохідної частини ВВП Хорватії. Слід відмітити, що у 2017 році країну відвідало 15 мільйонів туристів, а за даними статистичних видань Хорватії до пандемії дохідна частина бюджету країни від туризму зростала на 11 % щорічно.

Збройний конфлікт у Боснії та Герцеговині з 1992-1995 роках негативно вплинув на сферу гостинності, однак з 14 грудня 1995 року передбачено збереження єдиної федеративної держави, що утворює мусульмано-хорватську Федерацію Боснії і Герцеговини та Республіку Сербську. Заходи, які сприяли розвитку туризму дозволили у 2010 році Сараєво віднести в топ-10 міст, яке рекомендували для відвідування відомі туроператори. У 2019 році загальна питома вага вкладу туризму в економіку Боснії та Герцеговини склала 10,5 %. Особливо зацікавляють туристів історичні місця пов'язані із збройними конфліктами, місця руйнувань і битв, сувенірні крамниці з військовими атрибутами, використаними гільзами. Приваблюють туристів старовинні вулиці в османському стилі, затишні кафе та ресторани, музеї, базари.

Кіпр у 1960 роках пережив збройний конфлікт і став незалежним від Великобританії, у 1964 році там розмістився миротворчий контингент ООН і була проведена демаркаційна лінія. Так у 1975 році Кіпр поділено на південну грецьку частину і північну – турецьку частину. Історично склалося, що південна частина у 2004 році прийнята в Європейський союз, а північну частину підтримує Туреччина. Аналізуючи статистичні дані у 2018 році острів відвідала рекордна кількість туристів – 3,8 млн. при населенні в 1,22 млн. жителів. Питома вага вливань в економіку досліджуваної країни склав 18 %, а у 2021 році приріст туристичного потоку в пікові місяці склали до 300 % порівняно з 2020 році. Родзинкою туристичної інфраструктури є наявність великої кількості пляжів з «Блакитним прапором».

Єгипет у 1967-1970 роках перебував у стані війни і лише в 1979 році був підписаний мирний договір, Ізраїль вивів свої війська з Синайського півострова в 1982 році. Туризм в досліджуваній країні розвивається великими темпами, завдяки природним особливостям морського узбережжя, історичними пам'яткам, музеям, новим зірковим готелям. Доля туризму в економіці досліджуваної країни у 2019 році склала 12 %, а туристичний потік склав за сезон майже 15 мільйонів туристів.

Унікальною країною, яка активно розвиває туризм і перебуває у стані війни із Палестиною є Ізраїль. Основними напрямками туризму в цій країні є паломництво, культура і медицина. У 2019 році на туризм припало 6,2 % економіки, туристичний потік склав приблизно 4,5 млн. туристів. Незважаючи на військові дії, туристи охоче відвідують біблійні місця Єрусалиму, відновлюються на курортах Мертвого моря, насолоджуються традиційною кухнею в Тель-Авіві [2].

Підсумовуючи вищевикладене можна відмітити, що потрясіння, які викликають збройні конфлікти, вносять глибокі шрами в туристичний бізнес країн в тому числі і України. Однак, створюється новітня спадщина і постконфліктний туризм. Україна володіє значним потенціалом розвитку туристичної галузі, та врахувавши досвід розглянутих країн може швидкими темпами відновлюватись та приймати туристів.

Література.

1. Туристична галузь: важкий шлях до відновлення
URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2021/05/21/674127/>
2. World Tourism Organization URL: <https://twitter.com/UNWTO>
3. Повстати з руїн. Які країни після війни стали популярними у туристів
URL: <https://www.rbc.ua/ukr/travel/-1647724135.html>

ESG-КОНЦЕПЦІЯ В ТУРИСТИЧНІЙ ІНДУСТРІЇ: РЕАЛІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

ПАНЬКІВ М.М., к.і.н.,

УКРАЇНСЬКА ІНЖЕНЕРНО-ПЕДАГОГІЧНА АКАДЕМІЯ

В сучасних умовах ESG-принципи економіки, які повністю відповідають концепції сталого розвитку, поділяють та активно використовують у своїй діяльності багато підприємств з різних галузей.

Абревіатура ESG означає: Environmental (навколишнє середовище), Social (соціальний розвиток), Governance (корпоративне управління). Дотримання принципів ESG за E-критерієм передбачає дбайливе ставлення, збереження та відновлення навколишнього середовища, мінімізацію та компенсацію екологічних збитків, управління відходами, забезпечення бізнес-процесів у рамках економіки замкнутого циклу. S-критерій орієнтований на забезпечення комфортних та безпечних умов праці співробітників, дотримання гендерної, расової рівності, підтримку соціальних та освітніх проєктів, формування доброзичливих стосунків із місцевою спільнотою, споживачами, розвиток волонтерства. G-критерій спрямований на підвищення якості корпоративного управління, розумність та обґрунтованість розміру винагород топ-менеджменту, необхідний рівень розкриття інформації.

Дотримання цих принципів у діяльності компанії стає однією з обов'язкових умов їх успішного стратегічного розвитку. Це пояснюється тим, що компанії, які мають високі ESG-рейтинги, мають низку преференцій з погляду репутаційного іміджу, банківського фінансування, саме їм видають перевагу інвестори під час ухвалення інвестиційних рішень.

Міжнародні рейтингові агенції (Bloomberg, S&P Global, Dow Jones Indices, JUST Capital, MSCI, Refinitiv, CDP, ISS, Sustainalytics, FTSE Russell, FTSE4Good та інші) розраховують спеціальні ESG-рейтинги, які дозволяють оцінити рівень дотримання ESG-принципів різними компаніями [1].

Підприємства індустрії туризму на даний момент практично не залучені до процесу ESG-трансформації. Про це, зокрема, свідчить відсутність у ESG-рейтингах компаній зі сфери туризму та подорожей.

ESG-рейтингування компаній стає популярним і в Україні у зв'язку з тим, що зростає кількість так званих відповідальних інвесторів, які при оцінці напрямків вкладення коштів беруть до уваги не лише фінансово-економічні показники оцінки інвестиційних вкладень, а й враховують ESG-параметри, включаючи екологічні, соціальні та управлінські аспекти.

На сьогодні питання ESG-концепції в туристичній індустрії залишаються мало дослідженими. Слід зазначити роботу Ionescu G.H., Firoiu D., Pirvu R., Vilag R.D, в якій розглядається вплив екологічних, соціальних та управлінських факторів ESG на вартість 73 компаній з 17 країн світу в індустрії подорожей і туризму. На думку авторів, найважливіший вплив на ринкову вартість цих компаній має фактор управління [2].

У туристичній сфері досить успішно просувається та реалізується концепція зеленої економіки, яка виражається в екологізації підприємств індустрії туризму та готельного бізнесу. При цьому принципам E (Environmental) приділяється набагато більше уваги, ніж принципам S (Social) та G (Governance).

