

Міністерство освіти і науки України

ДЕРЖАВНИЙ БІОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

МАТЕРІАЛИ

VII МІЖНАРОДНОЇ
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ

«УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ
СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ»



20-21 квітня 2023 року

Міністерство освіти і науки України

ДЕРЖАВНИЙ БІОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

МАТЕРІАЛИ

VII МІЖНАРОДНОЇ
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ

«УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ
СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ»

20-21 квітня 2023 року

Харків – 2023

Управління розвитком соціально-економічних систем: Матеріали VII Міжнародної науково-практичної конференції (м. Харків, 20-21 квітня 2023 року). Харків: ДБТУ, 2023. 684 с.

ГОЛОВА ОРГАНІЗАЦІЙНОГО КОМІТЕТУ

А.І. КУДРЯШОВ

– в.о. ректора ДБТУ, кандидат технічних наук

ЗАСТУПНИКИ ГОЛОВИ ОРГАНІЗАЦІЙНОГО КОМІТЕТУ:

В.М. МИХАЙЛОВ

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

М.А. СЕРІК

– проректор з науково-педагогічної роботи ДБТУ, кандидат технічних наук, доцент;

О.В. СМІГУНОВА

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

ЧЛЕНИ ОРГАНІЗАЦІЙНОГО КОМІТЕТУ:

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 СКУДЛАРСКИ

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

РАФАЛ РЕБІЛАС

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

С.І. ПЛОТНИЦЬКА

– науковий співробітник Університету Анже – Університетська школа менеджменту, Франція, доктор економічних наук, професор;

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;

М.М. ІГНАТЕНКО

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

В.С. НИЦЕНКО

– професор кафедри підприємництва та маркетингу, Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу, доктор економічних наук;

І.Б. ЯЦІВ

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

Т.А. ВЛАСЕНКО

– завідувач кафедри економіки підприємства та організації бізнесу Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця, доктор економічних наук, професор

А.В. МОСКАЛЕНКО

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

О.М. КРАВЧЕНКО

– завідувачка кафедри глобальної економіки ДБТУ, доктор економічних наук, доцент;

Ю.П. ВІТКОВСЬКИЙ

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

О.В. КОРНІЄЦЬКИЙ

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

А.М. ЯЦУН

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

В.М. НАГАСЬВ

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

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

- *Державний біотехнологічний університет,
м. Харків, Україна*
- *Dresden Technical University Dresden, Germany*
- *University of Angers, University School of Management
(IAE Angers), France*
- *Warsaw University of Life Sciences, Warsaw, Poland*
- *International Relations, Akademia Wsb, Poland*
- *Private company «Composite» Odessa, Ukraine*
- *«Інститут серця МОЗ України», м. Київ, Україна*
- *Вінницький національний медичний університет
ім. М.І. Пирогова, м. Вінниця, Україна*
- *ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет
економіки і торгівлі», м. Полтава, Україна*
- *ВСП Кам'янець-Подільський фаховий коледж
НРЗВО «Кам'янець-Подільський державний
інститут», м. Кам'янець-Подільський, Україна*
- *Державний податковий університет,
м. Ірпінь, Україна*

- *Івано-Франківський Національний технічний університет нафти і газу, м. Івано-Франківськ, Україна*
- *Київська муніципальна академія естрадного та циркового мистецтв, м. Київ, Україна*
- *Київський інститут інтелектуальної власності та права Національного університету «Одеська юридична академія», м. Київ, Україна*
- *Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана, м. Київ, Україна*
- *Київський національний університет імені Тараса Шевченка, м. Київ, Україна*
- *Комунальний заклад вищої освіти «Дніпровська академія неперервної освіти» Дніпропетровської обласної ради, Україна*
- *Криворізький державний педагогічний університет, м. Кривий Ріг, Україна*
- *Криворізький національний університет, м. Кривий Ріг, Україна*
- *Луцький національний технічний університет, м. Луцьк, Україна*
- *Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів, Україна*

- *Науково-дослідний центр індустриальних проблем розвитку НАН України, м. Харків, Україна*
- *Національний науковий центр «Інститут аграрної економіки», м. Київ, Україна*
- *Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка», м. Полтава, Україна*
- *Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ, Україна*
- *Національний університет водного господарства та природокористування, м. Рівне, Україна*
- *НТУ «Харківський політехнічний університет», м. Харків, Україна*
- *Одеська державна академія будівництва і архітектури, м. Одеса, Україна*
- *Одеський державний аграрний університет, м. Одеса, Україна*
- *Полтавський державний аграрний університет, м. Полтава, Україна*
- *Приватне акціонерне товариство «Вищий навчальний заклад «Міжрегіональна академія управління персоналом», м. Київ, Україна*
- *Приватний заклад вищої освіти «Харківський технологічний університет «ШАГ», м. Харків, Україна*

- *Прикарпатський національний університет імені В. Стефаника, м. Івано-Франківськ, Україна*
- *Сумський державний університет, м. Суми, Україна*
- *Сумський національний аграрний університет, м. Суми, Україна*
- *Український державний університет науки і технологій, м. Дніпро, Україна*
- *Уманський національний університет садівництва, м. Умань, Україна*
- *Університет митної справи та фінансів, м. Дніпро, Україна*
- *Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця, м. Харків, Україна*
- *Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна, м. Харків, Україна*
- *Харківський національний університет міського господарства ім. О.М. Бекетова, м. Харків, Україна*
- *Херсонський національний технічний університет, м. Хмельницький, Україна*

Секція

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

IMPACT OF COLLECTIVE INTELLIGENCE ON ENHANCING COMPANY MANAGEMENT

Plotnytska S., Doctor of Economic Sciences, Full Professor,
University of Angers, University School of Management
(IAE Angers), France

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-0634-1848>

The war in Ukraine fundamentally changed people's lives and destinies. Many employees have been forced to leave the territories where fighting is and work remotely. With the forced format of remote work, the management of enterprises faces a number of management challenges (culture of presentism, lack of changes in management style, division of work groups, risk of employee isolation), the successful solution of which will ensure stability in the functioning of enterprises and mitigate the consequences for employees and enterprises.

The main task for managers is to organize the work of groups working remotely as effectively as groups working face-to-face. It can be achieved, among others, by expanding the capabilities of the intellectual ecosystem based on the concept of collective intelligence (CI). With collective intelligence, communities can perform tasks or solve problems more efficiently and effectively through collaboration and knowledge sharing [1, 2]. Such shared or group knowledge, arising from the collaboration and competition of many individuals, goes beyond the sum of individual intelligence into integrated collective intelligence.

This study aims to reveal how to improve the efficiency of company management through the perspective of collective intelligence.

Researchers believe collective intelligence emerges when local and distributed knowledge and skills are coordinated to achieve a collective (but not necessarily consensual) goal [1]. Variables that contribute to the manifestation of CI are split conditionally into two levels [3]. The first considers variables based on the interaction processes in the group (top to bottom), and the other – variables relate to the characteristics of group members (bottom to top). The top-down analysis focuses mainly on interaction variables between group members, such as task duration, variety of responses provided, time spent seeking consensus, or group heterogeneity [4]. At the bottom level, the most often analyzed variables are gender,

cognitive diversity, emotional intelligence, social sensitivity, and individual intelligence [3, 5].

The empirical basis of the study is a narrative expert interview conducted in January 2023 with managers of various levels of private and public enterprises operating in the fields of education, science, and information technology. The interview questions related to the changes that occurred with the employees, the actions of the managers to regulate these changes, the application of CI conception in managerial practice, and how working together in groups offers benefits and challenges for handling significant issues. The interview guide consisted of 15 open-ended questions that required the respondent's loose narrative.

The results have revealed that applying the CI technologies has shown fruitful results in increasing the efficiency of personnel activity. Further, this study demonstrated that creating the right teams to perform the required tasks (groups consisting of personnel with the desired set of skills, interests, and required personalities) has proved effective in all examined companies. It corresponds with the findings [3], which indicate improving the efficiency of group work with an increase in the competence of the group members but insist that increasing the number of distinguished leaders does not correlate positively with group work efficiency and sometimes even reduces it.

We also conclude that members of remote teams may have more flexibility when it comes to working hours during the day, which may require some extra coordination but will leave more room for those who can do a particular job. Thus, our research supports the idea that where employees work is less important than how the work is done and who does it.

Besides, failure to consider the so-called emotional intelligence of each team member significantly impacts how the team works as a whole and, accordingly, the result of team activities. These variables are self-management, self-awareness, relationship management, and social awareness.

Additionally, the findings of this study show that creating work policies and approaches that promote collective intelligence with remote teams requires some out-of-the-box thinking from leaders. It is typical and understandable for managers to focus on the skill sets of individual employees, but building remote teams requires a broader view.

This research contributes to the existing knowledge about teleworking and approaches to enhance it. Furthermore, the study recognizes CI as an effective tool for managing remote teams to solve problems and provide reliable performance.

References:

1. Malone T.W., Laubacher R., Dellarocas C. The Collective Intelligence Genome, *MIT Sloan Management Review*, vol. 51, no. 3, pp. 21, 2010.
2. Leimeister J.M. Collective Intelligence. *Business & Information Systems Engineering*. 2010. No. 4. P. 245-248.
3. Woolley A., Aggarwa I., Malone T. Collective Intelligence and Group Performance. *Current Directions in Psychological Science*. 2015. Vol. 24, No. 6. P. 420-424.
4. Bernstein E., Shore J., Lazer D. How intermittent breaks in interaction improve collective intelligence: Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America, August 28, 2018, Vol. 115, No. 35 (August 28, 2018), pp. 8734-8739.
5. Hjertø K.B., & Paulsen J.M. (2016). Beyond collective beliefs: predicting team academic performance from collective emotional intelligence. *Small group research*, 47(5), 510–541.

UDC: 338

PREREQUISITES AND FEATURES OF THE IMPLEMENTATION OF INDUSTRY 4.0 TECHNOLOGIES

Skudlarski J., dr inż.,

Warsaw University of Life Sciences, Warsaw, Poland

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-2005-6197>

Zaika S., candidate of economic sciences, professor,

State Biotechnological University, Kharkiv, Ukraine

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-8132-7643>

At the beginning of the 21st century, humanity began to experience a new industrial revolution, which is known as Industry 4.0. This has led to significant changes in the ways of organizing social production and satisfying consumer needs, as the new technological challenges of Industry 4.0 are fundamental.

New technologies play an increasingly important role in our lives, and their rapid introduction creates increased competition [3-5]. As a result, manufacturers must change their strategy and management of economic processes to produce innovations, create new values, and implement them in production. The peculiarity of this revolution is that information technologies are becoming more and more widespread in various spheres of social life. Therefore, all subjects of the economy need to continue to develop new technologies and introduce them into production.

The fourth industrial revolution is unlike anything that has come before because it covers a huge scale and extends to many areas. Innovations such as artificial intelligence, robotics, the Internet of Things, nanotechnology, robot cars, and 3D printing are not new, but Industry 4.0 uses them to a much greater extent, including new materials and methods of managing the production and logistics chain [2].

Industrial development is particularly strongly influenced by Industry 4.0, as the automation of business processes can be applied at all stages of production, from the development of design samples to product services. This creates a complete ecosystem, which is extremely important for the economic growth of Ukraine, since no country can be rich only at the expense of agriculture, and the development of industry is the key to success.

Various aspects of effective industrial development in the context of the global challenges of the fourth industrial revolution, associated with rapid technological development and threats, are the subject of research by many scientists from different countries. This revolution consists of the use of cyber-physical production and service systems covering various areas of life, including work, life, and leisure (the so-called "Industry 4.0"). Such changes are so fundamental that society must be ready for the challenges and opportunities they bring [2].

Most successful enterprises already use the latest methods to improve the management of business processes. The G7 countries are investigating the consequences of the fourth industrial revolution on social development, as it provides unprecedented opportunities for the modernization of production, but can harm the level of employment and other social indicators. Among the G7 member countries, there are powerful state strategies for implementing the achievements of the fourth industrial revolution, such as "Industrie 4.0" in Germany, "Industrie du Futur" in France, and others [1]. Ukraine is also developing its concept for the development of the digital economy and society, but the mechanisms for supporting the adaptation of domestic industrialists to the challenges of Industry 4.0 are not sufficiently developed.

It is important to note that the term "Fourth Industrial Revolution" is often associated with the concept of Industry 4.0. In 2011, German entrepreneur-innovators used the term for the first time at the Hanover Trade Fair, and it quickly became popular worldwide as a way of future development for all manufacturing industries [1]. The main components of this concept include the integration of computational and physical processes, systems with open interfaces, the relationship of business processes with sensors, and the use of data from sensors to create simulation models of virtual installations.

Industry 4.0 uses information and communication technologies, as well as intelligent networks to improve production efficiency. Automation of business processes with the help of SMART technologies of Industry 4.0 makes it possible to facilitate the tasks of each employee [2]. Examples of such technologies include robotic bots with artificial intelligence that help work with large amounts of data, create dashboard reports, manage costs of goods and materials, monitor security systems, perform credit checks and alert departments on fraudulent transactions, and implement document flow without using paper

The application of Industry 4.0 in the industry allows for significantly reduced production costs, helps reduce production time, and shortens product delivery times. This provides more flexible and individual approaches to production, which allows enterprises to work more effectively with customers and quickly respond to changes in the market.

In addition, the application of intelligent technologies allows to increase the quality of products and services, as well as to reduce production risks [4]. For example, the automation of business processes allows enterprises to reduce the level of production deviations and reduce the number of defective products.

In general, Industry 4.0 opens up new opportunities for enterprises of various industries and allows them to use their resources more efficiently and provide quality products and services. However, it is important to note that for the successful implementation of Industry 4.0, it is necessary to have not only high technologies but also highly qualified specialists who can effectively use these technologies.

Today, almost all stages of product creation, including development, design, production, testing, marketing, and sales can be digitized, and the development of the "Internet of Things" allows for interaction between machines and people with previously unattainable accuracy and efficiency. It is important to note that the innovative transformation of modern industry is not limited to the use of the latest production technologies, but also includes the use of the latest materials and methods of managing the production and logistics chain.

Starting with the first industrial revolution, which took place at the end of the 18th century, significant changes occurred in the organization of social production. Now, under the influence of scientific and technological progress, these changes have turned into the "fourth industrial revolution", which the scientific community is just beginning to discuss. However, the transition to a digital environment has already taken place in many developed countries. The integration of Industry 4.0 technologies creates new

opportunities for enterprises, in particular, it helps to accelerate the introduction of innovations, increase profits from products of innovative production, reduce risks, provide opportunities for individualization of products to better meet the needs of consumers, in particular, transnational trade networks, accelerate the process of creation, production, and sale of new types of products, optimize and coordinate interaction with suppliers and partners.

Industry 4.0 opens up new opportunities for the development of modern production and responds to modern technological challenges. This includes the development of network structures, mini- and SMART factories, new business models, the formation of development institutes that promote new technologies and robotics of production, venture financing, and the development of public, educational, and scientific institutions. Comprehensive implementation of Industry 4.0 technologies allows enterprises to use new opportunities to increase production efficiency and ensure higher product quality. The introduction of these technologies can accelerate the introduction of innovations, increase revenues from the introduction of innovative products and reduce risks.

In addition, the implementation of Industry 4.0 technologies can help enterprises optimize and coordinate interaction with suppliers and partners, as well as accelerate the path from creation to manufacture and sale of new types of products. This can provide enterprises with a competitive advantage in the market and increase their profitability.

Therefore, the introduction of Industry 4.0 technologies can become a key factor in increasing production efficiency, developing innovations, and ensuring the competitiveness of enterprises in the modern market.

References:

1. Agermann H. Recommendations for implementing the strategic initiative Industrie 4.0: Final report of the Industrie 4.0 Working Group / W. Wahlster and J. Helbig URL: <https://www.din.de/blob/76902/e8cac883f42bf28536e7e8165993f1fd/recommendations-for-implementing-industry-4-0-data.pdf>

2. Skudlarski, J. (2019). O rolnictwie 4.0 w Kamieniu Śląskim. *Agro Profil. Magazyn Rolniczy*, (03).

3. Zaika S.O. Features of the implementation of digital technologies in the production // *Digital transformation and technologies for sustainable development all branches of modern education, science and practice* [Electronic resource]: International Scientific and Practical Conference Proceeding, January 26, 2023 / Edited by I. Zuchowski, Z. Sharlovykh, O. Mandych / International Academy Applied Sciences in Lomza (Poland) – State Biotechnological University (Ukraine). – Publishing house: MANS w Łomży, Lomza, Poland, 2023. Part 2. P. 23-28.

4. Zaika S.O. Main factors of sustainable enterprise development. *Актуальні проблеми та перспективи розвитку обліку, аналізу та контролю в соціально-орієнтованій системі управління підприємством*. Матеріали V Всеукраїнської науково-практичної конференції. (м. Полтава, 14-15 квітня 2022 р. Полтава). 2022. С. 579-581.

5. 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 : Видавець «Сочінський М.М.», 2016. С. 246-253.

УДК: 330.12

UKRAINIAN ENTREPRENEURSHIP DURING THE WAR: REALITIES AND PROSPECTS

Olena Dymchenko, Dr. Sc., prof.,

O.M. Beketov National University of

Urban Economy in Kharkiv, Kharkiv, Ukraine

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-8817-2517>

Valentyna Smachylo, Dr. Sc., As. prof.,

O.M. Beketov National University of

Urban Economy in Kharkiv, Kharkiv, Ukraine

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-6153-1564>

Olha Rudachenko, Dr. Sc., As. prof.,

O.M. Beketov National University of

Urban Economy in Kharkiv, Kharkiv, Ukraine

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-9597-5748>

The current situation of entrepreneurship in Ukraine, its condition, needs, problems, and development prospects are characterized by rapid changes and total uncertainty. That is why it is necessary to characterize the state of entrepreneurship in Ukraine, to determine the main consequences of the influence of Russian aggression on the sustainability of its development and further prospects.

The lack of operational statistical reliable information, which would ensure the correctness of management decision-making at all levels of management, complicates analytics in this area. Therefore, surveys become the main information base. Summarizing and comparing the problems identified during surveys using different methods showed that they correlate. It should also be noted that they are interrelated and interdependent: for example, a break in supply chains and problems with logistics cause an

increase in the cost of raw materials. It is also affected by inflationary processes. All surveys show issues with demand, which is caused, by the low purchasing power of domestic consumers. The increase in the cost of energy and materials makes products low-profit and uncompetitive. The problem of lack of working capital correlates with the fact that customers (or retail networks) do not pay on time (or in principle). In addition, the unavailability or inactivity of loan/grant support programs also causes a shortage of funds. The government announced a large number of programs for business, but unfortunately, not everything works as planned - there are negative reviews from entrepreneurs that the funds did not arrive on time or the conditions are unrealistic at the moment. We see a systemic crisis in the economy. Moreover, experts note that business entities demonstrated stability and high adaptability to conducting activities in war conditions, which allowed to ensure a drop in the country's performance indicators in the form of GDP at the level of 30,4% (according to preliminary estimates of the Ministry of Economy; in the spring, the World Bank predicted a reduction of the Ukrainian economy by 45%, and the IMF by 35%) [1]. Analysis of the state, problems, needs, and prospects should be formed in terms of region, industry, and size. These three factors will determine the relevance of certain problems for the enterprise and, accordingly, their growth potential and further development steps. The most significant problems of entrepreneurship are the energy crisis; reduction of demand in the domestic market and purchasing power; personnel problems; logistical problems and disruption of supply chains; lack of funding from different sources and in different volumes [2]. Prospects for the development and reconstruction of entrepreneurship in Ukraine should be implemented on the basis of sustainable development, which involves further digitalization, environmentalization, socialization, and transparency. Effective entrepreneurial activity is also an essential condition for it. As drivers of growth, it is advisable to consider startups, especially Military-tech, the military sphere, energy, construction, and the production of building materials. An important direction in the development of Ukrainian entrepreneurship is its entry into international markets and integration into the global business community.