Сьогодні активно створюються та просуваються екологічні (зелені) готелі. В еко-готелях використовуються різноманітні інновації, що дозволяють забезпечувати економію водних та енергетичних ресурсів, мінімізацію виробничих відходів готельних підприємств та застосування технологій замкнутого циклу та ін. Міжнародна програма добровільної екологічної сертифікації готелів «Green Key» («Зелений ключ») є частиною Foundation for Environmental Education (Міжнародної організації з екологічної освіти) працює в 65 країнах, а зелені сертифікати вже отримали більше 3200 засобів розміщення [3]. Ці сертифікати видаються засобам розміщення, які відповідають 140 екологічним критеріям, підтверджують високу екологічну відповідальність підприємств та сприяють сталому розвитку туризму. Українські засоби розміщення також беруть участь у цій програмі. Знаком «Green Key» відзначені 7 готелів: 1 в Івано-Франківській області (Radisson Blu Resort, Буковель), 1 в Васильківському районі Київської області (Maison Blanche, с. Митниця) та 5 в м. Київ (Ecohouse Hotel Galera, Park Inn by Radisson Kyiv, Troyitska Radisson Blu Hotel, Radisson Blu Hotel Podil та InterContinental) [4].

У всьому світі туристична індустрія представлена в основному малими та середніми підприємствами, для яких участь у рейтингуванні ESG не є пріоритетним завданням. Проте з урахуванням швидкого поширення ідеології ESG на фінансову сферу та можливі у зв'язку з цим обмеження на отримання кредитних ресурсів можуть стати стимулом для дотримання ESG-концепції у роботі підприємств індустрії туризму.

Крім того, необхідно враховувати вплив зміни поколінь та зміну ставлення міленіалів до проблем збереження навколишнього середовища та сталого розвитку. Критерії сталого розвитку ESG стають визначальними при оцінці діяльності компаній та формуванні їх ділового іміджу.

Участь закладів розміщення у формуванні зеленої економіки може оцінюватися як перший крок у дотриманні E-принципу відповідального ставлення до навколишнього середовища в туристичній індустрії. Однак слід також забезпечити виконання S та G принципів у діяльності туристичних підприємств.

Література.

1. Rating agencies owe the market more transparency. *Financial Times*: website. URL: <https://www.ft.com/content/2a0bffc7-e925-4df8-ba9c-2bf9dda579b3> (дата звернення: 05.05.2022).
2. Ionescu G.H., Firoiu D., Pirvu R., Vilag R.D. The impact of ESG factors on market value of companies from travel and tourism industry. *Technological and Economic Development of Economy*. 2019. Vol. 25. Issue 5. P. 1-30.
3. Гапоненко Г.І., Євтушенко О.В., Шамара І.М. Проблеми та перспективи екологізації туризму в Україні. *Проблеми економіки*. 2021. № 1. С. 4-10.
4. Абрамова А.Г. Еко-тренд в сфері гостинності: економічні та соціальні аспекти. *Ефективна економіка*. 2020. № 5. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/5_2020/84.pdf (дата звернення: 05.05.2022).

МЕНЕДЖМЕНТ ПЕРСОНАЛУ В ТУРИСТИЧНІЙ ІНДУСТРІЇ

**ТКАЧОВА С.С., К.Е.Н., ДОЦЕНТ,
ПРАВДІВЦЕВ Д.О., ЗДОБУВАЧ ВИЩОЇ ОСВІТИ,
ЖУРАВСЬКА А.О., ЗДОБУВАЧ ВИЩОЇ ОСВІТИ,
ДЕРЖАВНИЙ БІОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Менеджмент туристичної індустрії – це система управління виробничими, транспортними, торговельними, сервісними підприємствами і засобами розміщення, призначена для задоволення попиту на туристичні товари і послуги, через підготовку кадрів та ефективне використання природних багатств, матеріальних, духовних, фінансових, інтелектуальних та інших можливостей [1, с. 15].

Менеджмент персоналу в туристичній індустрії займає надважливе місце, оскільки туристичний продукт є комплексним і якість його формування та надання гостям безпосередньо пов'язана з професійною підготовкою працівників. Дуже важливо, щоб усі співробітники склали єдине ціле, одну команду, були дружельно налаштовані до клієнта, могли замінити один одного. Особливу увагу необхідно звернути на вміння формувати міжнародні команди професіоналів для роботи у туристичній індустрії. Досвід роботи на посаді трансферних гідів в компанії (туроператорі) «Апекс Tourism» у Туреччині дозволив відмітити такі особливості у відборі та підготовці персоналу. Так, до роботи у компанії запрошуються молоді люди

(старші за 18 років) з різних країн. Найголовнішою умовою під час відбору майбутнього персоналу є наявність фахової освіти: диплому за спеціальностями «Менеджмент», «Туризм» або «Готельно-ресторанна справа», або довідки про те, що особа навчається за вказаними спеціальностями. Також важливими умовами для майбутнього співробітника є: готовність до ненормованого робочого дня; стресостійкість; комунікабельність та ввічливість; відсутність дефектів мовлення; достатній рівень володіння турецькою мовою; грамотне володіння мовою тих гостей, які прилітають на відпочинок. Відповідно до вимог корпоративної культури, як правило, компанії забезпечують своїм співробітникам: офіційне працевлаштування з повним пакетом соціальних послуг на території Туреччини; фізичну та юридичну безпеку при роботі «24/7»; конкурентний рівень заробітної плати, вчасне її отримання у формі, зручній для працівника; якісні умови проживання для всіх працівників протягом робочого сезону (до 6 місяців); сталий і дієздатний комунікаційний зв'язок з офісом регіону, водіями та готельними гідами; корпоративний «дрес-код». Свій трудовий шлях трансферні гіді розпочинають з фахових практичних тренінгів, які тривають від одного до двох тижнів. Під час таких тренінгів гід вивчає свої права та обов'язки, правила корпоративної культури та основи міжнародної комунікації (традиції, звичаї, звички), алгоритм дій у суперечливих і форс-мажорних ситуаціях, отримує спеціальну внутрішню документацію (книгу гіда) тощо. Таким чином, досвід Туреччини свідчить про необхідність поєднання теоретичної та практичної складових під час підготовки фахівців для туристичної індустрії. Мова йде про застосування елементів дуальної освіти [2], запровадження яких було б корисним також і в системі вищої освіти для підготовки менеджерів різних сфер економічної діяльності. У Стратегії розвитку вищої освіти в Україні [3] та в Стратегії розвитку туризму та курортів [4] питання підготовки конкурентоспроможних фахівців відображено як найважливіші для успішного розвитку України.

Менеджмент трансферних, готельних, екскурсійних гідів і шоп-гідів здійснюють: «Sheff guide» – шеф-гід, регіональний менеджер; «Quality control» – менеджер з якості від головного офісу компанії, який контролює якість надання послуг і перевірку дотримання своїх обов'язків усіма співробітниками; «Shop-control» – менеджер компанії, безпосередній керівник для ланки «шоп-гідів». Статус керівного управлінського персоналу за посадами «Sheff guide» та «Quality control», як правило, відається представникам корінного населення.

Отже, досвід роботи в туристичній індустрії Туреччини дозволив ознайомитись з державною моделлю регулювання розвитку туризму. Спрямованість всіх галузей економіки на співпрацю з туризмом, високий рівень розвитку туристичної інфраструктури, логістики, якості рекреаційних ресурсів, різновидів туристичних продуктів, якості та інноваційності обслуговування мільйонів туристів зі всього світу під час високого сезону, конкурентоспроможності команд персоналу всіх ланок туристичної індустрії – все це дозволило зробити висновок, що в Україні потрібно ще багато зробити для того, щоб створити діючу модель регулювання розвитку туризму.

Державну політику в галузі туризму та курортів України реалізує Державне агентство розвитку туризму (ДАРТ), яке є центральним органом виконавчої влади. Сьогодні під час війни ДАРТ здійснює багато важливих напрямів роботи для підготовки до змін у післявоєнній туристичній індустрії України. «Перш за все будуть допомагати міжнародні туристичні партнери. Нам пишуть власники туристичних компаній, туристичні оператори, які готові по завершенню бойових дій відкривати бізнес в Україні, створювати робочі місця та допомогти розвивати галузь. Інтерес до України сьогодні шалений [5]. За таких умов необхідно здійснити удосконалення системи підготовки фахівців для туристичної індустрії з урахуванням міжнародного передового досвіду.

Література.

1. Менеджмент туристичної індустрії: підручник у 3-х частинах / Руденко В.П., Ващеба В.Я., Підгірна В.Н., Цепенда М.В. та ін. Чернівці: Чернівецький національний університет, 2019. 440 с.
2. Концепція підготовки фахівців за дуальною формою здобуття освіти. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/660-2018-%D1%80#Text> (дата звернення: 15.05.2022).
3. Стратегія розвитку вищої освіти в Україні на 2022-2032 роки. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/286-2022-%D1%80#Text> (дата звернення: 15.05.2022).
4. Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року. URL: https://kurort.gov.ua/wp-content/uploads/2017/11/kmu_strategiya.pdf (дата звернення: 15.05.2022).
5. Голова ДАРТ Олеськів: Після війни туризм зміниться в будь-якому випадку. URL: <https://interfax.com.ua/news/interview/826803.html> (дата звернення: 15.05.2022).

НАПРЯМИ МОДИФІКАЦІЇ СИСТЕМ ОСВІТИ ГАЛУЗІ ТУРИЗМУ З УРАХУВАННЯМ НОВОЇ РЕАЛЬНОСТІ І ПОТРЕБ РИНКУ

*ХУДАВЕРДІЄВА В.А., К.Е.Н., ДОЦЕНТ,
ДЕЙНЕКО Є.В., ЗДОБУВАЧ ВИЩОЇ ОСВІТИ,
ДЕРЖАВНИЙ БІОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ*

За оцінками Міжнародної асоціації наукових експертів по туризму, в даний час потреби всіх підрозділів туристської діяльності в професіоналах забезпечуються на 55 %, що підтверджує важливість і актуальність проблеми професійної підготовки, що диктується сучасним суспільством і що має глибоке історичне коріння. Даний факт підтверджується значним зростанням затребуваності кадрів сфери туризму і, як наслідок, збільшенням чисельності абітурієнтів, що поступають на напрями підготовки «Туризм» і «Готельна справа» у вищі учебні заклади країни [1].

У багатьох сферах соціально-економічної діяльності цифровізація процесів бізнесу відбувається швидкими темпами, що викликає необхідність постійного підвищення цифрової кваліфікації персоналу. Перманентне навчання новим навикам протягом всього життя (lifelong learning) стане невід'ємним атрибутом будь-якого співробітника. Застарівання знань відбуватиметься набагато швидше, що викликає необхідність змінити всю парадигму освітньої діяльності. Багато країн вже активно займаються модифікацією своїх систем освіти з урахуванням нової реальності. Такі країни, як Сінгапур, Фінляндія, Швеція, Норвегія і ряд інших першими створили власні стратегії розвитку цифрової економіки, в яких істотна роль відводиться питанням підготовки персоналу. Адаже в умовах цифрової економіки ключовими активами компаній стає інформація і персонал. Багато країн вже активно трансформують свої системи освіти і підготовки кадрів, акцентуючи увагу на формуванні цифрових компетенцій [2].

Цифровізація економіки припускає необхідність володіння не тільки цифровими компетенціями, але і навичками саморозвитку, уміння адаптуватися і критично оцінювати ситуацію, що склалася, уміння ухвалювати нестандартні рішення в умовах невизначеності, комунікаційні і володіння навичками ефективної командної роботи. Багато з цього переліку вже зараз затребувані в індустрії туризму. У освітніх програмах слід передбачити формування цих компетенцій і максимально наблизити ці програми до вимог професійних стандартів.

Згідно Стандарту вищої освіти України: перший (бакалаврський) рівень, галузь знань 24 – Сфера обслуговування, спеціальність 242 – Туризм, затвердженого Наказом Міністерства освіти і науки України 04.10.2018 р. № 1068, ціль навчання: формування загальних та фахових компетентностей для успішного здійснення професійної діяльності у сфері рекреації і туризму. Формування цифрових компетенцій при підготовці бакалаврів по спеціальності 242 «Туризм» здійснюється при вивченні дисципліни «Інформаційно-комунікативні технології в туристській діяльності», рекомендованій в освітній програмі/ яка формує загальну компетентність 08. Навички використання інформаційних та комунікаційних технологій [3].

Також рекомендується вивчати ряд програмних продуктів, вживаних у сфері туризму, зокрема Майстер-Тур, Туристський офіс, програмне забезпечення у області економіки, управління і маркетингу, включаючи CRM, програми бухгалтерського обліку, статистичного аналізу даних і т. п. Все це забезпечує формування у студентів цифрових компетенцій на рівні професійних користувачів: спеціальні (фахові, предметні) компетентності: К 24. Здатність здійснювати моніторинг, інтерпретувати, аналізувати та систематизувати туристичну інформацію, уміння презентувати туристичний інформаційний матеріал; К 25. Здатність використовувати в роботі туристичних підприємств інформаційні технології та офісну техніку Проте пavidкість впровадження цифрових інновацій різко зросла, чому сприяла зокрема пандемія, тому, на наш погляд, необхідно підсилити підготовку кадрів у області цифрових технологій у зв'язку зі зростаючими вимогами ринку праці [3].

Динамічні зміни у сфері туризму і гостинності, введення нових нормативних вимог, трансформації соціально-економічних умов з метою збереження конкурентоспроможності диктують такі вимоги, що сучасний фахівець повинен або постійно працювати над самоосвітою, підвищуючи свій компетентнісний рівень, або періодично повертатися в систему освіти з метою оновлення своїх знань і нових умінь і навичок. В сучасній індустрії туризму за останні роки відбулися значні зміни: зросли вимоги у сучасного споживача туристських послуг до якості послуг і сервісу; змінилися технології проектування і надання туристських послуг і ін. [4]. Як наслідок даної тенденції, в туристській освіті позначилося нове коло проблем і виникла гостра необхідність масової підготовки і перепідготовки кадрів. У зв'язку з вищевикладеним, одним з першочергових завдань підготовки висококваліфікованих кадрів для індустрії туризму є розробка нової ідеології підготовки

фахівців даного профілю, де основним критерієм якості туристської освіти повинна стати наявність системи що забезпечує безперервну професійну підготовку кадрів для індустрії туризму і гостинності. Особливо актуальна і значуща дана проблема для багатьох областей України, які володіють значним історико-культурним потенціалом, але обмежені в можливостях забезпечення якісного рівня послуг і сервісу для туристів, що утрудняє розвиток туризму в цих регіонах.

Література.

1. Проектирование и управление развитием образовательного комплекса а непрерывной профессиональной подготовки туристских кадров. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/proektirovanie-i-upravlenie-razvitiem-mezhkorporativnogo-obrazovatel'nogo-kompleksa-nepreryvnoy-professionalnoy-podgotovki>

2. Frey C.B., Osborne M.A. The Future of Employment: How Susceptible Are Jobs to Computerisation? // Technological Forecasting and Social Change. 2017. 114(C). P. 254-280.