References:

1. Офіційний сайт Міністерства економіки України.
URL: <http://surl.li/chgzm>
2. Димченко О.В., Смачило В.В., Рудаченко О.О., Хайло Я.М. Проблеми та потенціал відновлення підприємств сфери будівництва в аспекті військової агресії росії. Інтернаука. Серія: «Економічні науки». 2022. № 11(67). DOI: <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2022-11-8435>

FEATURES OF ORGANIC PRODUCT PROMOTION MANAGEMENT IN INTERNATIONAL MARKETS

Vitkovskiy Yu., Doctor of Economic Sciences, Professor,
State Biotechnological University, Kharkiv, Ukraine
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-5806-8671>

Smihunova O., PhD of economic sciences, Associate Professor,
State Biotechnological University, Kharkiv, Ukraine
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-9660-3361>

Rebilas Rafal, PhD, Professor, Vice-Rector
for International Relations, Akademia Wsb, Poland
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-7926-1155>

One of the most important strategic tasks of Ukraine's agricultural policy is the gradual transition of the agricultural sector of the national economy to an environmentally safe level of agricultural development, as the safety of food and food raw materials is one of the main factors determining public health.

Today, the quality and safety of agricultural products is regulated by a wide range of legal documents. Most of them, including state standards, contain general technological requirements for food production, especially for baby nutrition products. Analyzing the legal framework related to organic production, it is worth noting that 95% of EU legislation has been implemented today. However, according to scientists, the legal framework does not fully create conditions for the production of organic agricultural products, which negatively affects, first of all, the competitiveness of such products in the domestic and foreign markets.

Only 1 % of agricultural land in Ukraine is currently used for organic crop production. The predominant crop production is grain, legumes, berries and fruits.

The structure of organic products sold on the domestic market of Ukraine and exported to foreign markets is quite different. So, if the domestic market offers mainly processed and ready-made organic products, then export positions are mainly raw materials. However, in recent years, the formation of batches of processed organic products has been noted, which characterizes the ability of domestic producers and traders to offer relevant products of appropriate quality at the international level [4].

When considering the issue of product promotion management, it is worth focusing on the last two directions - marketing and logistics, which, given the peculiarities of the production of organic agricultural products, have certain details.

The implementation of marketing functions is aimed at the development and management of supply and demand in the market of organic products. More than 80 types of Ukrainian organic products are currently imported by more than 30 countries. The largest consignments of its products are exported to the countries of the European Union (82%) and the USA (about 17%). Загалом, у 2021 р. In general, in 2021, Ukraine sold 260,000 tons of organic products to international markets worth about 220 million USD, which secured it the 5th place in the list of 126 countries importing organic products to the EU [6].

As for the domestic market of organic products, in 2021, 9,780 tons of organic products were sold on it for an equivalent amount of 33 million US dollars. The problems hindering the development of the internal market of organic products of Ukraine are primarily the low purchasing power of Ukrainians along with high enough prices for it and the low level of public awareness of the benefits of organic nutrition. However, the situation is gradually changing, and a certain niche of consumers of certified organic products has already been formed. For example, if in 2019 the share of organic products sold on the domestic consumer market was only 1.54%, then in 2021 it will be 3.6%.

Researching marketing tools for stimulating the sale of organic products on national and international markets, scientists [3] noted that in order to increase the trust of foreign consumers in organic products, Ukrainian manufacturers should create a well-thought-out logo that will be successfully used not only on packaging, but also in advertising campaigns through films, videos and Internet networks, hold open events with refreshments and providing information about production, certification and their trademark. To develop and implement an action plan for the further promotion of organic products from the producer to the end consumer, marketers should receive all information from the production unit regarding product quality, its properties, characteristics, benefits, etc.

Considering the problem of ensuring the sale of organic products, it is worth noting the peculiarities of the implementation of logistics functions. Managing the promotion of organic products requires taking into account delivery times and transportation conditions, which will vary depending on whether the product is primary production, secondary processing, or ready-to-package organic products.

The use of environmentally safe technologies in the production of agricultural products necessitates compliance with strict requirements at the stages of bringing such products to consumers. The logistics system must ensure the preservation of the quality of the produced products and their compliance with organic standards.

Realizing the export potential of organic producers requires building an effective sales logistics system that can be implemented by the producer's own forces or by outsourcing to a specialized intermediary. Setting up their own logistics for the sale of organic products allows producers to exercise direct control over the entire chain of its promotion, to get closer to the potential consumer. However, such an approach, which considers logistics as a component of the marketing strategy, requires the creation and maintenance of the necessary infrastructure, which in turn requires additional resources. For local markets, this approach can be beneficial for those producers who have their own brand, branded stores, or stable contractual relationships with other retailers [5].

Problems related to the characteristics of organic products, which often have a limited shelf life, work in favor of the transfer of logistics in export-oriented conditions to specialized organizations: the need for rapid crossing of customs borders by cargo, compliance of elements of the logistics infrastructure and conditions of product transportation with local legislation.

Another aspect of the export of organic products related to the involvement of third-party organizations is the need to form acceptable volumes of product batches. Organic production of agricultural products in Ukraine is mostly low-market. Farmers are forced to outsource their organic production to specialized logistics companies or traders capable of creating consolidated batches that conform to transit regulations. This problem can also be solved through formal or informal cooperation between organic producers to facilitate their sales, in particular through the consolidation of batches.

Organic production in Ukraine has significant development prospects in view of the growing interest in ecologically safe products both on the part of Ukrainian consumers and in the aspect of realization of export potential. The formation of long-term competitive advantages of organic products in the domestic and foreign markets requires the development and implementation of a complex of its promotion, which would take into account, in particular, the specifics of marketing and logistics arrangements.

References:

1. Смігунова О.В., Ільїн О.А. Стан та перспективи розвитку виробництва органічної продукції в Україні. *Український журнал прикладної економіки*. 2020. Том 5. № 4. С. 98-105.
2. Органічні виробники тримають позиції: Україна не зменшує обсяги експорту. URL: <https://agroportal.ua/publishing/infografika/organichni-virobniki-trimayut-poziciji-ukrajina-ne-zmenshuje-obsvyagi-eksportu>
3. Квятко Т.М., Вітковський Ю.П. Агроримаркетинг в Україні: аспекти розвитку. *Вісник ХНТУСГ: Економічні науки*. 2019. Вип. 206. С. 193-201.
4. Novytska I. Scientific and Theoretical Approach to the Management of Organic Products Promotion = Науково-теоретичний підхід до управління просуванням органічної продукції. *Економіка і регіон*. 2021. № 3(82). С. 84-90. DOI 10.26906/EiR.2021.3(82).2370.
5. Литвинов А.І. Органічна продукція: проблема логістики. *Вісник ХНТУСГ*. 2018. Вип. 193. С. 238-246. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vkhdusg_2018_193_26

UDC: 658.310.7

SPECIFIC FEATURES OF MANAGEMENT OF AN AGRARIAN ENTERPRISE

Podolska O., Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
State Biotechnological University, Kharkiv, Ukraine
ORCID <http://orcid.org/0000-0001-9768-6173>

Holub V., student,
State Biotechnological University, Kharkiv, Ukraine

The agricultural sector is one of the most important sectors in the country's economy, so it is important to understand how to effectively manage an agricultural enterprise.

The main features of agricultural management are [1]:

- dependence on natural conditions and climate change;
- large volume of production and work with a wide range of products;
- well-developed production cycles;
- financial management.

Given the importance of the agricultural sector for the country's economy, let's take a closer look at each of these features:

1. Dependence on natural conditions and climate change. The agricultural sector is highly dependent on natural conditions, such as climate, soil, water resources, and other factors. Even the best change in weather

conditions can have a significant impact on the production and financial performance of an enterprise. Therefore, the manager of an agricultural enterprise must have in-depth knowledge of natural conditions and climate change to be prepared for unforeseen situations. He or she must also be prepared to respond quickly to changes in the weather and develop action plans to reduce the possible impact on production [4].

2. Large production volume and work with a wide range of products. An agricultural enterprise can be engaged in growing different crops, livestock, and producing different types of products. This means that the manager of an agricultural enterprise must control the quality of the product and plan its sale on the market. The manager needs to be able to coordinate with the team and manage resources to ensure production efficiency and maximize profits for the enterprise.

3. The agricultural sector has clearly developed production cycles that are related to seasonality and technological features of production. Hence, the manager must be aware of production technologies and understand which processes affect different stages of product production. It is also necessary to be prepared to plan production taking into account production cycles, including preparation for the season, harvesting, and sales. This will help ensure production efficiency and maximize profits for the company [3].

4. High dependence on market conditions. The agricultural market is very competitive and changes depending on supply and demand. The manager needs to analyze the market and know how to forecast the demand for the products of his or her enterprise. This will help the manager to make rational decisions on production planning and marketing [2].

The management of an agricultural enterprise has its own peculiarities that require specialized knowledge and skills. Implementation of the developed strategies and plans will allow the company to operate successfully in a competitive environment and maximize profits.

Thus, the manager of an agricultural enterprise should have a good knowledge of production processes, as well as technical and technological equipment to ensure production efficiency and maximum profit for the enterprise.

References:

1. Hamel G. The Why, What and How of Management Innovation. Harvard Business Review, 2006. 320 p.

2. Olha Podolska, Kateryna Bogomolova, Viktoriia Kralia Management diagnostics as one of the instruments of organization development *The 7th International scientific and practical conference "Fundamental and applied research in the modern world"* (February 17-19, 2021) BoScience Publisher, Boston, USA. 2021. P. 43-53.

3. Olha Podolska, Viktoriia Kralia, Kateryna Bogomolova. Sustainable development as an incredible component of economic growth of Ukraine // *Conference Proceedings of the 2nd International Scientific Conference Economic and Social-Focused Issues of Modern World (October 16-17, 2019, Bratislava, Slovak Republic)*. The School of Economics and Management in Public Administration in Bratislava, 2019. P. 74-78.

4. Подольська О.В., Краля В.Г. Особливості впровадження інновацій в систему менеджменту підприємства *Матеріали VI Міжнародної науково-практичної конференції «Управління розвитком соціально-економічних систем»*. Харків: ДБТУ, 2022. С. 224-227.

UDC: 352

PROFESSIONAL DEVELOPMENT OF CIVIL SERVANTS AS A FACTOR IN THE FORMATION OF A POSITIVE IMAGE OF THE CIVIL SERVICE

Podolska O., Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
State Biotechnological University, Kharkiv, Ukraine
ORCID <http://orcid.org/0000-0001-9768-6173>

Ivashchenko M., student,
State Biotechnological University, Kharkiv, Ukraine

The state system of training, retraining and advanced training of civil servants ensures that central and local executive authorities and local self-government bodies have employees with a high level of professionalism who are able to perform managerial functions competently and responsibly.

The main types of professional development for civil servants are [1]:

- training under professional training programs;
- systematic self-study;
- thematic, permanent seminars;
- thematic short-term seminars;
- internships in the bodies covered by the Law of Ukraine "On Civil Service", "On Service in Local Self-Government Bodies" and abroad.

In order to solve the problems of professionalization, a qualitatively new approach to the formation of content and training technologies should be introduced, in particular [2-4]:

- taking into account practical skills in the field of constitutional and administrative law, legislation on civil service, anti-corruption legislation, regulations on staff policy, etc;
- practices of managing economic and social processes;

- business administration and financial management, project and change management, political science, management, social psychology;
- modern administrative activities, team management and forms of control over the implementation of management decisions.

In the process of professional training of civil servants, importance is attached to their preparation for managerial activities, decision-making skills, and strategic management.

The establishment of a system of continuous professional training has become an absolute necessity and an important factor in strengthening the civil service institution. To ensure its effective functioning, a state system of training, retraining and advanced training is being formed.

The training of elite personnel should be carried out on a competitive basis on the basis of the already obtained master's degree.

The characteristic features of this training should be the predominant share of self-education and mastering the practice of professional activity in economics, law, politics, ideology, team management, etc.

When analyzing the training and professional development needs of civil servants, it is necessary to [2-5]:

- analyze the quantitative and qualitative composition of employees of public authorities;
- determine a forecast estimate of the annual need for civil servants for positions of all categories, and prepare a training schedule;
- to analyze the existing network of accredited educational institutions where it is advisable to train, retrain and upgrade the skills of civil servants;
- to determine the list of specialties and legalizations in the field of "Public Administration" professionally oriented to the training of employees of state authorities and local self-government bodies;
- to conduct sociological research on the organization, content and effectiveness of training of public authorities' employees;
- to carry out scientific and methodological development of the problems of planning, organization and management of the educational process, forecasting the development of training of civil servants.

The need for professional development of civil servants qualities is caused by the discrepancy between the requirements of the organization, position or specific task and the actual results achieved by this employee [3]. The analysis of the need for advanced training is a process that identifies the goals and priority areas of training, target groups, and proposals for forms and methods of training.

Thus, it is necessary to determine training programs, teaching materials on the basics of state and constitutional law and political science,

economic fundamentals of administration and financial management, sociology and psychology, and preparation of management decisions.

References:

1. Кудрявцева Н.С., Деркачова А.А. Ефективність діяльності публічних адміністрацій в Україні *Матеріали ІІ Всеукраїнської конференції «Актуальні питання сучасної економічної науки»* (м. Полтава, 4 грудня 2019 р.). Полтава, 2019.

2. Подольська О.В., Харчевнікова Л.С., Дьякова К.В. Види ефективності у публічному адмініструванні та критерії їх оцінювання *Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка: Економічні науки*. Випуск 206. Харків: ХНТУСГ. 2019. С. 282-289.

3. Подольська О.В., Богомолова К.С., Краля В.Г. Публічне адміністрування та процес прийняття управлінських рішень *Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка: Економічні науки*. Випуск 188. Харків: ХНТУСГ. 2017. С. 66-74.

4. Podolska Olha, Sahachko Yuliia, Kralia Viktoriia Personnel management improving in local governments of Ukraine *Vectors of competitive development of socio-economic systems: monograph*. Ed. by O. Mandych, T. Pokusa. Academy of Management and Administration in Opole, 2020. P. 126-134.

5. Грицяк А.І. Публічне управління в Україні: становлення за європейськими стандартами. URL: [http://www.dbuapa.dp.ua/zbirnik/2014-02\(12\)/22.pdf](http://www.dbuapa.dp.ua/zbirnik/2014-02(12)/22.pdf) (дата звернення 24.03.2021).

UDC: 330.117

DIGITALIZATION AS A PRIORITY DIRECTION OF AGRICULTURE DEVELOPMENT

Kurylo A., student*,
State University of Biotechnology, Kharkiv, Ukraine

Today, the main direction of agricultural development is the use of digital technologies. Digitization includes the use of smart technology, the robotics of agricultural equipment, the digitization of maps and databases, data analysis, and the use of blockchain technologies to track products from the farmer to the consumer. With the help of digital equipment and sensors, an agricultural producer can collect a large amount of data about his farm, which allows him to make decisions based on the analysis of complex production processes [2].

* Academic supervisor – candidate of economic sciences, professor S. Zaika

Digital technologies have a significant impact on various areas of our lives, including agriculture. In the field of crop production, these technologies can help improve plant cultivation, reduce environmental impact, and ensure more efficient use of resources [5]. However, unfortunately, the implementation of digital technologies in the field of crop production has faced significant problems and challenges.

One of the main problems with the implementation of digital technologies in the field of crop production is that the majority of agricultural enterprises are small enterprises that do not have sufficient funding for the implementation of modern technologies and do not have the necessary skills and knowledge for their effective use [4].

Another problem is the underutilization of data collected through digital technologies. Many farmers are not skilled enough to analyze data and use it to improve plant breeding. To solve this problem, it is necessary to ensure proper training of farmers and develop special programs that will help analyze and use this data, which will allow to use it more effectively to improve plant cultivation.

In addition, there is a problem with data standardization. Different manufacturers of digital technologies use different data storage formats, which makes it difficult for farmers to process and use them. Standardization of data and establishment of uniform data storage and processing formats is required.

One of the most important trends in crop production is the increase in the number of sensors used. Sensors allow the collection of a variety of data about plants and the environment, which helps farmers make decisions about how to better care for their crops. For example, sensors can measure soil moisture, air temperature, light level and other parameters that affect plant growth.

Another trend is the use of drones and other autonomous technologies to monitor fields and grow crops. Drones can shoot from a height and collect data on the condition of fields and plants. This allows farmers to use their time and resources more efficiently and reduces the need to use chemicals and other plant protection products.

One of the problems of implementing digital technologies in the field of crop production is ensuring cyber security. Collecting and processing large amounts of data about agricultural land and plants can be attractive to cybercriminals. Therefore, it is necessary to implement cyber security and data protection measures to prevent possible cyber-attacks.

Despite the problems and challenges, the implementation of digital technologies in crop production has great potential to improve plant cultivation and reduce the impact on the environment. With the help of digital technologies, it is possible to collect and analyze data about soil, weather conditions, and crops, which allows more accurate forecasting of yields and increases the efficiency of resource use [1].

Innovations in agriculture are experiencing significant growth and in the future, they will determine the leaders of the agricultural market [3]. In the future, the technologies of agricultural robotics, 3D food printing, BigData, the Internet of Things, blockchain, and artificial intelligence will be key to market development. The implementation of the principles of "Industry 4.0", which is based on the collection and processing of data for automated actions and operations, will be especially important. This industry involves new approaches to production and consumption, based on the use of the latest technologies and machine learning to ensure more efficient and automated production of products.

References:

1. Zaika S., Kuskova S., Zaika. O. Theoretical aspects of technological process management in the agricultural sector of the national economy. *Зелена економіка* – необхідна умова сталого розвитку національної економіки України: колективна монографія / За заг. ред. О.А. Гальцової. Херсон: Видавничий дім «Гельветика», 2020. С. 114-128.

2. Zaika S.O., Gridin O.V., Zaika O.V. Factors of the innovative development of the plant production industry. *Проблеми використання, збереження та відтворення ґрунтів в умовах сталого розвитку агросфери*: Збірник тез Міжнародної наукової конференції “Soils, where food begins”, присвяченої всесвітньому дню ґрунтів (5 грудня 2022 року, м. Кам’янець-Подільський). Кам’янець-Подільський: Заклад вищої освіти «Подільський державний університет», 2023. С. 142-145.

3. Інноваційні ресурсозберігаючі технології: ефективність в умовах різного фінансового стану агроформувань: [монографія] / За ред. проф. Г.Є. Мазнева. Харків: В-во «Майдан». 2015. 592 с.

4. Федулова Л.І. Тенденції розвитку та впровадження цифрових технологій для реалізації цілей сталого розвитку. *Економіка природокористування і сталий розвиток*. К.: ДУ ІЕПСР НАН України, 2020. № 7(26). С. 6-14.