3. Постанова Кабінету Міністрів України від 29.04.2015 р. № 266 «Про затвердження переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти» URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/266-2015>

4. Тимофеева В.В. Инновационная форма системы профессионального образования. Региональный отраслевой образовательный комплекс: монография. 2019. 214 с.

ВИКЛИКИ ТА МОЖЛИВОСТІ ДЛЯ ТУРИСТСЬКОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

***ЩОГОЛЕВА І.В., К.ПЕД.Н., ДОЦЕНТ,
СОКОЛОВСЬКИЙ В.А., СТ. ВИКЛАДАЧ,
ЛЬОТНА АКАДЕМІЯ НАЦІОНАЛЬНОГО
АВІАЦІЙНОГО УНІВЕРСИТЕТУ***

Індустрія туризму крок за кроком стає все більш вагомою складовою національних економік різних країн світу та відіграє суттєву роль у їх сталому розвитку. Але пандемія Covid-19 спричинила економічну кризу у світі, наслідки якої позначились і на індустрії туризму. За оцінками Всесвітньої туристської організації, у 2020 р. кількість міжнародних туристських поїздок скоротилось на 60-80 %; 10 % з 330 млн. осіб, які зайняті в сфері туризму та культури, втратили

роботу; в період самоізоляції 95 % музеїв припинили свою роботу [1].

Аналіз стану розвитку туризму в Україні за останні три роки дозволив констатувати проблеми, пов'язані з пандемією Covid-19, а також визначити тенденції, які сформувалися в нових умовах господарювання. До речі, кількість міжнародних подорожей в Україні в 2020 р. скоротилась на 88 % порівняно з 2019 р. В 2021 р. відбулося певне поживлення туристських подорожей. Щодо географії туристів, які відвідували Україну у 2021 р., лідером у цьому списку були туристи з Молдови (1,054 млн.), Польщі (311 тис.), Румунії (264 тис.). ДАРТ акцентувало увагу на країнах, інтерес яких до України був доволі активним, а саме: Саудівській Аравії, Італії, Великобританії, Франції, Індії, Чехії та ін. Українці надавали перевагу подорожам до Туреччини, Польщі та Грузії [2].

Науковці прогнозували, що 2022 р. може стати останнім роком пандемії і цей прогноз був довгоочікуваним для тих, хто втомився від нескінченних карантинних обмежень та дотримання формальностей. На жаль, одні очікування змінилися іншими і причиною цього стало російське вторгнення на територію України. Наслідки війни в Україні не можуть не позначитись на світовій індустрії туризму, бо вони вплинуть на обсяг і напрями туристичних потоків.

Військове вторгнення на територію України зрушило численну кількість не тільки гуманітарних проблем, а й економічних: численні людські жертви, знищення інфраструктури, інфляція, руйнування логістичних схем в економіці країни, підвищення цін на паливе, міграція українців за кордон, безробіття внаслідок знищення підприємств і це ще не остаточний список. Кожна з цих проблем є своєрідним викликом для України, подолання яких неможливе в короткий термін. Відновлення діяльності туристської галузі відбудеться, як тільки вирішиться питання припинення військових дій і безпеки для громадян, оскільки безпечність є головною умовою і однією з ключових складових відродження та подальшого розвитку галузі.

Україна привернула до себе неабияку зацікавленість з боку країн світу, які готові надати потужну фінансову підтримку для її відновлення, у тому числі й для туристичної галузі за сприяння міжнародних туристських партнерів.

Крім цього, за ініціативою Президента України та за участю Міністерства інфраструктури України, Міністерства культури та інформаційної політики України й ДАРТ ініційовано проект по меморіалізації певних місць в Україні з метою створення маршрутів пам'яті [3].

Цей та інші проекти привернуть увагу світової спільноти, тому

можна передбачити, що в'їзний туризм, який проголошено нашою державою як один з пріоритетних, буде стрімко розвиватись внаслідок зацікавленості закордонних туристів щодо мужньої, незламної та квітучої України.

Література.

1. Ибрагимова М. Пандемия: культура и туризм под ударом. Курьер ЮНЕСКО: веб-сайт. URL: <https://ru.unesco.org/courier/2021-1/pandemiya-kultura-i-turizm-pod-udarem> (дата звернення 06.05.2022).

2. Морозов О. Скільки іноземців побувало в Україні за 2021 рік. URL: <https://www.the-village.com.ua/village/city/city-news/321701-skillki-inozemtsiv-pobuvalo-v-ukrayini-za-2021-rik> (дата звернення 06.05.2022).

3. Яковлєва О. Діяльність ДАРТ під час війни. URL: <https://vikna.tv/istorii/interviu/interes-do-ukrayiny-sogodni-shalenyj-intervyu-maryany-oleskiv-pro-vyklyky-ta-perspektyvy-ukrayinskogo-turyzmu-pid-chas-vijny/> (дата звернення 06.05.2022).

ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ ПІДГОТОВКИ КАДРІВ ДЛЯ ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНОЇ ЦИФРОВІЗАЦІЇ

*ХУДАВЕРДІЄВА В.А., К.Е.Н., ДОЦЕНТ,
ШЕНКАРЬОВ В.Ю., ЗДОБУВАЧ ВИЩОЇ ОСВІТИ,
ДЕРЖАВНИЙ БІОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ*

Туристська індустрія зазнає кардинальні зміни, пов'язані з наслідками пандемії і української кризи, яка сильним чином на всьому соціально-економічному житті світової спільноти. Останнє десятиліття характеризується небувалим швидким розвитком сервісної індустрії, включаючи туризм і гостинність. У 2019 році число міжнародних подорожей досягло 1,5 млрд, ця максимальна кількість за всю історію статистичних спостережень в туризмі. Протепандемія COVID-19 різко перервала цю динаміку і відкинула туристську індустрію до рівня дев'яностих років минулого століття. У 2020 році число міжнародних подорожей впало на 74 % і зменшилося до 381 млн., втрати доходів від міжнародного туризму склали 1,3 трлн. дол. Під загрозою скорочення знаходяться 100 млн. робочих місць в світі, прямо або побічно пов'язаних з сферою подорожей і туризму. Таке катастрофічне падіння об'ємів міжнародного туризму позначилося і на зайнятості у сфері туристської індустрії [1].

Ще одним чинником, що кардинально туристський і готельний

бізнес, є глобальна цифровізація, яка дістала додаткове прискорення в період пандемії. Цифровізація туристсько-готельній діяльності привела до необхідності підвищення професійних вимог до персоналу з погляду наявності цифрових комунікацій. Дуже багато послуг стали опинятися в режимі онлайн, що спричинило за собою серйозні зміни на ринку праці. Перш за все, посилилася тенденція зайнятості, яка багато в чому пов'язана з локдауном, що в багатьох країнах. Крім того, у сфері туризму і гостинності у зв'язку з необхідністю дотримання санітарно-епідеміологічних норм стали широко застосовуватися технології безконтактного обслуговування, зокрема, в готелях процедури заїзду і виїзду гостей (check-in і check-out) стали здійснюватися за допомогою мобільних додатків і гаджетів. Через обмеження міжнародних пересувань громадян став активніше розвиватися внутрішній туризм. При цьому багато туристів стали в максимальному ступені користуватися цифровими інформаційно-комунікаційними технологіями для вибору дестинації, в яку планується подорож, бронювання туристських послуг [2]. Так звана категорія цифрових мандрівників явно почала різко збільшуватися, що зажадало вдосконалення інформаційно-комунікаційного забезпечення туристської і готельної діяльності. В даний час потрібна підвищена увага до інформаційно-комунікаційного супроводу туристських дестинацій [3].