5. Хірівський Р. Стратегія розвитку АПК України в умовах посилення міжнародної конкуренції. *Вісник Львівського національного аграрного університету*. 2021. С. 184-191.

ПОЛІТИКА СТАЛОГО РОЗВИТКУ І КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ КЕРНЕЛ

Антощенкова В.В., доктор економічних наук, доцент,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-3963-6263>
Дейнега М.В., здобувач третього рівня вищої освіти,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

Соціальна відповідальність стає все більш важливою для інвесторів і споживачів, які прагнуть інвестиції, які не тільки є прибутковими, але й сприяють добробуту суспільства та навколишнього середовища, одночасно зменшуючи негативний вплив на них. Хоча критики традиційно стверджують, що основна природа бізнесу не розглядає суспільство, як зацікавлену сторону, все більше представників бізнесу сприймають соціальну відповідальність, як процес, який рухає зміни на краще. Адже споживачі більш активно прагнуть купувати товари та послуги в соціально відповідальних компаній, що впливає на їх прибутковість [1; 2, с. 185].

Кернел – найбільший в світі виробник і експортер соняшникової олії, провідний виробник і постачальник сільськогосподарської продукції з регіону Чорноморського басейну на світові ринки. Вертикально-інтегрована структура Компанії будується на тісно пов'язаних між собою бізнес-сегментах: виробництво, експорт і внутрішній продаж соняшникової олії; високотехнологічне рослинництво; експорт зернових культур; надання послуг зі зберігання і перевалки зерна на елеваторах і портових терміналах. Кернел щорічно підтверджує беззаперечне лідерство в усіх напрямках діяльності в регіонах присутності і світових рейтингах.

Глобальна мета Компанії у сфері сталого розвитку і соціальної відповідальності – розвиток суспільства шляхом добровільного внеску бізнесу в соціальну, економічну і екологічну сфери, пов'язані з діяльністю і досягненням стратегічних цілей Компанії [3].

Соціальна мета: розвиток потенціалу людей, забезпечення охорони праці і здоров'я, створення умов для самореалізації і професійного розвитку співробітників, внесок у вирішення соціально значущих проблем і розвитку громад в регіонах присутності.

Економічна мета: досягнення максимальних показників прибутковості шляхом ефективного використання ресурсів, впровадження новітніх технологій, постійного вдосконалення процесів, прозорого та відкритого ведення діяльності. Компанія прагне до впровадження інновацій, бережливо обробляє землю і виготовляє продукцію високої якості, яка відповідає міжнародним стандартам якості, діловій бізнес-етиці та потребам клієнтів.

Екологічна мета: максимізація енергоефективності, мінімізація негативного впливу на навколишнє середовище, зниження рівня викиду парникових газів, переробка і мінімізація відходів, збереження властивостей землі до відновлення [4, с. 85].

Керівні принципи компанії: відповідність міжнародним стандартам, Корпоративному Кодексу, внутрішнім Політикам Кернел; інтеграція зі стратегією діяльності Компанії, підвищення ефективності і довготривалої стійкості бізнесу; інноваційний розвиток, внутрішнє підприємництво; чесність, відкритість і прозорість; нульова толерантність до шахрайства і корупції; повага до інтересів і конструктивний діалог у відносинах із зацікавленими сторонами; відповідальне лідерство і дотримання етичних норм; рівні можливості, культура поваги та довіри; забезпечення гідних та безпечних умов праці, пріоритет збереження життя і здоров'я співробітника у відношенні до результатів виробничої діяльності; толерантність, підвищення якості життя та благополуччя населення і соціальної підтримки в регіонах присутності Компанії; відповідальне та раціональне використання ресурсів у виробництві; захист навколишнього середовища і збереження земельних ресурсів.

Кернел – відповідальний роботодавець. Команда – ключовий актив Компанії, рушійна сила її розвитку та джерело конкурентних переваг. В табл. 1 [3] подано концепцію сталого розвитку і соціальної відповідальності компанії Кернел.

Трудові відносини, охорона праці та здоров'я співробітників: дотримуються права і свободи людини і всі норми трудового права; неприпустимою є дитяча праця, не наймаються на роботу люди, які не досягли віку, з якого законодавством допускається прийом на роботу, відсутні будь-які форми примусової праці; неприпустимі будь-які форми дискримінації співробітників – за гендерною ознакою, віком, расою, національністю, релігією, сексуальною орієнтацією, етнічною приналежністю, соціальним статусом, політичними переконаннями, участю в профспілкових та інших об'єднаннях громадян; забезпечується конкурентна винагорода і соціальний захист співробітників, захист прав вагітних жінок, матерів-годувальниць,

багатодітних сімей, людей з інвалідністю та ін.; створені безпечні, достойні та комфортні умови праці для співробітників, дотримуються вимоги стандартів OHSAS 18001 / ISO 45001; реалізуються заходи з попередження та мінімізації виробничого травматизму і професійних захворювань, оцінюються ризики та приймаються міри з їх мінімізації та усунення; співробітникам надається матеріальна допомога в тяжких життєвих ситуаціях; реалізуються ініціативи, спрямовані на підтримку здоров'я співробітників і збереження навколишнього середовища: Kernel Sport Team, Kernel Green Team та ін.

Таблиця 1

Концепція сталого розвитку і соціальної відповідальності

I. Кернел – відповідальний роботодавець	✓ Команда – ключовий актив Компанії, рушійна сила її розвитку та джерело конкурентних переваг; ✓ Трудові відносини, охорона праці та здоров'я співробітників; ✓ Розвиток потенціалу людей
II. Кернел – соціальний інвестор і суспільний лідер	✓ Здійснюється підтримка місцевих громад в регіонах присутності Компанії за соціальними напрямками (освіта, медицина, спорт та ін.); ✓ Реалізуються проекти щодо благоустрою інфраструктури населених пунктів в регіонах присутності підприємств Компанії; ✓ Соціальні інвестиції реалізуються Благодійним фондом «Разом з Кернел»; ✓ Компанія бере активну участь в суспільних та галузевих профільних організаціях
III. Кернел – надійний партнер	✓ Етичне ведення бізнесу; ✓ Прозорість та чесність – передумова успіху у відносинах зі співробітниками підприємств, акціонерами, інвесторами, фінансовими організаціями та асоціаціями, постачальниками і партнерами, клієнтами, державними органами, міжнародними організаціями, громадськістю та ЗМІ; ✓ Кернел прагне ефективно взаємодіяти із зацікавленими сторонами, вести конструктивний діалог на основі принципів поваги, ділового партнерства, чесної конкуренції, добросовісного дотримання взятих на себе обов'язків; ✓ Правдивість і відкритість інформації – основа діяльності Компанії.
IV. Кернел – відповідальний виробник	✓ Якість і безпечність; ✓ Охорона навколишнього середовища

Розвиток потенціалу людей досягається за рахунок: реалізуються навчальні та розвиваючі проекти для співробітників – Corporate MBA, Внутрішній тренер, Внутрішній Кернел Шанс, Ліга Чемпіонів, Є ідея та ін. програми професійного та особистісного розвитку; впроваджена

система індивідуального розвитку і кар'єрного планування, підтримується система зворотного зв'язку і лояльності співробітників; діє програма співробітництва з вищими навчальними закладами, програма для випускників та молодих спеціалістів «Кернел Шанс».

Кернел – відповідальний виробник. Якість і безпечність: Кернел виробляє високоякісну продукцію, інвестує в інноваційні та передові технології; виробництво олії – всі олійно-екстракційні заводи та портові термінали сертифіковані за вимогами ISO 9001, харчової безпеки ISO 22000, а заводи, спеціалізовані на фасованій олії, додатково сертифіковані згідно схем сертифікації FSSC 22000, Полтавський ОЕЗ – по IFS; виготовлення кормів для тварин – впроваджені стандарти GMP+B1,+B3,+B4, охоплюють такі процеси як: виробництво, торгівля, послуги, збір, зберігання, перевалка, автомобільний і морський транспорт; завдяки сертифікації по ISCC – EU Кернел гарантує стале виробництво сировини для біопалива у відповідності до законодавства ЄС; Кернел забезпечує якість продукції на всіх етапах – від вирощування до кінцевого споживача, надає споживачам повну інформацію всіх властивостей, складових та безпечності продукції; забезпечується реагування на претензії. Охорона навколишнього середовища: дотримуються вимоги законодавства у сфері захисту навколишнього середовища, впроваджуються і постійно вдосконалюються системи екологічного управління у відповідності до стандартів ISO 14001, здійснюється управління екологічними ризиками; реалізуються екологічні ініціативи: зниження викидів парникових газів, застосування енергозберігаючих технологій, очищення води, збереження ресурсів, переробка відходів, використання «зеленої енергії», впровадження стандартів «Зеленого офісу», діє програма утилізації батарейок, закупівлі більш екологічних продуктів та послуг, проведення «зелених» акцій в регіонах присутності Компанії; агробізнес Кернел дотримується принципу збереження властивостей ґрунту до відновлення шляхом правильної сівозміни, оптимальної кількості добрив, збереження вологості землі, застосування сучасних інноваційних технологій точного землеробства.

Бібліографічний список:

1. Гребеннікова А.А. Соціальна відповідальність аграрного бізнесу в Україні. *Електронне фахове видання з економіки «Ефективна економіка»*. 2017. № 12. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6001>

2. Кравченко Ю.М., Антощенко В.В. Фактори сталого розвитку економіки аграрного сектору. *Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства: Економічні науки*. Харків: ХНТУСГ, 2019. Вип. 200. С. 174-183.

3. Політика сталого розвитку і корпоративної соціальної відповідальності Kernel: веб-сайт. URL: <https://www.kernel.ua/ua/sustainable-development/> (дата звернення: 04. 02. 2023).

4. Кравченко Ю.М. Антощенкова В.В. Екологічна безпеність сільськогосподарської продукції та її конкурентоспроможність в умовах міжнародної інтеграції. *Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства ім. П. Василенка. Сер.: Економічні науки.* 2019. Вип. 202. С. 84-92.

УДК: 378:327

ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНІ ПРІОРИТЕТИ ОСВІТНЬО-НАУКОВОГО ПРОСТОРУ

Мандич О.В., доктор економічних наук, професор,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

Пріоритети сучасного освітньо-наукового простору спрямовані на євроінтеграційні механізми формування фахівців зі знаннями у сфері професійної діяльності, вміннями залучення інструментів інноваційного розвитку, можливостями реалізації отриманого досвіду для кар'єрного зростання. Цілями менеджменту освіти є підтримка інтересів здобувачів вищої освіти у прагненні до досягнення європейських цінностей.

Початок активної реалізації плану та стратегій вступу України до Європейського Союзу вимагає повної консолідації зусиль в сфері освіти. В університеті євроінтеграційна стратегія формується в напрямі забезпечення вибору можливостей розвитку студентів – створення конкурентоспроможних майбутніх фахівців – інноваторів. Для досягнення поставлених цілей необхідним є інтеграція європейської платформи (знань, вмінь та навичок) до освітнього процесу в університеті.

Базовими процедурами залучення євроінтеграційних процесів є створення інтегрованих курсів. Це дозволить сформувати для них необхідні компетентності: зі знання теорій інноваційного розвитку країн ЄС; вміння застосовувати практики сучасної організації фінансової діяльності суб'єктів бізнесу за європейськими стандартами; розуміння кейсів щодо можливих напрямів співпраці між компаніями України та країн ЄС; навичок запровадження європейських моделей

цифрової трансформації до фінансових систем; знання щодо напрямів європейської політики фінансової активності в умовах невизначеності та розвитку.

Поглиблення компетентнісного підходу при підготовці обраних освітніх програм підвищить конкурентоспроможність майбутніх фахівців. Слід відзначити, що багаторівнева підготовка спрямована саме на формування фахівців різного рівня за посадами, починаючи від бакалаврів – для роботи службовцями у відповідних відділах компаній, магістрів – для можливості кар'єрного розвитку до провідних спеціалістів та керівників, аспірантів – продовження наукової роботи для розвитку та залучення передових технологій у галузі. Поглиблення знань щодо формування та реалізації європейської політики цифрової трансформації та фінансових технологій за робочою ідеєю дозволить зосередити увагу на конкретних напрямках. Освітньо-науковий інструментарій буде включати інформаційну підтримку, проведення спостережень, монографічні дослідження та аналітику публікаційної активності, комунікативну підтримку від представників університетів країн ЄС під час занять, круглих столів, вебінарів та конференцій, індивідуальне консультування при підготовці проєктів та наукових робіт студентів (дипломні роботи, дисертації), розробка освітньо-професійних та освітньо-наукових програм тощо.

Одним з основних викликів при реалізації стратегії вступу України до ЄС в сфері освіти є досягнення спорідненості та відповідності освітніх програмних результатів – компетенцій випускників, створення платформ відкритої освіти та відкритої науки, а також загальної інтеграції українського освітнього простору до європейського. Такі виклики спрямовані на поступове вирішення проблем України, таких як, наприклад, інноваційний розвиток бізнес суб'єктів для підвищення рівня їх конкурентоспроможності, подальший конкурентоспроможний розвиток українського бізнесу для налагодження економічної та фінансової співпраці з потенційними партнерами та контрагентами країн ЄС, цифрова трансформація українського бізнесу у глобальному хмарному просторі в умовах воєнного та повоєнного відновлення України.

Отже, для підвищення конкурентоспроможності системи освіти важливим є поширити та популяризувати знання та досвід країн ЄС для досягнення цілей сталого розвитку в межах академічної, наукової та професійної спільноти в Україні для забезпечення реалізації стратегії вступу України до ЄС та виконання плану відновлення українського бізнесу на воєнний та повоєнний періоди.

КОНЦЕПТУАЛЬНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ РЕГІОНАЛЬНОЇ СИСТЕМИ ДОНОРСТВА ТА ТРАНСПЛАНТАЦІЇ ОРГАНІВ В УКРАЇНІ

Ковтун Г.І., кандидат медичних наук,
«Інститут серця МОЗ України», Київ, Україна
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-9689-2055>
Орлова Н.М., доктор медичних наук, професор,
Вінницький національний медичний університет
ім. М.І. Пирогова, Вінниця, Україна
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-8413-5310>

Необхідність розвитку регіональних систем трансплантації органів обумовлена високою поширеністю в Україні хронічних неепідемічних захворювань, термінальні стадії яких є причиною високої смертності та соціально-економічних втрат. Смертність є найбільш чутливим індикатором соціально економічних умов життя і стану охорони здоров'я в країні. За даними ВООЗ, неінфекційні захворювання в ХХІ столітті стали однією із головних проблем для систем охорони здоров'я та негативно впливають на сталий розвиток і соціально-економічну структуру країн світу [6].

Хвороби системи кровообігу (ХСК) обумовлюють 66.2% серед усіх випадків смерті та становлять вагому медико-соціальну та соціально-економічну проблему, масштаб якої для України є колосальним. В Україні від ХСК щоденно помирає понад 1000 її жителів, причому 100 – у працездатному віці. У 2021 р. від даної причини померло 429 291 українців, а впродовж 2010-2021 р. Україна втратила через дану причину 5 мільйонів своїх мешканців [3]. Тягар ХСК, виміряний у DALYs (роках здорового життя, втрачених внаслідок передчасної смертності та інвалідності) в Україні є одним із найвищих у світі. Стандартизований за віком DALYs у розрахунку на 100 тис населення в Україні у 2.6 рази вищий, ніж в середньому у країнах Європи та у 4 рази вищий, ніж у ЄС [2]. У той же час, якщо у Європейських країнах трансплантація серця на сьогодні широко використовується для лікування пацієнтів із термінальними стадіями ХСК, то в Україні впродовж 2001-2019 рр. було проведено всього п'ять таких операцій [4].

Потреба у розвитку системи донорства та трансплантації органів в Україні також обумовлена слабкістю регіональної мережі закладів охорони здоров'я (ЗОЗ) зайнятих органною трансплантацією [4]. Слід зазначити, що проблема організації трансплантологічної допомоги у регіонах України впродовж останніх двадцяти років практично не вирішувалась через відсутність необхідної правової бази [4, 5]. Закон України від 17.05.2018 № 2427-VIII «Про застосування трансплантації анатомічних матеріалів людині» [1] заклав юридичні основи для реалізації донорства та трансплантології органів в Україні, що обумовлює нагальну необхідність обґрунтування медико-організаційних засад розвитку трансплантологічної допомоги як на державному, так і на регіональному рівні.

Мета дослідження: обґрунтувати концептуальні напрями розвитку регіональної системи донорства та трансплантації органів в Україні.

Згідно результатів проведеного нами комплексного медико-соціального дослідження, виконаного із використанням методів системного підходу та аналізу, соціологічного методу (опитано 870 лікарів із усіх регіонів України і 411 пацієнтів Інституту серця МОЗ України) та методу експертних оцінок (до експертизи залучено 21-го висококваліфікованого експерта з числа організаторів охорони здоров'я, кардіохірургів та науковців), встановлено ряд проблем у існуючій регіональній системі донорства та трансплантації органів, а саме:

- нормативна документація, яка має регламентувати порядок донорства та трансплантації органів, не повністю розроблена;

- діюча мережа регіональних ЗОЗ, які здійснюють трансплантацію органів, є неструктурованою та недостатньо економічно, соціально та медично ефективною;

- регіональна система донорства та трансплантації органів не має чітких організаційних механізмів, які координують діяльність ЗОЗ, що надають трансплантаційну допомогу, здійснюють координацію та алгоритмізацію етапів донорського процесу. Відсутні критерії оцінки якості трансплантологічної допомоги, що знижує результативність її діяльності;

- технічне оснащення регіональних ЗОЗ, які надають трансплантаційну допомогу, не відповідає сучасним медико-технологічним процесам та підлягає доукомплектуванню;

– лікарі-анестезіологи та невропатологи недостатньо підготовлені для роботи у бригадах із вилучення донорських органів;

– оплата праці медичних працівників є низькою та не забезпечує матеріальної зацікавленості медичних кадрів;

– значна частина населення недостатньо інформована щодо донорства та трансплантації органів;

– неоднозначне ставлення до донорства існує і серед лікарів. Хоча більше половини (58,5 % з 870 респондентів) опитаних у ході нашого дослідження лікарів вважають, що в Україні для порятунку життів необхідно розвивати систему трансплантації органів та тканин.

Таким чином, виявлені проблеми засвідчують актуальність оптимізації системи донорства та трансплантації органів на регіональному рівні.

З цією метою нами розроблена сукупність концептуальних напрямів розвитку регіональних систем донорства та трансплантації органів, які передбачають:

– розробку гнучкої регіональної функціонально - організаційної системи донорства та трансплантації органів зі створенням регіональних центрів трансплантології (РЦТ), донорських баз із раціональними та ефективними взаємозв'язками між ними, координацією та алгоритмізацією процесів для ефективного вирішення завдань, що стоять перед ними;

– забезпечення раціональної кадрової політики, укомплектування РЦТ висококваліфікованими спеціалістами на конкурсній основі;

– забезпечення РЦТ необхідними ресурсами для ефективного виконання персоналом функціональних обов'язків, а також гідної заробітної плати колективу;

– формування адекватного ставлення громадськості та засобів масової інформації до донорства та трансплантації органів;

– підвищення ефективності управлінської діяльності, запровадження міжсекторального управління;

– запровадження контролю та обліку для визначення відповідності фактичного стану ЗОЗ у системі регіональної трансплантації стандартам якості, наявності виробничих зв'язків керованих об'єктів із суб'єктом управління для досягнення ЗОЗ заданої мети;

– оптимізацію лікувально-діагностичного процесу за рахунок підвищення конкурентоспроможності системи, удосконалення потокових процесів, прогнозування попиту на медичні послуги та впровадження концепції загального управління якістю;

– упорядкування забезпечення ресурсами на підставі чіткого визначення потреб у ресурсах, вибудовування логістики управління запасами витратних матеріалів та медикаментів, визначення адекватного фінансування медичних послуг з урахуванням їхньої собівартості та необхідного рівня якості;

– удосконалення кадрової політики шляхом розвитку активної творчо-організуючої діяльності з реалізації заходів організаційного, освітнього, економічного, управлінського характеру, спрямованих на задоволення потреб органів управління у кадрах певної спеціалізації та кваліфікації;

– удосконалення інформаційного забезпечення за рахунок використання сучасних інформаційних технологій для кардинального підвищення ефективності діяльності регіональних функціонально-організаційних систем трансплантації, запровадження найбільш передових технологій та автоматизованих систем управління.

Запропоновані концептуальні напрями будуть використані у наших подальших дослідженнях і покладені в основу обґрунтування та розробки моделі регіональної системи донорства та трансплантації органів.

Бібліографічний список:

1. Закон України від 17.05.2018 № 2427-VIII «Про застосування трансплантації анатомічних матеріалів людині»
URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2427-19#Text>

2. Ковтун Г.І., Орлова Н.М. Сучасні тенденції та регіональні особливості інвалідності внаслідок хвороб системи кровообігу в Україні. *Вісник Вінницького національного медичного університету*. 2022. Т. 26, № 4. С. 637-643.

3. Смертність населення України від хвороб системи кровообігу в Україні в 2015-2021 роках (інформаційно-статистичний довідник). ДЗ «Центр медичної статистики МОЗ України», Київ, 2022. 30 с.

4. Трансплантологія: реалії та перспективи у рамках української медицини URL: <https://health-ua.com/article/63757-transplantologya-real-taperspektivi-uramkah-ukrainsko-meditcini>

5. Novytska M.M. Specific aspects of normative legal regulation of anatomical materials' transplantation in Ukraine and foreign countries. *Wiadomosci Lekarskie* (Warsaw, Poland : 1960), 01 Jan 2019, 72(7):1331-1336

6. WHO Global action plan for the prevention and control of noncommunicable diseases URL: [https://2013-2020file:///C:/Users/norlo/Downloads/9789241506236_eng%20\(1\).pdf](https://2013-2020file:///C:/Users/norlo/Downloads/9789241506236_eng%20(1).pdf)

ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ ЯК ТРЕНД ГЛОБАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

Ломовських Л.О., доктор економічних наук, професор,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-0760-0215>

Продовжуючи низку досліджень [1-4], слід зазначити, що діджиталізація – одна з найбільш значущих тенденцій, що формують сучасну світову економіку. Завдяки швидкому прогресу в галузі технологій підприємства та галузі все більше покладаються на цифрові інструменти і платформи для покращення операцій задля кращого обслуговувати клієнтів.

Одним із ключових ривків діджиталізації є зростаюча доступність цифрових технологій, що дозволяють бізнесу збирати та аналізувати велику кількість даних, автоматизувати звичайні завдання і розробляти інноваційні продукти та послуги.

Ще одним важливим фактором, що сприяє діджиталізації, є зміна поведінки споживачів. Оскільки все більша кількість людей покладається на цифрові пристрої та платформи для спілкування, покупок та доступу до інформації, підприємства повинні адаптувати свої стратегії та пропозиції задля конкурентоспроможності.

Вплив діджиталізації на економіку в цілому є ще одним важливим аспектом. Діджиталізація створює нові можливості для економічного зростання та розвитку, сприяє появі нових галузей і бізнес-моделей, підвищує доступність продуктів і послуг.

Нарешті, діджиталізація також важлива для міжнародної торгівлі та глобалізації. Цифрові технології дозволяють компаніям покращувати свою конкурентоспроможність і масштабованість, покращувати доступ до міжнародних ринків і створювати нові можливості для міжнародної співпраці та інтеграції.

Однак діджиталізація також створює виклики, такі як ризики кібербезпеки та постійного підвищення кваліфікації працівників, щоб йти в ногу з технологічним прогресом. Крім того, вона може призвести до нерівномірного розподілу переваг і можливостей між різними секторами економіки та населенням. У деяких випадках діджиталізація може призвести до втрати робочих місць і посилити нерівність у заробітній платі та доходах. Це підкреслює необхідність заходів для підтримки тих, хто може втратити роботу через автоматизацію та діджиталізацію.

Таким чином, діджиталізація є однією з найбільш значущих тенденцій глобальної економіки, яка швидко розвивається, і впливає на багато аспектів життя суспільства, від виробництва до споживання, від уряду до культури й освіти. Діджиталізація надає багато переваг, таких як підвищення ефективності, покращення досвіду клієнтів і нові можливості для інновацій та зростання. У цілому, діджиталізація продовжуватиме формувати світову економіку в найближчі роки, а підприємства, які охоплюють цифрові технології та стратегії, будуть краще позиціонуватись для успіху.

Бібліографічний список:

1. Goel A.K., Marchenko M., Iefremov A. Digitalization of economic planning of competitive marketing activities in the conditions of globalization. *Глобалізація та розвиток інноваційних систем: тенденції, виклики, перспективи*: матеріали I Міжнар. наук.-практ. конф., 3-4 листопада 2022 р. ДБТУ. Харків, 2022. С. 58-59.

2. Єфремова Н.О. Організаційно-економічний механізм управління інноваційною діяльністю аграрних підприємств. *Галицький економічний вісник*. 2023. № 2.

3. Ломовських Л.О. Глобальні проблеми світової продовольчої безпеки. *Глобалізація та розвиток інноваційних систем: тенденції, виклики, перспективи*: матеріали I Міжнар. наук.-практ. конф., 3-4 листопада 2022 р. ДБТУ. Харків, 2022. С. 222.

4. Ломовських Л., Марченко М., Амیت Кумар Гоел. Діджиталізація економічних бізнес-процесів при прийнятті управлінських рішень у маркетинговій діяльності. *Галицький економічний вісник*. 2019. № 6(61). С. 104-110.

УДК: 316.422

ВПЛИВ ВІЙСЬКОВОГО СТАНУ НА ТАРНСФОРМАЦІЮ СОЦІАЛЬНОЇ СКЛАДОВОЇ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ СИСТЕМИ В УКРАЇНІ

Олійник Т.І., доктор економічних наук, професор,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

Іванов О.Г., магістрант
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

Метою нашого дослідження було визначення впливу військового стану на трансформацію соціальної складової розвитку соціально-економічної системи в Україні.

Розуміння особливостей та міри впливу військового стану на життя населення територій, де проходили бойові дії, дасть можливість окреслити вектор трансформаційних процесів соціально-економічного розвитку суспільства, визначитись із напрямками надання соціальної допомоги з метою покращення життя і здоров'я населення та повернення на звільнені території біженців.

Трансформаційні проблеми розвитку «соціально-економічних систем», досліджували такі вчені, як Б. В. Кульчицький, М. І. Крупка, С.М. Панчишин, П. І. Островерх, С. К. Реверчук, В.А. Ткаченко, С.І. Чимшит, та ін. У своїх роботах вони вже створили необхідний фундамент досліджень у напрямку визначення сутності соціально-економічних систем, їх та їх трансформації. Військова агресія сусідньої держави, розпочата нею повномасштабна війна негативно вплинула на економічну ситуацію економіки України в цілому, а надто на соціально-економічний розвиток прикордонних територій. Постає питання визначення головного напрямку трансформації соціально-економічної системи у даній ситуації.

Не вдаючись до детального вивчення особливостей наявних концептуальних підходів визначення сутності терміну «соціально-економічної системи», зупинимось на деяких із визначень. Загальне визначення СЕС, як одного з системних утворень, можна надати наступним чином: «вона є сукупністю об'єктів, що називаються елементами, які взаємопов'язані, взаємодіють між собою і утворюють єдине ціле, що набуває властивостей, які не притаманні елементам» [1, с. 22]. Кульчицький Б.В. пропонує визначення економічної системи як – складного системного утворення, «...що пронизує усі сфери життєдіяльності і, поєднуючи чинники виробництва з урахуванням панівних цінностей і, відповідно, форм власності, забезпечує створення матеріальних і духовних благ і на цій основі – відтворення суспільства» [2, с. 130].

В.А. Ткаченко та С.І. Чимшит визначають соціально-економічну систему як сукупність підсистем різної природи: соціальної, економічної та політичної, які знаходяться у визначеному просторовому та часовому проміжку, а також взаємозв'язків між ними [3, с. 38].

На думку В. Базилевича, «економічна система – це сукупність взаємопов'язаних і відповідним чином упорядкованих елементів економіки, що утворюють певну цілісність, економічну структуру

суспільства» [4, с. 63]. «Елементи економіки», які складають економічну систему, перебувають у взаємозв'язках і відповідній субординації, а разом вони є цілісністю або «економічною структурою суспільства». Найважливіші ознаки економічної системи полягають в тому, що вона має забезпечувати не лише теоретичну відповідь на три фундаментальні питання (Що? Як? Для кого?), а й реальні економічні дії, бо кожна з існуючих систем не здатна запобігти альтернативному вибору в умовах обмежених природних ресурсів і виробничих можливостей.

В економічній енциклопедії під редакцією С.В. Мочерного економічна система суспільства визначається як «сукупність усіх видів економічної діяльності людей у процесі їх взаємодії, спрямованих на виробництво, обмін, розподіл та споживання товарів і послуг, а також на регулювання такої діяльності відповідно до мети суспільства» [5, с. 444].

Вищезазначені трактування сутності економічної системи є логічними, конструктивними, відповідають сучасним вимогам.

В умовах війни перед нашою країною особливо гостро стоїть завдання визначення національної моделі соціально-економічних змін, пов'язаних із необхідністю заощадження коптів, визначення ефективного їх спрямування, врахування потреби повернення біженців. Молодь працездатного віку і діти покинули територію країни з метою збереження життя... Не відмовляємося від планомірного і цілеспрямованого реформування економічної системи під чітким державним регулюванням і контролем, ринкової трансформації за еволюційною моделлю інтенсифікації на інноваційній основі, управління підвищенням ефективності інноваційного виробництва, формування високоефективного конкурентоздатного сталого товаро виробництва, розвитку міських і сільських поселень в системі екологічної безпеки, розширення платоспроможного попиту і т.д. Проте, при побудові моделі соціально-економічного розвитку, при визначенні її трансформації, все ж в центрі уваги залишається головна компонента СЕС - людина із її забезпечення потреб із метою удосконалення і розвитку суспільства.

Дослідження автора щодо впливу економічних трансформацій, пов'язаних із реформаційними змінами та впливу соціальної складової на формування трудового потенціалу аграрного сектору економіки України дозволило констатувати, що до найважливіших соціально-

економічних чинників формування та розвитку трудового потенціалу аграрних підприємств належать: рівень матеріального добробуту жителів села, житлово-побутові умови сільського населення, стан його здоров'я та рівень працездатності, розвиток культури, освіти та спорту на селі, рівень торговельного та побутового обслуговування селян. Найбільш тісний зв'язок показників трудобезпеки сільськогосподарських підприємств виявлено з такими показниками розвитку соціальної інфраструктури, як забезпеченість сільських населених пунктів фельдшерсько-акушерськими пунктами, дитячими дошкільними та клубними закладами. На формування трудового потенціалу аграрного сектора економіки істотно впливають рівень сукупних доходів сільських домогосподарств, рівень забезпечення сільських населених пунктів загальноосвітніми школами, питома вага сільського населення у складі наявного населення області. Забезпеченість населених пунктів загальноосвітніми закладами є важливою передумовою відтворення трудового потенціалу аграрного сектора у довгостроковій перспективі. Не виявлено чіткого взаємозв'язку між рівнем трудобезпеки сільськогосподарських підприємств і рівнем забезпечення сільських помешкань центральним опаленням і природним газом [6].

Наразі вельми необхідною є забезпечення базових життєвих потреб для населення країни в умовах військової агресії, війни розпочатої проти України сусідньою державою, із якою наша країна має найбільший кордон. За словами голови Харківської обласної військової адміністрації Олега Синегубова, станом на кінець травня 2022 року, біля 20-25 % території Харківської області було окуповано російськими військами [7]. Зокрема, це міста та території Ізюмської, Балаклійської, Куп'янської, Вовчанської громад, території на північ від Харкова до російського кордону.

Знищено численну кількість поселень і нагромадженого людським багатством Дніпропетровської, Житомирської, Запорізької, Київської, Сумської, Харківської, Херсонської, Чернігівської областей. Пошкоджено численні об'єкти соціальної й енергетичної інфраструктури на всій території України.

Забруднена вогнебезпечними предметами, та погіршена внаслідок бойових дій та мародерства значна площа сільськогосподарських угідь України.

Внаслідок дестабілізації та погіршення економічної ситуації держави, значно знизився рівень життя кожного жителя країни, а надто районів бойових дій та деокупованих територій.

Демобілізовано значну чисельність чоловіків і жінок працездатного віку до військової підготовки та діючих військових формувань. Безглузде кровопролиття, організоване силами зла, призвели до масової внутрішньої та зовнішньої міграції в основному жінок і дітей. Жителі прифронтових територій тривалий час потерпали і потерпають від відсутності продовольчого забезпечення та забезпечення питною водою.

На нашу думку для подальшого розвитку, трансформації соціально-економічної системи, наразі першочергово необхідно вирішувати потреби першого рівня ієрархії потреб: основні життєві потреби людини в їжі, воді, безпеці, почутті власної гідності.

Дякуючи підтримці зарубіжних і вітчизняних волонтерських організацій, значна частина негараздів щодо продовольчих проблем частково була і продовжує вирішуватись. Напрацьовано досвід одержання та справедливого розподілу продовольства, роботи по отриманню допомоги населенню під загрозою ворожої небезпеки. Заслуговує на окрему увагу питання забезпечення питною водою. Критичними на протязі перших 6 місяців військової агресії були питання медичного забезпечення, які починають поступово вирішуватись. Проте, ми вважаємо, що набутий досвід вирішення медичних питань, заслуговує на увагу. Зупинимось на питаннях надання медичної допомоги та їх вирішенні в умовах дії військової агресії, напрямках її покращення у післявоєнний період.

Через низку проблем (руйнування інфраструктури, виїзд медичного персоналу через військові дії, обмежену можливість працевлаштування для населення на деокупованих територіях, труднощі з доставкою медикаментів і т.і. населення на прифронтових і деокупованих територіях не мало достатнього доступу до якісного і своєчасного медичного обслуговування.

З метою підтримки громадян Україна, що залишилися на тимчасово окупованих територіях, внесено зміни до Програми медичних гарантій, які закріплені Постановою КМУ від 29.12.2021 № 1440. Згідно з ними, надання медичної допомоги пацієнтам, що знаходяться на тимчасово окупованих територіях, буде забезпечене Національною службою здоров'я України [8].

Під час окупації мала місце відсутність можливості отримання послуг медичних працівників, що знаходилися у прифронтовій зоні на підконтрольній території. У деяких населених пунктах залишився мед персонал другої ланки. Відсутність стійкого стільникового зв'язку ускладнювали можливість спілкування із сімейними лікарями. Населення не мало можливості замовлення потрібних медикаментів та консультації щодо вживання препаратів-аналогів. Наслідком такого стану було те, що більшість працездатного населення намагалася виїхати і майже повністю виїхала на підконтрольну територію країни або за межі країни. Населення пенсійного віку, яке у більшості випадків не покинуло місця постійного проживання, на непідконтрольній території не отримувало пенсійного забезпечення. На території бойових дій населення мало іншу проблему - обігу готівки. Коштів зазвичай не вистачало для задоволення потреб населення після поповнення банкоматів.

За інформацією представників територіальних громад окупованих територій Харківського регіону, більшість підприємств агропромислового комплексу, що працювали на території до вторгнення російських військ, припинили роботу: частина вивезла виробничі потужності або вони були зруйновані внаслідок обстрілів. Як наслідок, значна частина населення, що було працевлаштоване на цих підприємствах, втратило місце роботи, а також можливість працевлаштування у інших організаціях. Це, у свою чергу, призвело до зниження доходів.

Голова Бюро ВООЗ в Україні Ярно Хабіхт, проаналізувавши повідомлення людей по всій Україні, зазначив, що головними перешкодами для отримання медичної допомоги є вартість лікування, та обмеженість транспортного сполучення [9].

Найбільших проблем зазнають ті, хто проживає на тимчасово окупованих територіях, а також мешканці територій активних бойових дій. Третина мешканців останніх посилалась на труднощі з доступом до медичних послуг та ліків. У той же час, в цілому по Україні цей показник складає 20 %.

Основні причини неотримання ліків є підвищення цін на ліки - 84% та відсутність ліків в аптеці – 46% . Для волонтерів, які доставляли гуманітарні вантажі, стала в нагоді інформація щодо потреби ліків за видами захворюваності. Медичні препарати, які за словами респондентів було отримати найважче: від високого артеріального тиску, серцевих захворювань, знеболюючі, седативні препарати, антибіотики.

Спектр захворюваності населення на деокупованих територіях досить широкий, зі зміщенням у бік хвороб, виникнення яких пов'язують із військовою агресією. До хронічних захворювань, які мали мешканці (цукровий діабет, хвороби серцево-судинної системи, шлунково-кишкового тракту тощо), додалися ті, що обумовлені обставинами та оточуючим середовищем, а саме проблемами з доступом до чистої питної води, опаленням, утилізацією сміття тощо. Це – гострі-респіраторні захворювання, інфекційні (бронхіт, пневмонія), гострі розлади травлення та інше. Крім того, через затримки з доставкою лікарських засобів, населення страждає через загострення хронічних захворювань.

Для складання детальної картини проблематики у кожній конкретній громаді і складання плану первинних заходів з надання допомоги збирається інформація з місцевих джерел щодо переліку актуальних захворювань, кількості населення з кожною групою хвороб. Це дозволяє скласти відповідну статистику і досить точно планувати заходи з організації доставки ліків і виїзних консультацій профільних медичних спеціалістів відповідних лікарських спеціальностей.

Потрібно відмітити, що ситуація неоднакова у різних громадах. Ті райони, що найбільш постраждали внаслідок бойових дій і, відповідно, мають жорсткі руйнування у комбінації з відтоком медичних кадрів, потерпають найбільше.

Окрім вищезазначеного, значна кількість медичних працівників після деокупації не повернулася до місць проживання і, відповідно, до роботи. А медичні працівники, які повернулися, перевантажені і не в змозі надавати достатній кількості обсяг послуг, який потребує населення.

«Медичне рекогносрування», що було проведене протягом тижня після звільнення тимчасово окупованих територій Харківської області фахівцями Міністерства охорони здоров'я, продемонструвало, що у кожній територіальній громаді медичні заклади отримали значні пошкодження, а деякі – майже повністю зруйновані. Наприклад, Балаклійська територіальна громада з довоєнним населенням у 46 тисяч людей, зараз налічує лише п'ять лікарів стаціонару, які до того ж змушені працювати у пристосованих приміщеннях, оскільки лікарні або заміновані, або зруйновані. Первинну допомогу надають три лікарі, у порівнянні з 25 до окупації. На додачу, у громаді немає електро-, водо-, теплопостачання, і наявні перебої з мобільним зв'язком і Інтернетом.