Цифрові компетенції стають не тільки вимогою ринку праці, але і необхідною умовою комфортного життя і спілкування сучасної людини. Цифрова компетенція виступає базою, без якої в багатьох сферах соціально-економічної діяльності персонал не може бути конкурентоздатним. Вітчизняні і зарубіжні дослідники підкреслюють обов'язковість навчання цифровим навикам працівників туристсько-готельної індустрії [4]. Наявність таких компетенцій є ключовою тільки на первинному етапі розвитку цифрової економіки, надалі вони стануть звичайними характеристиками працівників, як уміння читати і писати.

Глобальна цифровізація кардинально ринок праці, генерує нові форми праці, зокрема, інноваційну модель праці і зайнятості «Робота 4.0», в якій для персоналу найважливішими вимогами стають творчість, уміння знаходити інноваційні нестандартні рішення, критичне мислення і т. п. В рамках цієї концепції розвивається новий вигляд економічної діяльності, який одержав назву економіки на вимогу (on-demand-economy). В умовах цифровізації зростає мобільність персоналу, який тепер не прив'язаний до свого робочого місця, а може

виконувати свої функції дистанційно, як це робиться в багатьох організаціях, зокрема в період локдауна. Також застосування цифрових інформаційно-комунікаційних технологій забезпечує можливість трансграничної видаленої зайнятості. Пакети заходів по відновленню і розвитку туризму в майбутньому можуть максимально збільшити використання технологій в екосистемі туризму, пропагувати і просувати цифровізацію в цілях вироблення інноваційних рішень і інвестування засобів в розвиток цифрових навиків, особливо у тимчасово непрацюючих осіб і осіб, що шукають роботу [5].

Для просування вперед на шляху до забезпечення стабільного майбутнього і досягнення глобальної мети потрібно буде забезпечувати велику гнучкість при виборі підходів і засобів. Глобальний кризовий комітет ЮНВТО в області туризму об'єднав туристський сектор з метою визначити заходи реагування у зв'язку з проблемою пандемії COVID-19, що не має аналогів в історії. У контексті забезпечення ефективної координації планів і стратегій відновлення діяльності і відновлення було б доцільно зробити головний акцент на врахуванні інтересів людей, задіювати державні структури, партнерів по розвитку і міжнародні фінансові установи в цілях надання суттєвого впливу на економіку і отримання людьми коштів для існування.

Література.

1. Tourism in pre-pandemic times. URL: <https://www.unwto.org/covid-19-and-tourism-2020> (дата звернення: 27.04.2022).
2. Морозов М.А., Морозова Н.С. Інноваційні тренди розвитку туризму і готельного бізнесу в умовах цифровізації. *Природно-гуманітарні дослідження*. 2020. № 28(2). С. 196-202.
3. Morozov M.A., Morozova N.S. Attractive tourist destinations as a factor of its development. *Journal of Environmental Management and Tourism*. 2016. Т. 7. № 1(13). С. 105-111.
4. Bartvan Ark. The Productivity Paradox of the New Digital Economy. *International Productivity Monitor*, 2016. No 31. P. 3-18.
5. Tourism in pre-pandemic times. URL: <https://www.unwto.org/covid-19-and-tourism-2020> (дата звернення: 21.04.2022).

ЗМІСТ

<i>СВІТАЙ ПАМ'ЯТІ ПРОФЕСОРА ТУРЧЕНКА МИХАЙЛА МИХАЙЛОВИЧА (1922-2021 РР.)</i>	7
--	---

***СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ, ПЕРСПЕКТИВИ ТА
СТРАТЕГІЧНІ ОРІЄНТИРИ РОЗВИТКУ
СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ
МІКРО -, МЕЗО - ТА МАКРОРІВНЯ***

СЕКЦІЯ

<i>REBILAS RAFAL, VITKOVSKYI Y., BOZHUYDAI I.</i> Lifelong learning: vector of personal development	12
<i>PLOTNYTSKA S.I., OREL V.M.</i> Adaptation of enterprises management mechanism.....	14
<i>АНТОЩЕНКОВА В.В., КРАВЧЕНКО Ю.М.</i> Рівень споживання основних продуктів харчування, як чинник продовольчого забезпечення	16
<i>ЯЦУН А.М.</i> Імплементация національної економічної стратегії в розвиток бізнесу	19
<i>БІЛЬ М.М.</i> Вимушена міграція молоді як чинник дестабілізації соціально-економічної системи України	22
<i>ВОЗНЯК Г.В.</i> Деякі питання управління підприємницькими активами територіальних громад в надзвичайних умовах	26
<i>КААМАН О.Б., МАНДРИКІН Д.В.</i> До питання стратегічного планування підприємств промислового бізнесу	28
<i>МАРМУЛЬ А.О., КУЧЕРЕНКО С.Ю., ЛЕВАЄВА А.Ю.</i> Фінансове забезпечення конкурентоспроможності аграрних підприємств	30
<i>МУЛЬСКА О.П.</i> Організаційно-економічні інструменти забезпечення релокації бізнесу в умовах війни	32
<i>ПЕТРЕНКО В.С.</i> Ринок страхових послуг	36
<i>ШИБАЄВА Н.В., СТОРОЖЕНКО І.П., БАБАН Т.О.</i> Прогнозування тенденцій розвитку регіонів України.....	38

ШИЯН Д.В., СЕВРЮКОВА Є.О.

Особливості формування споживчого попиту
на продукти харчування у сільських домогосподарств 41

ЯЦУН А.М. Сучасний стан і проблеми харчування населення 43

SHEREDNICHENKO O.O. Exacerbation of the problem
of food security in the world through the Russian-Ukrainian war..... 45

GORBACHOV P. Transformation of the educational
sphere in response to current global changes and trends 47

HRIDIN O.V. The main causes of unemployment in Ukraine
and measures aimed at increasing the level of employment..... 50

БАЗАЛІЙСЬКА Н.П., МІЗЮК С.В.

Розробка інструментарію хедхантингу в управлінні
процесом підбору персоналу на підприємстві..... 54

БАРАБАШ А.В. Довосенні та повосенні перспективи
плану Маршалла для України: акценти в оподаткуванні..... 56

БЕЛЕНЦОВ Д.В. Сучасні тенденції розвитку
соціального підприємництва: крапці кейси в Україні 59

БОБЛОВСЬКИЙ О.Ю. Роль економічного аналізу
в підвищенні ефективності діяльності підприємств 61

БОРИСОВ Д.О. Основні виклики
для українського бізнесу в умовах війни 64

ВОЛЯНСЬКА-САВЧУК А.В., ДИДЮК Б.С.

Система управління персоналом
як складова бізнес-процесу управління підприємством..... 66

ГЕРАСИМОВА Т.І., ГОНЧАРУК К.В. Людський капітал:
спектр впливу на соціальний та економічний добробут..... 69

ГРИЦАЄНКО М.І., ГРИЦАЄНКО Г.І.