У місті Ізюму лікарня не має змоги повноцінно функціонувати через серйозні пошкодження [10]. Балаклійська ЦРЛ отримали несуттєві руйнування на кшталт вибитих вікон і пошкодженого даху. Вовчанська ЦРЛ і Куп'янська ЦРЛ у результаті регулярних обстрілів прикордонних територій працюють останнім в умовах постійних воєнних дій. Дуже складне становище із наданням медичних послуг на території місць розмежування у м. Херсон, із лікарень якого було під лозунгом окупації колаборантами було вивезено все медичне обладнання, та селах правобережної частини Дніпра, територія яких, як і Куп'янськ є досяжною для обстрілів ворогом. Медичні послуги населенню, яке залишилось, надають у сусідніх областях.

Резюмуючи проведені дослідження, спираючись на досвід тимчасово переміщених на території України та осіб, які мали досвід спілкування із медичними закладами за кордоном, можна зробити висновки (1-3) та пропозиції щодо продовження досліджень (4-5):

1. Військовий стан, в якому знаходиться Україна, кардинально впливає на трансформацію соціальної складової соціально-економічної системи країни. Найважливішими чинниками життєдіяльності країни стало забезпечення населення потребами першого рівня ієрархії потреб: безпека, продукти харчування, їжа, вода, медичні послуги, почуття власної гідності. Значно зросла важливість медичних послуг. Стан надання медичних послуг значно погіршився з різних причин, але основною є військова агресія до нашої країни.

2. Працівники медичних закладів України мають достатньо високий рівень кваліфікації і в змозі відновити надання медичних послуг за умови відбудови зруйнованих медичних закладів, забезпечення лікарень лікарськими засобами та медичним обладнанням. При цьому необхідно посилити відповідальність медичних працівників за виконання службових обов'язків, особливо в умовах непередбачуваних обставин.

3. Режим роботи медичних закладів в Україні є більш прийнятним і звичним для населення, що працює на користь зацікавленості до повернення біженців та внутрішньо переміщених осіб.

4. Інститут сімейних лікарів не має бути єдиним для забезпечення надання достатніх і якісних медичних послуг. Рівнозначне місце повинні мати страхова медицина, надання професійних висококваліфікованих послуг виїзними лабораторіями (особливо у сільську місцевість), вітчизняні комерційні лікарні.

5. Медичні послуги мають бути переважно платними – тоді вони будуть якісними і результативними. Фінансове відшкодування надання якісних послуг повинно ґрунтуватися на об'єднанні зусиль держави, міжнародних організацій та інститутів охорони здоров'я з питань репатріації завданих медичній галузі збитків воєнними діями, міценатствів (волонтерів), хворіючих.

Бібліографічний список:

1. Ляшенко В.І. Регулювання розвитку економічних систем: теорія, режими, інститути. Донецьк: ДонНТУ, 2006. 668 с.

2. Кульчицький Б.В. Сучасні економічні системи: навчальний посібник. Л.: Афіша, 2004. 279 с.

3. Ткаченко В.А., Чимшит С.И. Социально-экономические системы: сущность и механизм управления. *Вісник економічної науки України*. 2004. № 2. С. 38-48.

4. Економічна теорія: Політекономія: підручник / За ред. В.Д. Базилевича та ін. К.: Знання-Пресс, 2006 581 с.

5. Економічна енциклопедія: У трьох томах. Т.1 (Ред. кол.: С.В. Мочерний (відп. ред..) та ін. К.: Видавничий центр «Академія», 2000 864 с.

6. Олійник Т.І. Формування та ефективне використання трудового потенціалу сільськогосподарських підприємств: Монографія / Харк. нац. аграр. ун-т ім. В.В. Докучаєва. Харків. Магда Ltd, 2008. 372 с.

7. «Укрінформ». 19.05.2022. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-regions/3487236-v-okupacii-perebuvaє-blizko-25-teritorii-harkivsini.html> (дата звернення: 05.12.2022).

8. Устїнов О.В. Як надається медична допомога на тимчасово окупованих територіях. *Український медичний часопис*. № 4 (150). VII/VIII 2022. URL: <https://www.umj.com.ua/article/234292/yak-nadayetsya-medichna-dopomoga-na-timchasovo-okupovanih-teritoriyah> (дата звернення: 05.12.2022).

9. Організація Об'єднаних Націй. Україна. Доступ до медичних послуг в Україні після восьми місяців війни: система охорони здоров'я залишається стабільною, проте ключові медичні послуги та ліки стають все менш доступними. *Прес-реліз*. 24 жовтня 2022. URL: <https://ukraine.un.org/uk/204466-dostup-do-medychnykh-posluh-v-ukrayini-pislya-vosmy-misyatsiv-viyny-systema-okhorony> (дата звернення: 05.12.2022).

10. Деокупація Харківщини: фахівці МОЗ оцінили стан медичної інфраструктури та доступ місцевих мешканців до медичної допомоги. Урядовий портал. Міністерство охорони здоров'я України. 17.09.2022. URL: <https://www.kmu.gov.ua/news/deokupatsiia-harkivshchyny-fakhivtsi-moz-otsinyly-stan-medychnoi-infrastruktury-ta-dostup-mistsevyykh-meshkantsiv-do-medychnoi-dopomohy> (дата звернення: 05.12.2022).

ФОРМУВАННЯ КОМУНІКАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ АГРАРНИХ МЕНЕДЖЕРІВ ЯК ОСНОВА ЇХ ЕФЕКТИВНОЇ УПРАВЛІНСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Нагаєв В.М., доктор педагогічних наук, професор,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-3130-6112>

Кускова С.В., кандидат економічних наук, доцент,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-4725-3537>

Земляна Л.С., здобувач третього рівня вищої освіти,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-4006-7053>

Соціокультурні зміни у світовій економіці об'єктивно зумовлюють необхідність нового типу комунікативної культури практично у всіх сферах виробничої діяльності. Особливо гостро ці процеси відбуваються в аграрній галузі, яка в останні роки суттєво розширила комунікаційні канали, вийшла на європейські ринки і сьогодні є одним з основних джерел формування валового продукту України [3; 4]. Цей процес зумовив необхідність побудови сучасної структури кадрового забезпечення галузі у розрізі формування та професійного розвитку комунікативної культури менеджерів. Здатність менеджера аграрної сфери здійснювати висококваліфіковану професійну діяльність з використанням інноваційних інформаційно-комунікативних технологій визначає його рівень комунікативної культури (КК) та є важливим ресурсом ефективного управління виробничими процесами.

Метою даного наукового дослідження є обґрунтування методичного супроводу процесу формування комунікативної культури аграрного менеджера як передумови його ефективної професійної діяльності.

Центральним елементом виробничої діяльності сільськогосподарських підприємств є аграрний менеджер, який керує не лише людьми, але й комунікативними процесами в умовах виробництва. Оскільки будь-яка комунікативна технологія в апriorі створюється для покращення якості відповідного процесу, вона безумовно потребує врахування культурологічних аспектів і повинна

базуватися на гуманістичній парадигмі та аксіологічній домінанті розвитку суспільства [1]. У сучасних дослідженнях комунікативну культуру фахівця визначають як інтегральне особистісне утворення, яке охоплює комплекс цінностей та мотивів особистості, знань, умінь, навичок проектування і здійснення комунікативного процесу на основі сучасних інформаційно-цифрових технологій, професійно важливих якостей (комунікабельність, інтерактивність, ініціативність, креативність, мобільність, рефлексивність, відповідальність), що зумовлює ефективну виробничу діяльність [2].

Сарновська С. визначає зміст поняття «комунікативна культура» як: «...специфічний прояв соціальної культури, що характеризується «людським виміром» суспільних і міжсуб'єктних відносин і переслідує мету взаємозбагачення індивідів засобами інформаційного обміну, взаємотрансляції знань, розповсюдження позитивного життєвого досвіду спільного існування» [5]. На цій теоретичній основі визначимо структуру комунікативної культури аграрного менеджера, яка складається з п'яти компонентів: аксіологічного (ціннісне ставлення до управлінської праці, комунікативної діяльності, до себе як суб'єкта такої діяльності, особистості підлеглих), мотиваційного (комплекс мотивів, цілей, потреб, інтересів, морально-вольових якостей, необхідних у процесі управлінської діяльності), когнітивного (обсяг професійних та наукових знань про форми, методи, засоби, технології управлінської діяльності та фахових знань щодо сучасних агротехнологій), діяльнісного (проектування, реалізація та коригування управлінського процесу), рефлексивного (усвідомлення, переосмислення та перетворення власного досвіду).

На основі системного підходу нами спроектовано модель формування комунікативної культури менеджерів аграрного профілю. Структура моделі складається із методологічно-цільового, суб'єктного, змістового, процесуального та результативно-рефлексивного блоків, взаємопов'язаних між собою. Методологічно-цільовий блок об'єднує мету, завдання, наукові підходи та принципи, які обґрунтовують вибір змісту, форм, методів і засобів науково-методичного супроводу формування комунікативної культури аграрних менеджерів. Суб'єктний блок відображає багатофакторний суб'єктний вплив на особистість менеджера в процесі формування та розвитку його комунікативної культури. Змістовий блок включає структурні компоненти досліджуваного феномену, програми практичної та методичної роботи, стажування на виробництві та в навчально-практичних центрах закладів вищої освіти. У процесуальному блоці представлено методику розвитку

комунікативної культури аграрних менеджерів в умовах виробництва, яка детермінує етапність, форми взаємодії між суб'єктами управлінського процесу, а також методи, засоби та технології управлінської діяльності. Результативно-рефлексивний блок об'єднує критерії, показники та рівні розвиненості комунікативної культури, уможливує встановлення зворотного зв'язку для отримання об'єктивної інформації про динаміку процесу формування та розвитку комунікативної культури аграрних менеджерів.

Враховуючи специфічні особливості управлінської діяльності, обґрунтовано організаційно-методичні умови, що сприяють формуванню та розвитку комунікативної культури аграрних менеджерів: мотиваційне забезпечення комунікативної культури; оновлення змісту підвищення кваліфікації менеджерів аграрного профілю; використання інформаційно-цифрових комунікаційних технологій змішаного (гнучкого) навчання (самоосвіти); забезпечення методичного супроводу стажування аграрних менеджерів в умовах виробництва та співпраці з аграрними ЗВО. Означені організаційно-методичні умови перебувають у взаємозв'язку та уможливають цілеспрямований розвиток комунікативної культури менеджерів аграрного профілю на основі системного, культурологічного, аксіологічного, акмеологічного, компетентнісного, особистісно-діяльнісного підходів.

На основі з'ясування цільових та структурних компонентів КК, запропоновано діагностичний інструментарій оцінювання рівнів розвиненості комунікативної культури аграрних менеджерів за такими критеріями та показниками: аксіологічний (термінальні та інструментальні цінності формування комунікативної культури), мотиваційний (рівень професійної спрямованості; співвідношення внутрішньої і зовнішньої мотивації до формування комунікативної культури), когнітивний (науково-педагогічні, методичні та фахові знання), діяльнісний (управлінські, технологічні, проектувальні, методичні та інші фахові уміння), рефлексивний (здібності до самоаналізу, самооцінювання, саморозвитку).

Беручи до уваги необхідність комплексної оцінки ефективності діяльності аграрних менеджерів, нами розроблено відповідну методику формування їх комунікативної культури в умовах тісного взаємозв'язку освіти з виробництвом, яка забезпечує обґрунтовані організаційні умови та спрямована на цілісний розвиток визначених компонентів досліджуваного інтегрального особистісного утворення. Реалізація методики відбувається в три етапи: мотиваційного (формування в аграрних менеджерів інтересу до сучасних інформаційно-

комунікаційних технологій та потреби в безперервному професійному розвитку); практичного (реалізація індивідуальних освітніх траєкторій формування та розвитку комунікативної культури); аналітичного (оцінювання результатів навчання та їх аналіз).

Методика формування комунікативної культури аграрних менеджерів інтегрує відповідні організаційні форми (семінари, вебінари, тренінги, майстер-класи, онлайн-консультації, творчі групи, конференції тощо), методи (кейс-метод, метод проєктів, моделювання управлінських ситуацій, дискусія, мозковий штурм, ділові та імітаційні ігри, візуалізація, метод модерації, делегування повноважень та інші), засоби (навчально-методичний комплекс формування комунікативної культури, веб-середовище дистанційного навчання, електронні і друковані інформаційні ресурси закладів вищої освіти, фахові аграрні видання, Інтернет-ресурси), технології навчання (проєктна, тренінгова технології, кейс-технологія, технологія науково-методичного супроводу, портфоліо, управлінський коучинг), а також інструментарій для оцінювання рівнів розвиненості комунікативної культури (опитувальники, тести, методичні кейси, оцінювальні листи).

У дослідженні здійснено розв'язання актуального наукового завдання щодо теоретичного обґрунтування організаційно-методичних умов формування комунікативної культури аграрних менеджерів в умовах виробництва. Результатами дослідження з'ясовано, що оновлення змісту комунікативної культури аграрних менеджерів є необхідною передумовою їх ефективної управлінської діяльності. Визначено, що забезпечення методичного супроводу формування комунікативної культури аграрних менеджерів сприяє вдосконаленню не лише їх фахових знань, умінь та навичок, але й актуалізації розвитку всього комплексу управлінської діяльності в системі сільськогосподарського виробництва.

Бібліографічний список:

1. Клочко О.В. Професійна підготовка майбутніх менеджерів аграрного виробництва засобами сучасних інформаційно-цифрових технологій: монографія. Вінниця: Т.П. Барановська, 2018. 350 с.

2. Нагасв В.М. Формування управлінської культури як необхідна умова попередження організаційних конфліктів. *Вісник ХНАУ: «Економічні науки»*. № 4, 2017. С. 31-40.

3. Нагасв В.М., Нагасва Г.О. Дидактичні засади формування кадрового потенціалу аграрної сфери як стратегічного ресурсу розвитку соціально-економічних систем. *Вісник ХНТУСГ: Економічні науки*. Вип. 200. X: ХНТУСГ, 2019. С. 44-53.

4. Про схвалення Стратегії розвитку вищої освіти в Україні на 2022-2032 роки. Розпорядження КМУ від 23 лютого 2022 р. № 286-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua>

5. Сарновська С.О. Сучасна соціальна комунікативна культура (філософсько-методологічний аналіз): Автореф. дис. на здоб. наук. ступ. канд. філос. наук. 09.00.03. Ін-т філософії ім. Г.С. Сковороди НАН України. К., 2000. 18 с.

УДК: 330.34: 502.131.1

СТАЛИЙ РОЗВИТОК КОМПАНІЙ В УКРАЇНІ

Полінкевич О.М., доктор економічних наук, професор,
Луцький національний технічний університет, м. Луцьк, Україна
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-6924-7296>

В сучасних умовах важливого значення набуває забезпечення сталого розвитку підприємств в контексті реалізації цілей сталого розвитку ПРООН. Відповідно до них потрібно розробляти власні цілі сталого розвитку, які б відповідали та забезпечували такі напрями, як: подолання бідності (ціль 1), голоду (ціль 2), міцне здоров'я і благополуччя (ціль 3), якісна освіта (ціль 4), гендерна рівність (ціль 5), чиста вода та незалежні санітарні умови (ціль 6), доступна та чиста енергія (ціль 7), гідна праця та економічне зростання (ціль 8), промисловість, інновації та інфраструктура (ціль 9), скорочення нерівності (ціль 10), сталий розвиток міст і громад (ціль 11), відповідальне споживання та виробництво (ціль 12), пом'якшення наслідків зміни клімату (ціль 13), збереження морських ресурсів (ціль 14), захист екосистем суші (ціль 15), мир, справедливість та сильні інститути (ціль 16), партнерство заради сталого розвитку (ціль 17) [1; 3]. Загалом цей процес є багатоаспектний та складним. Він є важливим для розвитку ринку, підвищення конкурентоспроможності, проте залишається невизначеним, мало дослідженим та потребує суттєвих напрацювань у цьому напрямі.

Метою роботи є визначення дій підприємствами, які забезпечать цілі сталого розвитку ПРООН. Завданнями роботи є розгляд кейсу про сталий розвиток підприємства та виділення на цій основі заходів із забезпечення сталого розвитку.

Класичним прикладом реалізації цілей сталого розвитку підприємств в Україні є компанія «Хенкель», яка прагне розробляти нові рішення для забезпечення сталого розвитку й успішного розвитку свого бізнесу [2; 4].

Компанія «Хенкель» сформувала власний ланцюг цінностей за трьома напрямками: «Регенерація планети», «Процвітання громад» і «Надійний партнер». Основною її ціллю є «трансформація компанії заради блага наступних поколінь». Вважаємо, що вона має стати основою більшості сучасних підприємств як малого та середнього бізнесу, так і великого. В межах напряму «Регенерація планети» варто приділяти таким цілям сталого розвитку як 6, 7, 12, 13, 14, 15, «Процвітання громад» – 3, 4, 5, 8, 9, 10, 11, «Надійний партнер» – 1, 2, 16, 17.

Реалізація зазначених цілей сталого розвитку підприємства гармонізують із загальними цілями сталого розвитку ПРООН та їх доповнюють і поглиблюють.

Основними інструментами досягнення цілей сталого розвитку підприємств є індикатори виміру, серед яких компанія «Хенкель» виділяє: рівень викидів, рівень переробки відходів, рівень витрат води, рівень життя, рівень розподілу працівників за статтю, рівень плинності кадрів, рівень безпеки, рівень ефективності, рівень дотримання зобов'язань перед партнерами, рівень освіченості та професіоналізму співробітників.

Компанія «Хенкель» є класичним прикладом побудови ефективної системи реалізації та забезпечення принципів сталого розвитку підприємств, територій, громад, України загалом.

Бібліографічний список:

1. Цілі сталого розвитку в Україні. URL: <https://ukraine.un.org/uk/sdgs> (дата звернення: 06.04.2023).

2. Сталій розвиток. URL: <https://www.henkel.ua/press-and-media/facts-and-figures/sustainability> (дата звернення: 06.04.2023).

3. Polinkevych O. The Concept of Sustainable Business Development in Ukraine. Studies in a changing business environment. Vilnius: Lietuvos ekonomikos destytojq asociacija, 2021. P. 79-85.

4. Khovrak I., Polinkevych O., Trynchuk V. Management of financial institutions on the basis of corporate social responsibility as a driver of sustainable development. Conference Proceedings VIII International Scientific Conference Determinants of Regional Development, Pila 21-22 October 2021 no. 2, p. 246-264. DOI: <https://doi.org/10.14595/CP/02/015>

ВИКОРИСТАННЯ ФОРСАЙТ ПРАКТИК В ПУБЛІЧНОМУ УПРАВЛІННІ

Таран О.М., кандидат економічних наук, доцент,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-6226-4907>

Пасемко Г.П., доктор наук з державного управління, професор,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна
ORCID ID: <http://orcid.org/0000-0002-4648-3314>

Актуальність форсайту у сфері публічного управління в Україні дедалі зростає. Економічний розвиток країни, розбудова науково-технологічного потенціалу потребують довгострокового мислення. Форсайт (від англ. *foresight* – погляд у майбутнє, передбачення) поєднує у собі найкращі здобутки прогнозування та стратегічного планування став на сьогодні однією з найефективніших технологій проектування розвитку суспільства виходячи з майбутнього [1].

Започаткував термін «*foresight*» письменник-фантаст Герберт Уелс, запропонувавши особливу спеціальність – «професор передбачення», який буде аналізувати і знаходити застосування майбутнім технологічним відкриттям [2].

Як технологія практичного застосування обґрунтованого передбачення, Форсайт був використаний у 1950-ті роки американською корпорацією RAND, де здійснювалися дослідження перспективних військових технологій. Розуміючи недоліки традиційних прогностичних методів (кількісні моделі, екстраполяція існуючих тенденцій тощо), фахівці RAND розробили метод Дельфі, який став основою форсайт-досліджень. Починаючи з 1970-х років форсайти науково-технічного прогресу почали проводитися за кордоном на загальнонаціональному рівні. Численні приклади проведення форсайтів показують країни Європи, Південно-Східної Азії, Японія та США [3].

Форсайт поступово стає одним з найбільш ефективних інструментів інноваційної організації суспільства. Починаючи з 90-х років минулого століття форсайт широко почав застосовуватись в розвинених країнах у державному управлінні, а також при обґрунтуванні стратегій, проєктів і програм розвитку регіонального та місцевого самоврядування [4].

Форсайт поняття, що характеризує систему уявлень про розвиток суспільства має багато визначень. Так, Бен Мартін (SPRU, University of Sussex): форсайт – «це систематичні спроби оцінити довгострокові перспективи науки, технологій, економіки та суспільства, щоб визначити стратегічні напрями досліджень і нові технології, здатні принести найбільші соціально-економічні блага».

EU FOREN Guide: «форсайт – це систематичний, спільний процес побудови бачення майбутнього, націлений на підвищення якості прийнятих у цей момент рішень і прискорення спільних дій».

Форсайт – це природна людська діяльність, яка, насправді, завжди виконувалася і окремими людьми, і компаніями. Тим не менш, зараз вона формалізована в ефективну методіку і застосовується урядами, регіонами та іншими суб'єктами стратегування для формування рамок у науці та практиці. Технологія форсайта дозволяє враховувати довгострокові наслідки і можливості прийняті рішення. Форсайт може бути використаний для розробки стратегій і довгострокового планування розвитку регіонів, муніципалітетів та інших видів територіальних утворень.

Форсайт – сценарне прогнозування соціально-економічного розвитку: можливі варіанти розвитку економіки, промисловості, суспільства – у 10-20-річній перспективі [5].

Отже, форсайт – це процес, метою якого є визначення можливого майбутнього, його бажаного образу та формування «путівника» його досягнення. Більшість теоретиків та практиків форсайта розглядають його як своєрідну комбінацію «продукту» (прогнози, сценарії, пріоритети) «процесу» (встановлення зв'язків між усіма зацікавленими сторонами). Це сприятиме не тільки дослідженню майбутнього, алей досягненню консенсусу у суспільстві на основі конструктивного діалогу між політиками, громадськістю, експертами, представниками бізнесу [1].

Тому форсайт можна охарактеризувати, як спеціальну технологію формування пріоритетів розвитку різних сфер життя суспільства з метою залучення максимальної кількості учасників для досягнення якісно нових результатів у розвитку країни, регіону, громади.

Помітним успіхом у проведенні національного форсайту вважають дослідження «Форсайт економіки України на середньостроковому (2015-2020 роки) і довгостроковому (2020-2030 роки) часових горизонтах», виконане Світовим центром даних з геоінформатики і сталого розвитку Міжнародної ради з науки (ICSU) при Національному технічному університеті України «Київський

політехнічний інститут» та Інституті прикладного системного аналізу Міністерства освіти і науки України та Національної академії наук України.

У дослідженні виявлено головні кластери нової економіки України, які можуть забезпечити успішну інтеграцію країни в міжнародну кооперацію праці.

Над форсайт-дослідженнями працюють також українські аналітичні інституції. Тут варто згадати дослідження Українського інституту майбутнього – незалежного аналітичного центру, що з 2016 року прогнозує зміни в країні та світі, моделює можливі сценарії розвитку подій. Інститут – це спільний проєкт представників українського бізнесу, політики та громадського сектору. Інститут спонсорується малим та середнім бізнесом. Експерти формують практичні рекомендації уряду до дій у вигляді доповідей, аналітичних записок, законопроектів тощо.

Серед головних доробків Українського інституту майбутнього – Стратегія України до 2030 року та книга «Візія України 2030», у якій описане бачення майбутнього України. Серед неурядових інституцій, які досліджують майбутнє, є також громадська організація «Україна-2050», заснована з метою сприяння втіленню в життя за час одного покоління — до 2050 року – стратегії сталого розвитку України як повністю незалежної, територіально цілісної, демократичної, реформованої та економічно конкурентоспроможної європейської держави.

Україна має позитивні форсайт-кейси стратегічної роботи, реалізовані зовсім нещодавно, це, зокрема, національні форсайти для визначення економічних, науково-технічних, інноваційних та безпекових пріоритетів.

Національна економічна стратегія 2030 є документом, в який закладено головні вектори розвитку економіки, що дозволять розкрити потенціал України в найближчі 10 років. До розробки Національної стратегії було залучено понад 500 учасників: представників більш як 20 аналітичних центрів, понад 30 бізнес-асоціацій, 40 органів виконавчої влади, експертного середовища та громадянського суспільства.

Міністерство цифрової трансформації та представники індустрії віртуальних активів провели в березні-червні 2021 року форсайт «Віртуальні активи в Україні – 2030», що об'єднав широке коло експертів: підприємців, народних депутатів, представників органів виконавчої влади, регуляторів та правоохоронних органів. Завдання форсайту – сформувати спільне бачення розвитку галузі віртуальних активів в Україні з урахуванням інтересів різних зацікавлених сторін,

розробити стратегію розвитку нового ринку та створити спільноту, яка реалізовуватиме цю стратегію. Учасники форсайтного дослідження виявили понад 60 економічних, політичних, технологічних, соціальних, екологічних трендів, що формують майбутнє екосистеми віртуальних активів в Україні.

Пріоритет поточної роботи, заангажованість і досягнення швидких політичних результатів, відсутність суб'єкта стратегії і неактивний діалог з громадянським суспільством – це перелік головних викликів, які, на погляд українських експертів, заважають розгорнути потужну системну роботу з майбутнім.

Головним викликом 2022 року стала повномасштабна російська війна. Повномасштабне вторгнення змінило наше «сьогодні». Але куди більше воно змінило наше «майбутнє». Не стала виключенням й система публічної служби. Масмо вже сьогодні думати про те, якою буде публічна служба у повоснний період, з якими викликами доведеться зіштовхнутися і яким чином на них реагувати. Форсайт у сфері публічного управління в Україні дозволить сформувати візію розвитку державної служби, а також стратегічне бачення функціонування публічного сектору в середньостроковому та довгостроковому часових горизонтах. Серед найважливіших кроків: цифровізація та перебудова HR-процедур; наближення урядування до стандартів ЄС; професійний розвиток; реінжиніринг процесів, автоматизація, цифровізація державної служби.

Бібліографічний список:

1. Сергій Квітка Інноваційні механізми в публічному управлінні: форсайт *Аспекти публічного управління*. Том 7. № 4 2019. DOI: 10.15421/151918

2. Wells H.G. Wanted – Professors of Foresight! Aired by the BBC on 19 November, 1932. URL: http://foresightinternational.com.au/wpcontent/uploads/2015/09/Wells_Wanted_Profs_of_Fsight_1932.pdf

3. Gokhberg L. Indicators for Science, Technology and Innovation on the Crossroad to Foresight in: Science, Technology and Innovation Policy for the Future – Potentials and Limits of Foresight Studies. Heidelberg. New York. Dordrecht. London: Springer, 2013. P. 257-288.

4. Cuosa T. Practicing strategic foresight in government. The cases of Finland, Singapore and European Union. Singapore: S. Rajaratnam Studies, 2011. 116 p.

5. Федулова Л.І. Новітні підходи до формування стратегії розвитку регіонів: методологія «Форсайт». URL: www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/zbirnik_RE_4_139.pdf

РОЗВИТОК ВІТЧИЗНЯНОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ВІЙНИ

Червінська А.П., доктор економічних наук, професор,
Приватне акціонерне товариство «Вищий навчальний заклад
«Міжрегіональна академія управління персоналом», м. Київ, Україна
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-1571-7974>

Червінська Т.М., кандидат економічних наук, доцент,
Київський інститут інтелектуальної власності та права Національного
університету «Одеська юридична академія», м. Київ, Україна
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-7657-2855>.

Функціонування вітчизняного бізнесу в період війни російської федерації в Україні є надто проблематичним, однак, як підтверджує практика, можливим явищем. Адаже в період військових, надскладних умов, бізнес ще більш мотивований прагненням самозбереження, необхідністю відповідним чином забезпечувати себе і допомагати збройним силам країни.

Аналітики свідчать, що протягом першого місяця війни бізнес нашої країни втратив на багато більше, ніж за два роки пандемії. За даними Національного банку, через війну вітчизняна економіка втрачає 50 % «невиробленого» ВВП, а кожний тиждень, за розрахунками Національного банку, обходиться країні понад 50 млрд грн., без урахування втрат від пошкоджень і руйнувань. Згідно МВФ втрати нашої країни внаслідок військової агресії РФ становлять близько 35 % ВВП [1]. За даними Мінекономіки України, розміри прямих збитків для інфраструктури країни в період війну, складають щонайменше 120 млрд. доларів США, тобто майже 3,6 трлн. грн, без урахування втрат економічного росту. Окремі вітчизняні підприємства, що опинилися на території військових дій і змушені були переїхати в безпечніші райони країни, або й припинити свою діяльність. Однак і ті підприємства, які відносно далі перебувають від небезпеки, певним чином втрачають від проблем з логістикою, нестачі сировини, матеріалів, електроенергії, робочої сили тощо [2].

Поряд з матеріальними збитками, внаслідок загибелі та вимушеної міграції військового й цивільного населення існують суттєві втрати людського потенціалу. Згідно даних Міжнародної організації праці, за період російського вторгнення повністю припинили свою

роботу 30-50 % вітчизняних підприємств, а це призвело до втрати 4,8 млн робочих місць. Передбачають, що внаслідок продовження військових дій можливе збільшення втрати робочих місць до 7 млн., хоча при закінченні війни, згідно прогнозів, економічне відновлення здійснюватиметься з поверненням 3,4 млн робочих місць. При цьому зазначимо, що вітчизняний ринок праці певним чином потерпає від дефіциту трудових ресурсів, електроенергії, пального, мінеральних добрив, оборотних коштів. Багато працівників фермерських господарств мобілізовані, чи зайняті в теробороні, за даними ООН, на початку війни з України виїхали більше 3 млн осіб, з яких близько 50 % працездатні, це переважно жінки. Відповідна частина чоловіків працездатного віку мобілізована, певна частина громадян переїхала у менш небезпечні регіони країни, при цьому бізнес, який не може релокуватися, потерпає від нестачі трудових ресурсів.

Найстійкішими в умовах війни виявились компанії ІТ-галузі, у зв'язку з тим, що карантин певним чином підготував їх до випробування в умовах агресії, майже всі її представники мали певні плани дій на випадок непередбачуваних обставин. Значна частка ІТ-компаній мали власні офіси за кордоном, а тому в умовах військового стану багато працівників змогли переїхати туди. Окремі компанії навіть наполягали на релокації своїх спеціалістів й фінансували ці заходи, а також забезпечували підтримку, коли фахівець самостійно виявляв бажання переїхати. Однак, переважна частина ІТ-фахівців залишилась і працює в Україні у безпечних регіонах. На результативність їхньої роботи, можуть негативно вплинути наступні чинники: поступове сповільнення розвитку економічного розвитку, зокрема, через обмеження роботи банківських установ; загроза деградації цифрової інфраструктури, а також потенційні обмеження доступу до інтернету, внаслідок загрози пошкодження телекомунікаційної мережі чи електроживлення; мобілізація частини фахівців, більшість з яких чоловіки.

Металургійний ринок нашої країни теж перебуває в складному стані, внаслідок певної залежності від експорту продукції морським способом. У даному випадку більшість підприємств цієї сфери знаходиться у південно-східній частині країни, де продовжуються бойові дії. І логістичний ринок теж зазнає суттєвих втрат, так як багато територій були відрізані від сполучення. Непрості умови склалися й для ринку страхування, в даному випадку у двох третин його компаній відмічається зменшення надходжень на 50-90%, так, на ринку страхових послуг тільки 5% компаній сьогодні працюють без проблем, останнє стосується тих компаній, у кого офіси лише на заході країни. При цьому

близько 60% компаній мають певні проблеми і перебої у роботі, однак попри все, вони продовжують працювати, майже третя частка з них мають збої в роботі, але можуть працювати частково. 25% компаній даної сфери діяльності мають свої підрозділи й офіси у регіонах, що постраждали від агресії Росії [2]. Згідно проведених досліджень 23% компаній мають значні пошкодження офісів, а тому роботу там відновити неможливо. Варто зазначити, що у 80% страхових компаній обсяг доходів знизився більше як на 50%. В даному випадку дуже проблематичним є страхування вантажів, при цьому авіастрахування зупинилося, а туристичної галузі практично не існує. У зв'язку з тим, що страховики тримають резерви у вигляді депозитів і державних облігацій, то компанії не спроможні оперативнo конвертувати їх у кошти. Поряд з цим страхові випадки трапляються частіше, ніж раніше. Збереження такої ситуації спонукає компанії звільняти своїх працівників чи відправляти їх у довготривалі відпустки.

За дослідженнями Advanter Group, 48 % вітчизняних підприємств не в змозі перевезти своє виробництво в інше місце, при цьому 31 % не встигли це зробити, близько ж 20 % зробили лише часткову релокацію бізнесу, або ж перебувають у процесі переїзду. Варто зазначити, що бізнес-структурам, які здійснюють послуги та мають іноземних клієнтів, а також представникам інтелектуальних, креативних професій значно легше виїхати або ж відновити свою роботу у безпечнішому місці. Так, аграрні, виробничі, логістичні підприємства, що територіально прив'язані, (це, зокрема, роботи у полі, на фермі, які неможливо відкласти на певний час або перенести), дуже обмежені в мобільності. Але загалом всі добре розуміють, що і в умовах військового стану підприємства повинні працювати там, де це можливо, виплачувати зарплату працівникам, сплачувати податки, також надавати країні необхідні ресурси для продовження оборони. Серед релокованих підприємств, яким вдалося відновити свою діяльність на новому місці, найбільшу частину складають підприємства таких галузей як: ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів (це близько 39 % загальної кількості релокованих підприємств), переробна промисловість (до 33 %), оптова, роздрібна торгівля, інформація й телекомунікації, науково-технічна діяльність, будівництво [4].

Варто зазначити, що незважаючи на складні умови військового стану, економіка нашої країни упала не так стрімко, як передбачалося на початку військової агресії певними організаціями. За період військової агресії РФ проти нашої України уряд і міжнародна спільнота здійснили багато різних заходів на підтримку діяльності вітчизняного бізнесу та

української економіки в цілому. Згідно інформації Міністерства економіки України для відновлення економічного розвитку за умов війни було започатковано ряд програм і заходів щодо підтримки громадян, бізнесу це: підтримка працевлаштування внутрішньо переміщених осіб; переміщення бізнесу із постраждалих від військових дій регіонів; програми розширеного кредитування, програми «Доступні кредити 5-7-9», надання державних гарантій на портфельній основі; надання мікрогрантів для бізнес-структур в системі програми міжнародної технічної допомоги під назвою «EU4Business: конкурентоспроможність та інтернаціоналізація МСП»; реалізація мікрофінансування ветеранського бізнесу; надання податкових пільг, а також комплексу заходів з дерегуляції (при урахуванні запровадження декларативної системи роботи для бізнесу, застосування мораторію щодо перевірки бізнесу, запровадження лібералізації трудових відносин для малого та середнього бізнесу).

Функціонують також грантові можливості для підприємців у період військового стану: гранти для проектів, які сприятимуть покращенню обороноздатності та післявоєнній відбудові нашої країни, при підтримці USAID; фінансування вітчизняних експортерів; система професійного навчання, при підтримці Genesis, Meta, Amazon Web Services ІТ-підприємців; конкурс ClimateLaunchpad, для «зелених» стартапів, система конкурсу бізнес-ідей «Роби своє» в умовах війни, за підтримки «МХП – Громаді» тощо [3,5]. Вітчизняні урядовці також зменшили певні податки, дозволивши платити підприємцям 2% з обороту, замість колишніх 20% ПДВ. Також для українських підприємців першої, другої груп сплата ЄСВ навіть стала добровільною. Проте найсуттєвіші способи підтримки великого бізнесу – це анонсовані податкові пільги, при цьому переважна частина компаній, як свідчать опитування, мають бажання ними скористатися.

Задля підтримки українського бізнесу, який постраждав внаслідок російської агресії, в Україні приведено в дію кілька цільових програм. Так, було адаптовано важливу програму підтримки бізнесу – «5-7-9» до потреб, що викликані війною. В умовах військового стану розпочало свою роботу Експортно-Кредитне Агентство, воно застрахувало експорту на суму 3 млрд грн. Також було забезпечено релокацію підприємницьких структур із небезпечних районів, - 788 підприємств. З 1 липня 2022 р. функціонує програма e-Робота, в рамках якої було надано 3662 гранти для осіб, які відкриють або ж розширять свій бізнес. Усі профінансовані проекти у рамках означеної програми передбачено працевлаштувати більше 20 тисяч громадян. Для громадських робіт

також запрацювала Армія відновлення. В Україні більше 9 тисяч роботодавців використали програму стимулювання працевлаштування внутрішньо переміщених осіб. Завдяки цьому було працевлаштовано близько 15,7 тис. громадян.

З урахуванням умов війни, було спрощено умови ведення бізнесу – на декларативний принцип було переведено 58 з 84 дозволів, 13 із 35 ліцензій, а також багато інших публічних послуг для бізнесу. На сьогодні як ніколи не існує жодних мит і квот на експорт до ЄС. В результаті цього — експорт до ЄС у 2022 року склав 25,7 млрд доларів, а це на 1,4 млрд більше, ніж у попередньому році. Зокрема, повністю без мит було здійснено експортні операції до Британії і Канади.

Вже зараз, в період війни, проведено організаційні заходи по залученню в Україну іноземних інвестицій, які можуть стати основою майбутньої повоєнної відбудови. Даний процес запущено вже зараз, з метою пришвидшення процесу відновлення.

На кінці 2022р. Мінекономіки також було підписало Меморандум про взаєморозуміння із найбільш потужною у світі інвестиційною компанією BlackRock. У межах такої співпраці наша країна отримас консультації з розробки спеціальної платформи для залучення перш за все приватного капіталу задля відновлення України та підтримки економіки.

Так як страхування воєнних ризиків являється важливим елемент відновлення інвестицій в Україну в умовах військового стану Агентство Світового Банку MIGA реалізує пілотний проєкт щодо проведення страхування в Україні, а американська DFC і британська UKEF, в свою чергу, активували у своєму портфоліо означену послугу.