Стратегічні орієнтири створення HR-бренду роботодавця..... 70

ГРИЩЕНКО Н.В. Стратегічні напрями розвитку
управління кадровим потенціалом аграрних підприємств 73

ДУНДА С.П., РИБАЧУК-ЯРОВА Т.В., БОЛОТІНА І.М.

Тенденції розвитку підприємств пивоварної галузі 76

ЗАБРОДСЬКА А.Д., ЗАБРОДСЬКА Г.І. Теоретико-методичні засади моніторингу стратегічного розвитку підприємства туристичної галузі	78
ЗЕЛЕНА М.І., НАГАЙЧУК Ю.О. Управління конфліктною ситуацією на промисловому підприємстві.....	81
ЗЕМЛЯНА А.С. Економічні основи формування системи HR-менеджменту аграрного формування	83
ІППОЛІТОВА І.Я. Особливості та послідовність становлення організацій, що самонавчаються	86
КАРНАУШЕНКО А.С. Теоретичні аспекти світового ринку страхування	89
ЛЯМІНА А.О. Удосконалення кадрового менеджменту підприємства на основі вивільнення трудового потенціалу	93
МАЙБОРОДА М.М. Методологія організація виробничої діяльності в контексті сучасної діджиталізації аграрного сектора.....	95
МАЛІЙ О.Г. Тенденції та перспективи кредитного забезпечення сільськогосподарських підприємств	98
МЕЛЬНИКОВА К.В. Визначення впливових фондових індексів на світових фондових ринках.....	100
ОЛЕКСЕНКО А.К. Сутність та порядок визнання доходів сільськогосподарських підприємств	103
ПАТЛАХА В.В. Діджиталізація як запорука розвитку бізнесу в умовах глобальних викликів сучасності.....	106
ПИЛИПЕНКО О.В. Зсув парадигми існування соціально-економічних систем в Україні та світі.....	108
ПОДРЕЗ-РЯПОЛОВА І.В. Інноваційні орієнтири соціально-економічного розвитку регіонів	112
ПОЛІЩУК В.О. Класифікація джерел фінансування дефіциту бюджету.....	114
ПОЛІЩУК Д.О. Роль кадрової політики в корпоративному секторі аграрного виробництва	116

ПОЛЩУК Т.С. Функціональні завдання соціальної відповідальності суб'єктів агробізнесу в контексті підвищення їх конкурентоспроможності.....	119
САГАЧКО Ю.М. Процес прийняття управлінських рішень: інформаційна складова	122
САМЕЛЮК А.О. Розвиток людського потенціалу	124
СИСОЄНКО І.А., КАРЛЮКА Д.О. Аналіз фінансової стратегії	127
СТЕПАНЕНКО С.В. Роль земельних ресурсів суб'єктів аграрного бізнесу у процесі становлення інклюзивної економіки	128
ТАРАСЕВИЧ Н.В. Роль та значення транснаціональних компаній у діяльності світового фінансового ринку	131
ТКАЧОВА С.С., ХОЛОДОВА К.В. Стратегія розвитку електронної комерції в менеджменті підприємств роздрібною торгівлі	133
ЧАЛЮК Ю.О. Соціально-економічний розвиток в умовах TUNA світу	136
ЧАПАЛІГІНА І.Є. Реформа децентралізації в Україні: основні тенденції та перспективи завершення	139
ЧУЙКО Н.В., ВОРОНКОВА А.А., ХРАПАЧ К.Г. Стан та тенденції прибутковості галузі рослинництва	141
ТКАЧОВА С.С., ЧИРВА М.О. Удосконалення операційної стратегії розвитку мережі швидкого харчування «Kentucky Fried Chicken»	144
ШИГИМАГА С.А. Молочне скотарство, як основа забезпечення продовольчої незалежності.....	146
ШОПЬСЬКА Ю.К. Методологічні положення управління фінансовою безпекою сектора малого підприємництва регіону	149
ЯКУШЕВА О.В. Конвергентні явища у парадигмі теорії регіонального розвитку	151

ТКАЧОВА С.С., ТЮТЮННИК О.О., МАНІК Є.В.

Соціальна відповідальність компанії Carlsberg Ukraine:
стратегічні напрями, досвід та досягнення153

ЯНІЄВА Д.Д. Оцінка ефективності управління
організаційною культурою підприємства156

НЕЖИД Ю.С. Детінізація зайнятості в аграрному
секторі як складова подолання безробіття населення
сільських територій України159

**УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЯМИ, ІНВЕСТИЦІЯМИ
ТА ІНТЕГРАЦІЙНИМИ ПРОЦЕСАМИ В
СТАБІЛІЗАЦІЇ РОЗВИТКУ СУБ'ЄКТІВ
ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН**

СЕКЦІЯ

SKUDLARSKI JASEK, ZAİKA S.O.

Trends of startup development in Ukraine and the world163

ДРЕБОТ О.І., ВИСОЧАНСЬКА М.Я., БІЛОТІА В.Ю.

Перспективні аспекти стимулювання розвитку
«зеленого будівництва» в Україні165

НАГАЄВ В.М., КУСКОВА С.В.

Формування цифрової компетентності майбутніх
менеджерів в умовах SMART-освітніх технологій169

ОЛІЙНИК О.В., МАКОГОН В.В.

Підходи до моделювання впливу капітальних
інвестицій на ефективність витрат зернової галузі171

ОЛЬШАНСЬКИЙ О.В., ШПАКІН Д.

Розвиток електронної комерції у сучасних умовах174

ОНЕГІНА В.М. Теоретико-методологічні основи дослідження

інноваційної системи університету в умовах діджиталізації177

ОРАОВА Н.М., ГРОХОТОВ В.А.

Концептуальні напрями оптимізації управління
якістю медичної допомоги у закладах охорони здоров'я179

ПАСЕМКО Г.П. Формування організаційної культури в сфері аграрного бізнесу.....	182
ПРЯТНИЦЬКА Г.Т., ГРИГОРЕНКО О.М. Взаємодія з клієнтами та персоналом компанії під час війни: виклики в Україні та інноваційні шляхи їх подолання	184
КНАRСHEVNIKOVA L.S. Directions of improving the efficiency of labor resources.....	186
LEONENKO P. Mechanisms of social responsibility implementation.....	189
ЗАЙКА О. V. Optimization of business processes as a potential for increasing competitiveness of enterprises	191
АНДРЕЙЧЕНКО І.Ю. Шляхи підвищення конкурентоспроможності сільського господарства України.....	194
БАТИГІН В. Інвестиційна діяльність підприємств у сучасних умовах господарювання	196
ВІЄЦЬКА О.В., ВІЄЦЬКИЙ О.А. Принципи побудови системи публічних закупівель в умовах післявоєнного відновлення.....	198
ВЛАСЮК С.А. Цифровізація як перспектива фінансування розвитку в сучасних умовах.....	201
ГОБИР І.Б., КОВАЛЬЧУК С.В. Аспекти підвищення ефективності інвестиційно-інноваційної діяльності підприємств Івано-Франківської області	203
ГОНЧАРЕНКО В.Є., СОЦЕНКО В.М. Особливості та передумови впровадження інноваційних агротехнологій в Україні.....	205
ГРИЦАЄНКО Г.І., ГРИЦАЄНКО І.М. Інвестиції в стабілізацію розвитку агропромислового виробництва.....	209
ДОМБРОВСЬКА С.О. Перспективи технології blockchain у корпоративному управлінні.....	212
ГРИЦАЄНКО Г.І., ГРИЦАЄНКО М.І. Управління інвестиційним розвитком вітчизняних підприємств.....	215
ЖЕЖЕРУН Ю.В. Деякі питання забезпечення фінансової стабільності банківського сектора в умовах цифрових трансформацій	217