Поряд із відповідною підтримкою діяльності бізнесу в умовах війни в нашій країні Верховна Рада України продовжує проводити роботу із лібералізації трудових відносини, систематично оновлюючи законодавство про працю. За час відновлення, починаючи з квітня місяця 2022р., темп реєстрації нового бізнесу за умов військового стану складав 85% до відповідного періоду 2020 року та 63% до відповідного періоду 2021 року [4], що свідчить про суттєву активізацію даного процесу. При цьому, якщо у 2020 -2021 рр. серед суб'єктів нового бізнесу переважали підприємства сфери торгівлі, організацій харчування, індустрії краси тощо, то в умовах війни збільшилась реєстрація бізнесу у галузі вантажних перевезень, поштових послуг, благодійництва. Доцільно зазначити, що адаптація вітчизняного бізнесу до війни відбулася значно швидше, ніж до пандемії COVID-19, це свідчить про відповідні позитивні моменти економічного розвитку у

даному напрямі. Досить оптимістичним моментом можна вважати і той факт, що у 2023 році Міністерством економіки України передбачено зростання ВВП на рівні 3,2 %. Означений прогноз базується на тому, що активна фаза бойових дій в Україні закінчиться вже влітку.

Бібліографічний список:

1. Дія Сіті: Актуальна добірка матеріалів від експертів LIGA ZAKON. Головна задача – вистояти. Що турбує бізнес в Україні під час війни, Україна, 22 червня 2022. С. 1-2.
2. Деревянко А. Бізнес продовжує працювати незважаючи на війну та руйнування. *Юридична газета*. 2022. С. 1.
3. Сайт RBC. URL: <https://www.rbc.ua/ukr/news/glavnaya-zadacha-vystoyat-bespokoit-biznes>
4. Сайт Unian. URL: <https://www.unian.ua/economics/finance/mi-povernulisyayak-ukrajinskiy-biznes-vidnovlyuye-robotu-pid-chas-viyini-novini-ukrajina-11824872.htm>
5. Соціальна відповідальність бізнесу у період воєнного стану. *European Business Association*. *European Business Association*. URL: <https://eba.com.ua/sotsialna-vidpovidalnist-biznesu-u-period-voyennogo-stanu/>

УДК: 334:65

ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ДОСВІД ПІДТРИМКИ ДІЯЛЬНОСТІ МАЛИХ І СЕРЕДНІХ ПІДПРИЄМСТВ

Шандова Н.В., доктор економічних наук, професор,
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-6278-1143>
Латкіна С.А., здобувач третього рівня вищої освіти,
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-6779-830X>
Херсонський національний технічний університет,
м. Хмельницький Україна

У провідних розвинених країнах, внесок сегменту малих і середніх підприємств (МСП) в обсяг загального експорту досить істотний і коливається від 25 % до 50 %, тому ці країни пропонують різні види підтримки експорту для підприємств малого й середнього бізнесу, зокрема, гарантування експортних кредитів, попереднє фінансування (покриття частини витрат експортера на початкових стадіях), надання обігових коштів.

У Європейському Союзі підтримка експортної діяльності здійснюється переважно шляхом надання субсидій, кредитів і кредитних гарантій, яка реалізується організаціями Європейської Комісії, або через фінансовані нею програми. Підтримка Єврокомісією експортної діяльності МСП поширюється на всі види транскордонної торгівлі, як усередині ЄС, так і за його межами. Єврокомісія налічує більш 130 представництв й офісів по усьому світу, які допомагають європейським невеликим компаніям вийти на зовнішні ринки. Допомога надається через національні або регіональні банки, кредитні інститути або інвестиційні фонди, розташовані в країні походження МСП; основне завдання цих програм – збільшення обсягу доступних кредитів для МСП, а також заохочення фінансових посередників до розширення кредитування сегменту МСП. Також Європейським союзом безпосередньо організована підтримка процесу інтернаціоналізації європейських МСП через фінансування або створення спеціалізованих організацій, мета яких – максимальне сприяння МСП, що прагнуть до експортної експансії. Форми реалізації такої підтримки – організаційна (здійснювана через програму Enterprise Europe Network, у рамках якої організуються бізнес-зустрічі й переговори з потенційними замовниками, забезпечується просування експортної діяльності МСП на ринки країн Євросоюзу) та інформаційна (здійснювана за допомогою інформування МСП щодо механізмів експортної підтримки як в області правил і регулюючих норм, так і безпосередньо при здійсненні експортної експансії) [5].

Для цілей підтримки МСП Єврокомісія використовує два інститути: європейський інвестиційний фонд (EIF, European Investment Fund) і фінансову структуру, створену спеціально для підтримки МСП, діяльність яких спрямована на підтримку інвестицій МСП у технологічний розвиток, інновації й транскордонне розширення діяльності підприємства, а також на надання гарантій по позиках для МСП, наданим фінансовими інститутами. Довгостроковим кредитором МСП виступає Європейський інвестиційний банк (EIB, European Investment Bank), який забезпечує доступні «довгі» кредити для інвестиційних проєктів, займається наданням позичок, технічної допомоги, наданням гарантій.

Найбільший розвиток система підтримки експорту МСП одержала в Німеччині, Франції і Великобританії.

У Франції МСП меншою мірою беруть участь у транскордонній торгівлі, чим компанії подібного розміру інших країн ЄС. Згідно з

офіційними даними, у Франції приватний бізнес менш схильний до експорту, чим у Німеччині, але більшою мірою, чим у Великобританії [4]. Французькі МСП, як правило, експортують свою продукцію на ринки тих країн, які розташовані поблизу від Франції. 68% французьких товарів експортуються в країни ЄС. Близько половини французьких фірм вивозять продукцію лише в 1-2 країни. В останні роки ними стали Бельгія й Швейцарія, близькі з географічної й культурної точки зору. Підтримка експортної діяльності здійснюється урядом Франції через Міністерство економіки й промисловості, Агентство по конкурентоспроможності, промисловості й послугам (DGCIS, Directorate General of Commercial Intelligence and Statistics) і підзвітне Міністерству економіки Агентство по міжнародному бізнес-розвитку (Ubifrance), які надають інформацію про закордонні ринки й супроводжують представників МСП на міжнародні торговельні виставки.

Пряма державна фінансова підтримка експортної діяльності французьких МСП здійснюється по двом основним програмам від Ubifrance: надання позик на суму від 20 до 80 тис. євро строком до 6 років на покриття видатків на товари й послуги, необхідні французьким фірмам для виходу на закордонні ринки; програма SIDEX надає короткострокову допомогу для завершення експортних проєктів МСП на суму 7,5 тис. євро для підприємств, розташованих у Франції.

У Німеччині розглянутий сегмент бізнесу представлений досить активними експортерами. Близько 12% німецьких підприємств поставляють свою продукцію на експорт і 59% з них належать до категорії малих і середніх підприємств [1]. Німецькі державні інститути пропонують безліч програм підтримки розвитку МСП на національному, регіональному й місцевому рівнях. Деякі із цих програм є частиною регіональної економічної політики, мета якої – скорочення розриву в економічному розвитку окремих регіонів країни [2]. Політика підтримки малого бізнесу в Німеччині передбачає скорочення адміністративних перешкод, надання вільного доступу до позикового фінансування, скорочення податкових ставок.

Федеральне міністерство економіки й технологій Німеччини виступає ключовим інститутом в області просування експорту товарів і інвестицій. Міністерство тісно співпрацює із приватним сектором з метою розробки необхідних для цього інструментів і підвищення їх ефективності в умовах нестабільності. Агентство по торгівлі й інвестиціям, підзвітне Міністерству економіки, сприяє просуванню

промислових і технологічних інвестицій на території Німеччини та надає німецьким МСП інформацію про закордонні ринки, що дозволяє їм приймати більш правильні рішення при виборі можливого ринку збуту. Федеральне агентство по економіці й експортному контролю, також підвітне Міністерству економіки, надає інформацію, що стосується експортного контролю та допомогу в просуванні продукції німецьких МСП за рубежом.

Також безпосередню підтримку німецьким компаніям-експортерам надає державний банк розвитку KfW. У якості основних компонентів програми прямої державної підтримки можна назвати: пільгові позики, які надаються з більш низькою процентною ставкою; кредитні й інвестиційні гарантії, які надаються агентством Euler Hermes, та формують істотну підтримку в торгівлі Німеччини із країнами, де існує більш високий рівень ризиків; програма KfW «МСП за рубіж» («Mittelstand program, abroad») надає низькопроцентні позики німецьким МСП, що здійснюють інвестиції за рубежом [2].

У Великобританії малих і середніх компаній налічується близько 5 млн., на частку яких доводиться більш 59% зайнятих [3]. Підтримка експортної діяльності малого й середнього бізнесу в країні включає рекомендації щодо того, як почати експортну діяльність, яким способом підвищити ефективність експорту на вже відомих ринках і як вийти на нові. Серед основних державних інститутів, що надають таку підтримку – Державний департамент міжнародної торгівлі (Department for International Trade), що діє разом з Департаментом експортного фінансування (UK Export Finance, UKEF), а також Департамент бізнесу, енергетики й промислової стратегії (Department for Business, Energy and Industrial Strategy). У рамках департаменту пропонуються гарантійні схеми для одержання фінансування підприємствами малого й середнього бізнесу.

З метою заохочення експортної експансії МСП уряд Великобританії розробив кілька програм, що передбачають надання інформаційної, консультаційної й технічної допомоги тим компаніям, які не мають досвіду зовнішньоекономічної діяльності й бажають вийти на закордонні ринки. Держава надає експортерам фінансову допомогу для виконання зовнішньоторговельних контрактів, а також закордонних інвестицій, надаючи державні гарантії при страхуванні угод. Департамент міжнародної торгівлі пропонує програми підтримки експортної діяльності, такі як «Паспорт експортної діяльності» («Passport to Export») – програма націлена на надання допомоги фірмам, що здійснюють експорт своєї продукції вперше; «Шлях до

росту» («Gateway to Global Growth») – призначена для тих компаній, які вже здійснюють експортну діяльність і прагнуть збільшити свої закордонні продажі, у тому числі й на нових ринках; «Схема експортного маркетингу» («Export Marketing Research Scheme») – орієнтована як на експортерів-початківців, так і на досвідчених і пропонує аналіз стратегії освоєння нових ринків, підтримку у закордонних візитах, пошук потенційних бізнес-партнерів [3].

Таким чином, можна визначити дві моделі організації національних систем для підтримки експортної діяльності МСП у розвинених країнах. Перша модель (Великобританія), ґрунтується на збереженні свободи господарювання й ведення зовнішньоекономічної діяльності. Зусилля держави спрямовані на використання переважно непрямих заходів підтримки, включаючи інформаційно-консультаційну й фінансову підтримку, у тому числі, надання експортних кредитів і гарантій, страхування й ін. Друга модель (країни ЄС) заснована на залученні агентів і банків, при цьому експортна діяльність фінансується також за рахунок підтримки, але в діяльності МСП стимулюється інноваційна складова, їх технологічний розвиток.

Для підтримки експортної складової в діяльності українських малих і середніх підприємств необхідно також застосовувати комплексний підхід, що допоможе малому й середньому бізнесу просуватися на зовнішні ринки й знаходити нових партнерів, розбудувувати економічну взаємодію.

Бібліографічний список:

1. Cernat L. et al. SMEs are more important than you think! Challenges and opportunities for EU exporting SMEs. *Directorate General for Trade European Commission*. 2014. № 2014-3.

2. Fuhrmann B. SME-Promotion in Germany. *A paper on behalf of the Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit. GmbH (GTZ)*. 2002.

3. Roads to Success: SME Exports. Authority of the House of Lords. London, 2013. 134 p. URL: <https://publications.parliament.uk/pa/ld201213/ldselect/ldsmall/131/131.pdf>

4. The Facts About EXIM Bank. Export-Import Bank of the United States. 2017. URL: <https://www.exim.gov/about/facts-about-ex-im-bank>

5. Wymenga P., Plaisier N., Vermeulen J. Study on support services for SMEs in international business. ECSIP Consortium, Rotterdam. 2013. T. 549. № 179. pp. 389-400.

НАПРЯМИ ПОВОЄННОГО ВІДРОДЖЕННЯ ТА ТРАСФОРМАЦІЇ ДО СТАЛОГО РОЗВИТКУ ПРОДОВОЛЬЧИХ СИСТЕМ

Яцун А.М., доктор економічних наук, професор,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-8576-2543>

Завдання підвищення ефективності управління агропродовольчими системами завжди були пріоритетами економічного розвитку та підвищення рівня життя, оскільки на харчування домогосподарства України витрачають більше 50 % всіх видатків. Весь агропродовольчий комплекс уявляє складну інтегровану природно-соціально-економічну систему, яка об'єднує понад 60 суміжних галузей та видів економічної діяльності «від лану до столу», вносить до ВВП країни до 44 % та об'єднує такі життєво важливі підсистеми як агросектор, переробна та харчова промисловість, продовольча торгівля, ресторанне господарство, тощо.

Важливим кроком на шляху вирішення завдань модернізації всієї сфери харчування стало прийняття Президентом України Указу від 07.02.2022 р. № 41/2022 «Питання національних пріоритетів трансформації продовольчих систем в Україні», яким Кабінету Міністрів доручено розробити план заходів щодо трансформації продовольчих систем в Україні на період до 2030 р., передбачивши, зокрема: визначення національних пріоритетів трансформації продовольчих систем в Україні на період до 2030 р., у тому числі за такими напрямками, як здорове харчування, дружнє до довкілля виробництво, стійкість до ринкової нестабільності та доступність харчових продуктів для всіх груп населення та враховувати ці пріоритети при розробці стратегій соціально-економічного розвитку.

Проблема трансформації продовольчих систем з метою їх стійкого розвитку включає широке коло питань, які передбачають багато різних шляхів до стійкості, включаючи як техніко-технологічні інновації, так і політичні та соціально-культурні зрушення, а також кризові явища повоєнного відродження, які стають ключовими елементами процесу трансформаційних змін у соціально-екологічних системах.

Продовольчі системи є поточним пріоритетом для науковців, політиків і громадських рухів через їхню центральну роль у добробуті, здоров'я людей і стійкості навколишнього середовища, у вирішенні надзвичайних ситуацій, пов'язаних із кліматом, біорізноманіттям, викликами бідності та голоду, тощо.

Продовольчі системи є складними по своїй суті, оскільки виконують різноманітні функції та потребують значних ресурсів, тому рішення мають відповідати цій складності, включаючи адаптивні до повоєнної кризи рішення, а також дослідження політичних, економічних та соціально-культурних проблем. Так, глобалізація ланцюжків створення вартості передбачає більшу залежність і ризики на міжнародному рівні, а також підтримку продовольчої безпеки та безпеки харчування. Однак корпоративна концентрація та фінансові аспекти в агропромислових продовольчих системах часто домінують над стратегічними завданнями продовольчих систем щодо забезпечення здоров'я населення, створюючи нестабільність і посилюючи нерівність як у виробництві, так і споживанні продуктів харчування.

Кризові ситуації повоєнного характеру створюють додаткові виклики для стійкості продовольчої системи та потенційні можливості для трансформаційних зрушень системи в бік більш прогресивних рішень, але також і ризики переходу до ще більшої нежиттєздатності.

Розуміння динаміки продовольчих систем у контексті повоєнного відродження України, є важливим через наслідки як всередині України, так і на міжнародному рівні в країнах, які залежать від українського продовольства.

В Україні продовольчі системи значно порушені через триваючу війну, і не встановлено, як громадяни адаптуються та забезпечують себе харчуванням. Порівняльні біорегіональні ландшафтні дослідження можуть надати вихідні точки для розуміння поточних змін у продовольчій системі, включаючи адаптацію ланцюга постачання та відносин влади. Міжнародний аналіз міг би розкрити глобальне управління ланцюгом створення вартості та відносини у сфері харчування. Розуміння різних шляхів до сталого розвитку, включаючи різні потоки в рамках агропродовольчих моделей та бачення практики продовольчого суверенітету сприятиме формуванню стратегій їх розвитку.

У біокультурних ландшафтах, територіях і ланцюжках створення вартості на різних рівнях виникають питання про те, як переважаючі системи (відтворюють) генерують нерівність у владі та маргіналізацію

(міжгалузеву та міжсекційну), розподіл праці та вартість кінцевого продукту. У цьому відношенні актуальним є розуміння та дослідження багатьох складових продовольчих систем різних за своїм походженням.

Питання управління продовольчими системами, виробництва, якості та розподілу харчових продуктів відповідають на те, хто має владу керувати продовольчими системами, володіти ключовими ресурсами та підприємствами та в чіьх інтересах. Важливим є критичне осмислення ролі державних, приватних і громадських підприємств, у тому числі в повоєнний період та трансформації до сталого розвитку. Наскільки досконалою є безпечність та якість харчових продуктів, ресурсозбереження та з якими наслідками для інституційних механізмів. Загострюються питання соціальної та екологічної стійкості та базових економічних постулатів (наприклад, конкуренція проти солідарності та піклування).

Доречними є порівняння систем харчування різних країн Східної та Західної Європи, що відповідає поточній діяльності наукових колективів.

Методи дослідження продовольчих систем охоплюють використання якісних методів для розуміння життєвого досвіду на рівні громад, кількісних опитувань (потенційно дистанційних), а також можливостей дізнатися про соціальну відповідальність, форми та методи участі багатьох зацікавлених сторін.

Доцільним стає формування навчально-наукової платформи із провідних українських та європейських університетів для систематизації, обміну та розширення знань та інновацій по трансформації продовольчих систем в умовах нових технологічних, соціально-політичних та екологічних викликів та формування нових міжнародних альянсів у зв'язку з просуванням України до Європейського Союзу.

Важливими завданнями такої міжнародної навчально-наукової платформи могла б стати ціла низка питань сталого розвитку продовольчих систем:

- узагальнення знань та досліджень університетів різних країн щодо трансформації продовольчих систем в умовах нових глобальних викликів (загрози голоду, наслідків епідемій, війни в Україні, терористичних дій тощо);

- обмін досвідом трансформаційного моделювання та розробки проектів агропродовольчих кластерів на рівні всіх учасників харчового ланцюга (агросектору, харчової промисловості, продовольчої торгівлі та ресторанного господарства) різної спеціалізації та форматів, стратегій продовольчої безпеки міст, районів, областей;

– систематизація досвіду державного управління та бізнес-практики щодо продовольчої безпеки та сталого функціонування продовольчих систем різних країн;

– передача знань, технологій досліджень та навчання на платформах університетів з метою імплементації в українських агропродовольчих та технологічних університетах;

– експеримент по імплементації інноваційних технологій навчання та досліджень в ДБТУ зі створенням технопарку БІОТЕХ та фабрики-лабораторії-виставки харчових інновацій;

– трансформаційне моделювання навчально-науково-виробничих кластерів по вирощуванню, переробці та торгівлі продовольством на основі кампусів ДБТУ, дослідних виробництв та баз практики інноваційного бізнесу.

Учасниками проекту можуть стати європейські та українські університети загального та технологічного профілю (що мають досвід досліджень та навчання у агросекторі, харчових технологій, продовольчій торгівлі, ресторанному господарству, тощо).

Такий проект міждисциплінарних досліджень продовольчих систем відповідає змісту та пріоритетам європейських програм і стосується таких важливих destинацій продовольчого кластеру: їжа, біоекономіка, продовольчі ресурси, агрокультура та довкілля, здоров'я та харчування.