ЗЕЛЕНА М.І., РУДЧУК Р.С. Концепції та теорії управління персоналом	220
КОЛЕДІНА К.О. Інноваційна діяльність підприємства як чинник соціо-еколого-економічної системи країни.....	222
КРАЛЯ В.Г., ПОДОЛЬСЬКА О.В. Особливості впровадження інновацій в систему менеджменту підприємства	224
КУРГАНСЬКА М.Г. Аспекти виникнення, обліку та правового захисту власних торговельних марок	228
КУРИЛО А.В. Формування комунікативної компетентності менеджерів як передумова їх ефективної професійної діяльності.....	230
ЛУНЬОВА Т.С. Роль інвестування в забезпеченні стабільності розвитку регіону.....	233
МАЗУР О.О., МАЗУР О.В. Вплив інноваційного прогресу на економічне середовище.....	235
МІШНЬОВА Д.С. Інноваційна діяльність підприємства: теоретичні аспекти	237
ПІЛИПЕНКО О.В. Інструменти ефективного інноваційно-інвестиційного розвитку наукової установи	240
САК Т.В. Актуальні напрями розвитку стартапів в Україні.....	242
ТКАЧОВА С.С., ДАВИДЕНКО О.В. Менеджмент компанії «Нова Пошта»: виклики та управлінські рішення	244
УСТИЛОВСЬКА А.С., БОЖИДАЙ І.І., НАКАЛЮЖНА А.О. Інновації як парадигма сучасних методів управління персоналом....	247

**ІНСТИТУЦІЙНЕ ТА ОРГАНІЗАЦІЙНО-ПРАВОВЕ
СЕКЦІЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАБІЛІЗАЦІЇ РОЗВИТКУ
СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ**

ІГНАТЕНКО М.М., САМОЙЛЕНКО М.С. Актуальність досліджень інституційного забезпечення соціального підприємництва в сфері виробництва і споживання продуктів харчування	251
КОЛЕСНИК Т.В., ВАЦ О.І. Вплив глобалізації на розвиток соціально-економічних відносин: актуальні питання	252

КОТКОВСЬКИЙ В.С.

Банкрутство підприємства: організаційно-правовий аспект257

ГЛУЩЕНКО С.І. Правове забезпечення розвитку

електронної комерції в Україні.....259

ГРИЦАЄНКО І.М., ГРИЦАЄНКО Г.І. Інституційне забезпечення

інвестиційної діяльності сільгосптоваровиробників262

ГРИЦАЄНКО М.І. Краудфандинг у соціально-економічному

розвитку національної економіки: інституційний аспект265

КУПЧАК М.Я., САМІЛО А.В. Соціально-правові

гарантії забезпечення гендерної рівності у сфері праці267

СОЦЕНКО В.М., ГОНЧАРЕНКО В.Є.

Напрями удосконалення системи

соціального захисту населення в Україні.....270

ТАРАН О.М. Технології управління в системі

публічного управління та адміністрування.....273

ТОПОРКОВА М.М. Забезпечення захисту

законних прав суб'єктів підприємництва275

СЕКЦІЯ

***ПЛАНУВАННЯ, ПРОГНОЗУВАННЯ, ОБЛІК
ТА КОНТРОЛЬ В УПРАВЛІННІ РОЗВИТКОМ
СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ***

КРЮКОВА І.О. Звітність зі сталого розвитку

бізнес-суб'єктів аграрної сфери: нові вимоги.....279

МАРЕНИЧ Т.Г. Вплив облікової політики

на достовірність фінансової звітності281

БАГРІЙ К.А. Управлінський облік як напрям

процесу стратегічного управління в бізнесі.....284

БЕЛЕНКОВА М.І., РАГУАІНА І.І.

Ризик-орієнтований підхід у внутрішньому аудиті.....286

БЕРЕЖНА Д.Ю. Облікові особливості

відшкодування збитків за порушення договірних зобов'язань289

ВЕРТЕПНА К.О., БАЄВА В.В.

Експертні методи контролю діяльності підприємств291

ГРЕЦЬКИЙ Д. Визначення поняття «капітал».....294

ДРОБ'ЯЗКО В.В. Організація внутрішнього контролю основних засобів на підприємстві.....297

ДУНАЄВА Т.В. Сутність понять «баланс» та «балансове узагальнення» в науковій літературі.....300

ЗМІЄВСЬКА А.О. Допорогова закупівля: обґрунтування потреби і документування.....302

ІВАХ А.В. Бухгалтерські рахунки та їх побудова306

КІРЄЄВА В.О. Облік руху грошових коштів підприємства.....308

КОЛОТІЙ В.Ю. Біологічні активи: нормативне регулювання, оцінка та облік.....311

КОРОЛЬ Є.Я. Організація обліку виробничих запасів.....313

КУРГАНСЬКА М.Г. Аудит розрахунків з оплати праці: мета, завдання, сучасні шляхи вдосконалення.....316

КУТАС О.О. Основні методи тайм-менеджменту318

ЛЕВКОВЕЦЬ Н.П. Види банкрутства та причини виникнення на підприємстві.....321

ЛЕВЧЕНКО З.М., ТЮТЮННИК С.В., ДУГАР Т.Є. Формування облікової політики щодо капітальних інвестицій на підприємстві323

ЛЕГА О.В., ЯЛОВЕГА А.В., ПРИЙДАК Т.Б. Податкові ризики як складова договірної політики суб'єктів господарювання325

ЛИСЕНКО О.А. Використання нелінійного програмування в плануванні підприємницької діяльності.....328

ЛИТВИНЕНКО І.С. Документальні особливості реєстрації операцій з повернення товарів з використанням РРО330

МАНАЧИНСЬКА Ю.А. Актуарний облік в управлінні розвитком бізнесу на основі оцінки за теперішньою вартістю.....332

НОСАЧ Н.М. Місце інструментів контролінгу в системі управління підприємствами	337
ОЛЕКСЕНКО А.К. Особливості оприбуткування готівки з використанням РРО.....	340
ПАТИЦЬКА Х.О. Інвентаризація земель як інструмент управління активами територіальних громад	342
ПОНОМАРЬОВА Т.В., СОКОЛОВА П.О. Актуальні питання щодо оптимізації ПДВ в Україні	345
ПУЖАЙЛО Д.А. Функціонування фізичних осіб-підприємців у військовий час: податкові стимули.....	348
РАГУЛІНА І.І. Аудит як спосіб захисту від шахрайства.....	350
СИСОЄНКО І.А., КАРЛЮКА Д.О. Статистичний аналіз витрат фінансової установи.....	353
ТОМАШЕВСЬКА О.А. Особливості системи обліку витрат «Direct-Costing».....	354
ШВЕД К.Ю. Сучасні безкоштовні програми для ведення обліку.....	357

***ВИРОБНИЧІ, МАРКЕТИНГОВІ ТА КОМЕРЦІЙНІ
СЕКЦІЯ ІНСТРУМЕНТИ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ
СУБ'ЄКТІВ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН***

МУКУТАС А. V., ЗАЙКА О. V. Functions of blogging as social communication.....	361
ГІРЖЕВА О.М., БЛЮМСЬКА-ДАНЬКО К.В., НІФАТОВА О.М. Основні інструменти управління та розвитку маркетингово-збутових систем аграрних підприємств.....	363
ЖОВКОВСЬКА Т.Т. Методологія та практика планування розвитку промислового підприємства.....	365
МАНДИЧ О.В., НАУМЕНКО А.О., НАУМЕНКО І.В. Конкурентні переваги суб'єктів бізнесу при подоланні дисбалансів фінансової системи.....	372

ОНЕГІНА В.М., АНТОЩЕНКОВА В.В.	
Світовий ринок молочної продукції, сучасні тенденції.....	373
ПОЛІНКЕВИЧ О.М. Використання технології Workflow в управлінні бізнес-процесами	376
РОМАНЮК І.А. Характеристики основних компонентів діджитал-маркетингової стратегії компанії.....	379
HUMENIUK A., GARMATYUK O. Peculiarities of functioning of the vegetable products market	381
MAZHULIN YE. Theoretical aspects of marketing management of enterprises	383
PAVLYCHENKO V. Features and functions of social communications	386
БАБКО Н.М. Роль і значення ділової репутації для сучасної організації.....	387
БЕГУН С.І., ДАНИЛЮК Т.І., НАГОРНЮК Ю.О. Вплив пандемії на особливості здійснення рекламної діяльності.....	390
ВОЛИНЕЦЬ І.Г., ШОСТАК А.В., МАРЦИНЮК Ю.І. Інтернет-маркетинг в умовах пандемії.....	392
ГАЛЮК І.Б. Логістичний інструментарій в управлінні розвитком та підвищенні конкурентоспроможності підприємств	394
ГРІДІН О.В. Зерновий ринок України та світу: виклики воєнного часу та шляхи їх подолання.....	396
ЗЕЛЕНА М.І., СВИСТУНЕНКО У.О. Проблеми сучасного розвитку ринку праці у світі.....	401
КАЛІНІН А.М. Менеджменту конкурентоспроможності українських підприємств	403
КРАСНОЖОН А.О. Актуальні питання конкурентоспроможного розвитку малих підприємств в умовах переваг та ризиків цифрової економіки	406
КУСТОВ В.П. Застосування контролю Fillratio як Біржевого інструменту.....	408

ОЛІНІЧЕНКО К.С., БУБЕНЕЦЬ І.Г., ПОГОРЕЛОВА Є.Р.

Вплив карантину та війни на діяльність
закладів ресторанного господарства410

ПАХАРЕНКО О.В., МАМАЙ Б.В. Мережевий маркетинг
як засіб розвитку суб'єктів економічної діяльності.....413

ПЕТРОВ В.М. Управління ринком техніки
для польового кормовиробництва415

ПИЛИПЕНКО О.В. Маркетингові інструменти
управління розвитком торгової марки.....418

ПІЛЬКО А.Д. Аналіз ефективності промоційної
складової системи маркетингу: досвід застосування
дискримінантних, оптимізаційних та прикладних
економетричних моделей420

РЕЙЗЛЕР Є.Д. Маркетингові стратегії
управління підприємством.....423

СМІГУНОВА О.В., ХАЛІН С.В., ПРОЗОРОВА Н.В.
Особливості мотивації в аграрному виробництві424

СОРОКОТЯГА М.С. Ризики диверсифікації
діяльності підприємства427

СТАХІВ О.В. Методологічні аспекти управління
системним розвитком закладів охорони здоров'я.....429

ТАРАН О.М., В'ЮНИК І.М. Ресурсний потенціал
аграрної сфери: сутність та особливості.....432

ХІРІВСЬКИЙ Р.П. Розвиток міжнародного
маркетингу в умовах глобалізації434

ХО ЖАНЬ Організація логістичного управління
міжнародною конкурентоспроможністю підприємства.....437

ХУДАВЕРДІЄВА В.А., МЕЛЬНИКОВА О.Ю.
Дослідження особливостей купівельної
поведінки споживачів на ринку послуг440

**АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ТА ПРІОРИТЕТНІ
НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ ОРГАНІЗАЦІЙ
ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ В СУЧАСНИХ
СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ УМОВАХ**

СЕКЦІЯ

ЯЦУН А.М., СЕЛЮТІН В.М.

Розвиток ресторанної інфраструктури туристських дестинацій.....444

BIELIAIEVA S.S., STARYNETS O.A. Principles of legal regulation in tourism as a means of offense prevention446

БЕЗГІНОВА А.І. Види і специфіка студентського туризму448

ВОЙТЕНКО К.О. Кластерний підхід у сучасному розвитку медичного туризму450

ВОРОНОВА О.В., ІВАНОВ М.С. Оцінка стану зовнішньої торгівлі туристичними послугами Одеської області453

ЖДАНОВА А.М. Особливості формування інтерактивних закладів України457

ЖУК Д.С. Туристичних послуг в сучасних соціально-економічних умовах460

ЗАБРОДСЬКА Г.І., ШАРАВІН І.В. Вдосконалення державного регулювання туристичної діяльності462

КАЛІНІЧЕНКО С.М. Вплив пандемії covid-19 на туристичний ринок світу та України.....465

КОНОНЕНКО Т.П., ПЕЛЬКОВА Т.А. Інноваційний розвиток міжнародного ринку туристичних послуг468

МЕРЧАНСЬКИЙ В.В. Державне регулювання туристичної діяльності.....471

МИРОНОВ Ю.Б. Концепція сталого розвитку туризму.....473

МУСТЕЦА І.В. Проблеми розвитку туристичної галузі у період воєнного стану в Україні та шляхи удосконалення476

ПАНЬКІВ М.М. ESG-концепція в туристичній індустрії: реалії та перспективи.....	478
ТКАЧОВА С.С., ПРАВДІВЦЕВ Д.О., ЖУРАВСЬКА А.О. Менеджмент персоналу в туристичній індустрії.....	481
ХУДАВЕРДІЄВА В.А., ДЕЙНЕКО Є.В. Напрями модифікації систем освіти галузі туризму з урахуванням нової реальності і потреб ринку.....	484
ЩОГОЛЕВА І.В., СОКОЛОВСЬКИЙ В.А. Виклики та можливості для туристського бізнесу в Україні.....	486
ХУДАВЕРДІЄВА В.А., ШЕНКАРЬОВ В.Ю. Проблеми і перспективи підготовки кадрів для індустрії туризму в умовах глобальної цифровізації.....	488

НАУКОВЕ ВИДАННЯ

МАТЕРІАЛИ

VI МІЖНАРОДНОЇ
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ
«УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ
СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ»
(присвяченої 100-річчю від Дня народження
професора Турченка Михайла Михайловича)

Державний біотехнологічний університет

Відповідальний за випуск *О.В. Смігунова*

Редактори *В.М. Онегіна, В.М. Нагаєв*

Підписано до друку 17.06.2022.

Формат 60 × 84 ¹/₁₆. Папір офсетний.

Гарнітура Garamond. Офсетний друк.

Умовн. друк. арк. – 31,5. Наклад – 300 прим.

Видавництво ТОВ «Стильна типографія»
61002, м. Харків, вул. Чернишевська, 28 А

Тел.: (057) 754-49-42

E-mail: zebra-zakaz@mail.ru

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи:

серія ДК № 4863 від 12.03.2015 р.