Проект сприятиме післявоєнному відновленню українських університетів, впровадженню передових навчально-дослідницьких інновацій, розширенню агропродовольчих знань та сталого розвитку продовольчих систем.

УДК: 631.332.1

ЕКОНОМІЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ВІТЧИЗНЯНОГО АГРАРНОГО СЕКТОРУ В УМОВАХ ВІЙНИ

Бабан Т.О., кандидат економічних наук, доцент,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

Кулик А.Д., здобувач вищої освіти,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

Аграрний сектор залишається важливою складовою економіки України, економічний потенціал якого зазнає вагомих втрат в результаті військових дій, розпочатих 24 лютого 2022 року РФ.

Останні 10 років економічний потенціал галузі динамічно розвивався. ВВП сільського господарства зріс з 189405 млн грн у 2010 р. до 1366456 млн грн у 2021 р. Валова додана вартість збільшилась з 82948 млн грн у 2010 р. до 580519 млн грн у 2021 р. Експорт сільськогосподарської та продовольчої продукції з 2010 по 2021 рр. зріс майже в 2,8 рази – з 9936 до 27709 млн дол США. Валовий збір зернових та зернобобових культур в період 2010-2021 рр. збільшився з 39,3 до 86,0 млн тон, тобто в 2,2 рази [3].

Збільшення валових зборів зернових культур дозволило Україні посісти лідируючі місця серед світових експортерів: друге місце у світі за обсягом поставок ячменю, четверте – за експортом кукурудзи, п'яте – за експортом пшениці.

20 років тому Україна «годувала» лише 40 млн людей у світі. До війни ж внесок України оцінювався як еквівалентний харчуванню близько 400 млн людей. Тобто економічний потенціал українського сільського господарства давав можливість забезпечувати не тільки національну продовольчу безпеку, але й світову.

Розглядаючи економічний потенціал з теоретичної точки зору, необхідно зазначити, що він має структуру, яка включає в себе ресурсно-виробничу складову, управлінську складову, та складову що втілює в собі потенціал збуту на внутрішньому та зовнішньому ринках. Економічний потенціал сільського господарства можна визначити як сукупність ресурсно-виробничих, інноваційно-інноваційних, управлінських та маркетингових можливостей галузі для здійснення економічної діяльності при найбільш ефективному їх використанні за існуючого рівня розвитку науково-технічного прогресу.

Оцінюючи вплив війни на галузь, на поточний стан її економічного потенціалу, можна сказати, що війна торкнулась всіх його складових без виключення. Так, після восьми місяців повномасштабної війни РФ проти України, збитки аграрного сектору України оцінювались у 6,6 млрд дол. США, або майже 23 % від всієї вартості активів сільського господарства. Основна частина цих збитків пов'язана з пошкодженням сільськогосподарських угідь (мінне забруднення та пряме фізичне пошкодження), неможливістю зібрати врожай (50 % у структурі пошкоджень), на другому місці пошкодження сільськогосподарської техніки (22% у структурі пошкоджень), на третьому місці втрати готової продукції через знищення сховищ та складів (14 % у структурі пошкоджень), четверте місце – зерносховища та склади (6 % у структурі пошкоджень), п'яте місце – втрати факторів

виробництва та загибель сільськогосподарських тварин (по 3 % у структурі пошкоджень), шосте місце – пошкодження багаторічних насаджень (2% у структурі пошкоджень) [1].

Непрямі втрати, які враховують недоотриманий дохід від зменшення кількості виробленої продукції та додаткові витрати, які виробники змушені нести через війну сягнули 34,25 млрд дол. США [2]. Розглядаючи структуру непрямих втрат за категоріями, найбільша питома вага приходить на втрати із-за зниження внутрішніх цін на експортно-орієнтовані культури (54% у структурі непрямих втрат), наступна група – втрати через зниження виробництва сільськогосподарських культур у 2022 р. (34% у структурі непрямих втрат), третя група – втрати від зниження виробництва озимих культур (9 % у структурі непрямих втрат), четверта група – втрати від здорожчання факторів виробництва (2% у структурі непрямих втрат), п'ята група – втрати від зменшення виробництва продукції тваринництва (1% у структурі непрямих втрат).

Заміновані сільськогосподарські угіддя потребують розмінування, вартість якого оцінюється в 436 млн дол. США. Вартість відновлювальних робіт, включаючи рекультивацію та вирівнювання поверхні сільськогосподарських земель, оцінюється в 39,6 млн дол. США.

Значних пошкоджень зазнала іригаційна інфраструктура, орієнтовна вартість заміни та ремонту якої оцінюється в 225 млн дол. США.

Сільськогосподарська техніка та обладнання зазнали пошкоджень в результаті обстрілів, авіаударів та бойових дій, навмисного виведення з ладу. Значна частина техніки була викрадена. Орієнтовна вартість заміни та ремонту пошкодженої сільськогосподарської техніки становить 926,1 млн дол. США.

Пошкоджень зазнали зерносховища: традиційні амбари, бетонні та металеві силоси. Оціночний обсяг сховищ, що були частково або повністю пошкоджені сягає 3,9 млн тон. Вартість ремонту та заміни втрачених потужностей оцінюються в 272,2 млн дол. США.

До закінчення війни неможливо точно розрахувати обсяг пошкоджень, котрих зазнав український агросектор. На територіях, які ще знаходяться під окупацією, точні обсяги втрат будуть визначатись після їхньої деокупації та завершення бойових дій.

В результаті значних пошкоджень виробничої інфраструктури сільськогосподарських товаровиробників, неможливості обробляти

значні площі сільськогосподарських угідь, в 2022 р. порівняно з 2021 р. виробництво сільськогосподарської продукції зменшилось більш ніж на чверть. А в 2023 р., за оцінками науковців Національного наукового центру «Інститут аграрної економіки», обсяги виробництва валової продукції сільського господарства можуть зменшитися проти 2022 р. на 2,1 %.

В сезоні 2022-2023 р. близько 24 % земель не будуть засіяні українськими господарствами – це майже 7 млн га.

За попередніми прогнозами Міністерства аграрної політики та продовольства, врожай зернових та зернобобових у сезоні 2023 року може скоротитися до 44,3 млн тонн проти 53,1 млн тонн у 2022 році. А у 2022 р. врожаю зернових та зернобобових культур отримано на 38 % менше ніж у 2021 р.

Проблеми з логістикою – блокуванням портів для експорту сільськогосподарської продукції (до вторгнення більше 90% зернових та олійних культур експортувалося морським шляхом), призводять до змін у структурі посівів. Товаровиробники планують скоротити посіви пшениці та кукурудзи та збільшити посіви сої, соняшнику, ріпаку.

Війна призвела до зниження економічного потенціалу вітчизняного сільського господарства, відкинувши його розвиток на декілька років назад. На відновлення необхідні роки та значна кількість інвестицій.

Можливо, деякі товаровиробники припинять свою діяльність, а деякі – диверсифікуються, будуть розвивати переробку для більш якісного задоволення внутрішнього попиту на агропродовольчу продукцію та нових експортних напрямків. В будь якому випадку, вітчизняні аграрії показали свою стійкість і до військового ризику.

Бібліографічний список:

1. Огляд збитків від війни в сільському господарстві України. Другий випуск. KSE Center for Food and Land Use Research. URL: <https://kse.ua/ua/oglyad-zbitkiv-ta-vtrat-v-apk/>

2. Огляд збитків від війни в сільському господарстві України. Непряма оцінка пошкоджень. KSE Center for Food and Land Use Research. URL: <https://kse.ua/ua/oglyad-zbitkiv-ta-vtrat-v-apk/>

3. Сільське господарство України 2021 рік. Статистичний збірник. Державна служба статистики України. 2022. 220 с. URL: https://ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/publ7_u.htm

КОНЦЕПЦІЯ ФЛЕКСІК'ЮРІТІ ЯК СУЧАСНА КОНЦЕПЦІЯ ГНУЧКОЇ ПОЛІТИКИ ЗАЙНЯТОСТІ

Балясний В.О., здобувач третього рівня вищої освіти *,
Харківський національний економічний університет
імені Семена Кузнеця, м. Харків, Україна
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-7882-3240>

Використання гнучких форм зайнятості допомагає реалізовувати головний принцип відносин зайнятості в ринковій економіці, а саме виключне право громадян розпоряджатися своїми здібностями, заборона обов'язкової, примусової праці. Тобто гнучкі форми зайнятості дають можливість вибору працездатно-му населенню між регламентованим робочим часом і відпочинком. За допомогою гнучких форм зайнятості та режимів робочого часу (добровільна неповна зайнятість) можна розв'язати проблеми зайнятості жінок, молоді, яка бажає вчитись і працювати, людей передпенсійного та пенсійного віку. Крім вирішення проблем безробіття за умов економічної кризи, використання гнучких форм зайнятості та режимів робочого часу дає змогу вирішувати проблеми структурного безробіття, тобто за таких умов роботи є можливість періодично поновлювати знання, проходити професійну підготовку та підвищення кваліфікації [1].

Зупинимося більш детально на розумінні сутності даного терміну та концепції в роботах вітчизняних та закордонних авторів (табл. 1).

Проведене термінологічне дослідження дозволило підтвердити наявність трьох основних підходів в трактовці терміну «флексік'юриті», які були визначені за результатами бібліометричного аналізу, а саме:

– антикризовий, який передбачає реалізацію елементів гнучкої політики зайнятості як реакції на кризові явища в економіці та намагання роботодавцями скоротити витрати на персонал (Ціжма Ю.І., Кейн М.);

– інституційний, основну роль в якому грає держава як інститут, що активним чином здійснює вплив на ринок праці (Віллаген Т., Трос Ф., Шахіді Ф., Муртел Д., Мунтейнер С., Девіс О., Сіддікі А., Жу Дж., Рогівський Р., Тангіан А.);

– корпоративний, який основну увагу акцентує на потребах працівників та реалізації концепції соціальної відповідальності (Беккер С., Майленд М., Віброк Е., Класен Дж., Ноджа Г.).

* Науковий керівник – доктор економічних наук, професор Г.В. Назарова

**Розуміння сутності дефініції «флексік'юриті»
в роботах вітчизняних та закордонних вчених**

Автор	Визначення
Ціжма Ю.І. [2]	Можливість роботодавців вільно звільняти працівників і наймати нових, тому що законодавство в трудовій сфері є доволі м'яким, забезпечуючи тим самим гнучкість ринку праці
Віллаген Т., Трос Ф. [3]	Політична стратегія, що спрямовується на підвищення гнучкості ринків праці, організації праці та трудових відносин, з одного боку, і посилення безпеки – безпеки зайнятості та соціальне забезпечення (особливо для слабкіших груп населення і поза ринком праці), з іншого боку
Беккер С., Майленд М. [4]	Стратегія, яка передбачає поєднання гнучких і надійних договірних угод, комплексних стратегій навчання протягом усього життя, ефективної активної політики ринку праці та сучасних адекватних і стійких систем соціального захисту
Віброк Е., Класен Дж. [5]	Тип комбінації між двома формами гнучкості та соціальної захищеності, яка може включати потреби окремих працівників, груп працівників, певних секторів або економіки в цілому
Шахіді Ф., Муртел Д., Мунтейнер С., Девіс О., Сіаддікі А. [6]	Метод регулювання взаємозв'язку між роботою та добробутом, який має на меті поєднати гнучкість ринку праці через нестійкі договірні норми з адекватним рівнем соціального забезпечення
Жу Дж. [7]	Ринкова модель, за якої високий ступінь гнучкості ринку праці співіснує з високим рівнем соціального захисту, високими виплатами по безробіттю та активною політикою на ринку праці
Роговській Р. [8]	Система заходів для посилення Лісабонської стратегії, яка передбачає створення більшої кількості та кращої якості робочих місць, модернізацію ринків праці та пропагування соціально відповідального бізнесу, за допомогою нових форм гнучкості та безпеки, підвищення адаптивності, зайнятості та соціальної згуртованості працівників
Кейн М. [9]	Збалансований підхід, призначений для створення гнучкості на ринку праці, який враховує інтереси роботодавців, водночас забезпечуючи безпеку працівників
Тангіан А. [10]	Політика, яка спрямована на флексибілізацію (= дерегуляція) ринків праці шляхом сприяння конкурентоспроможності європейської економіки та яка є сумісною з європейськими традиціями «держави добробуту»
Ноджа Г. [11]	Новий базис для положень про працю та добробут працівників, за рахунок поєднання гнучкості ринку праці (отриманої в основному шляхом пом'якшення контрактних форм регулювання трудових відносин) з належним рівнем соціального забезпечення. Ця нова конфігурація передбачає, що вплив дерегуляції ринку праці має бути зрівноважений активним ринком праці, політикою сприяння зайнятості, а також заходи заміщення доходу, які будуть компенсувати короткострокові наслідки безробіття

Найкращим прикладом реалізації концепції «флексік'юріті» є Данія, де в 1999 році був прийнятий «Про гнучкість та безпеку», який ілюструє можливість реалізації гнучкого підходу в політиці зайнятості. Відповідно до цього закону,

гнучкість:

– регулювання строкових трудових договорів – передбачає пролонгування строкових контрактів у випадку 3 послідовних контрактів або коли загальний термін контракту складе 3 роки або більше;

– наявність агенцій (агенцій з тимчасової зайнятості) для тимчасових працівників. При цьому скасовується максимальний термін для цього виду зайнятості (6 місяців).

– попередження про звільнення скорочується до 1-4 місяців;

безпека:

– запровадження так званих презумпцій права, які посилюють позиції нетипових працівників (існування трудового договору та узгодженої кількості робочих годин в цьому договорі);

– мінімальне право на оплату за три години для працівників за викликом щоразу, коли їх викликають на роботу;

– регулювання ризику невиклати заробітної плати у разі відсутності роботи для працівників за викликом;

– контракт працівника з агенцією з тимчасової зайнятості вважається звичайним трудовим договором;

– для працівників, які займаються профспілковою діяльністю запроваджено спеціальний захист від звільнення.

Підводячи підсумок аналізу впровадження концепції «флексік'юріті» в діяльність закордонних компаній, можна зробити висновок про те, що в кожній країні така концепція видозмінювалася відповідно до конкретних ринкових реалій та враховувала тенденції, які відбуваються на ринку праці. Євроінтеграційні процеси в Україні актуалізують доцільність та необхідність використання передових закордонних практик в контексті проблем гнучкої політики зайнятості.

Бібліографічний список:

1. Рудакова С.Г., Данилевич Н.С., Щетініна Л.В. Впровадження гнучких форм зайнятості на підприємствах України. *Ефективна економіка*. 2013. № 12. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?n=12&y=2013> (дата звернення: 25.01.2022 р.).

2. Ціжма Ю.І. Концепція флексік'юріті та нестандартні форми зайнятості: виклики сьогодення. *Бізнес-інформ*. 2013. № 7. С. 197-202.

3. Wilthagen T., Tros F. The Concept of Flexicurity: A New Approach to Regulating Employment and Labour Markets. URL: https://www.researchgate.net/publication/228244233_The_Concept_of_Flexicurity_A_New_Approach_to_Regulating_Employment_and_Labour_Markets (дата звернення: 24.04.2022 р.)

4. Bekker S., Mailand M. The European flexicurity concept and the Dutch and Danish flexicurity models: How have they managed the Great Recession? *Social Policy and administration*. 2018. № 53. P. 142-155.

5. Viebrock E., Clasen J. Flexicurity – a state-of-the-art review. URL: http://old.adapt.it/adapt-indice-a-z/wp-content/uploads/2015/01/viebrock_lasen.pdf (дата звернення: 24.04.2022 р.)

6. Shahidi F., Moortel D., Muntaner C., Davis O., Siddiqi A. Do flexicurity policies protect workers from the adverse health consequences of temporary employment? A cross-national comparative analysis. *SMM – Population Health*. 2016. № 2. P. 674-682.

7. Zhou J. Denmark's Flexicurity Model: The Answer for Europe? *Intereconomics*. 2008. P. 78-82.

8. Rogowski R. Governance of the European Social Model: The Case of Flexicurity. *Intereconomics*. 2008. P. 82-91.

9. Keune M. Flexicurity: a Contested Concept at the Core of the European Labour Market Debate. *Intereconomics*. 2008. P. 92-98.

10. Tangian A. Is Europe Ready for Flexicurity? Empirical Evidence, Critical Remarks and a Reform Proposal. *Intereconomics*. 2008. P. 99-111.

11. Noja G. Flexicurity models and productivity interference in C.E.E. countries: a new approach based on cluster and spatial analysis. *Economic Research*. 2018. URL: <https://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/1331677X.2018.1456356> (дата звернення: 24.04.2022 р.)

УДК: 005.932

ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦІАЛУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА

Барабанова Д., здобувач вищої освіти*,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

Сільське господарство є ключовим фактором для розвитку всіх галузей економіки та стану соціальної сфери. У зв'язку з цим важливо організувати діяльність на сільськогосподарських підприємствах із

* Науковий керівник – кандидат економічних наук, доцент В.Г. Краля

використанням ефективних наукомістких інноваційних технологій, формування сучасної матеріально-технічної бази; створення умов, що підвищують інвестиційну привабливість, забезпечення конкурентоспроможності сільськогосподарського виробництва. Одним з умов якісної організації цього процесу є оцінка ефективності використання ресурсного потенціалу сільського господарства.

Ресурси – це чинники виробництва, за допомогою яких підприємство здійснює свою діяльність. Однак самі по собі ресурси не виробляють продукцію, а їх просте накопичення не забезпечує успіх. Потрібно розвиток здібностей підприємства у вигляді потенціалу ресурсів для здійснення певного виду діяльності [1].

Ресурсний потенціал підприємства можна визначити як сукупність таких складників, як капітальні ресурси (основні засоби), сировинні ресурси, інтелектуальні ресурси (ліцензії, патенти, гудвіл та інше), трудові ресурси [2].

У сільському господарстві в даний час існують певні проблеми, пов'язані з рівнем стану матеріально-технічної бази, необхідністю підвищення інвестиційної активності, створення конкурентного середовища. У зв'язку з цим важливим організаційним процесом є використання методик оцінки ефективності використання ресурсного потенціалу сільського господарства.

Оцінка ефективності використання ресурсного потенціалу сільського господарства сприяє більш правильній організації виробництва, зниження рівня втрат, що підвищує рентабельність виробництва та забезпечує сталий розвиток. Під стійким розвитком АПК розуміється здатність підприємств забезпечувати стабільну діяльність підприємств сільського господарства, оптимальні пропорції між факторами відтворення та позитивними темпами розвитку при виникненні ризиків та невизначеності.

Ресурсний потенціал є елементом динамічного зростання, що дозволяє оцінити якісні та кількісні ресурсні зміни протягом їх використання, провести моніторинг можливості використання нових зовнішніх ресурсів, створити умови для ефективного використання внутрішніх ресурсів для отримання максимальної економічної ефективності, впровадити інноваційні технології.

Ресурсний потенціал – це комплексна характеристика сільськогосподарського підприємства, яка поєднує природний, кадровий, інфраструктурний, у т.ч. енергетичний, інноваційний, інформаційний види потенціалів. Кожен вид потенціалу дозволяє визначити самостійну сферу використання та розвитку. До видів

потенціалів, які дозволяють провести їх кількісний та якісний вимір, належать матеріально-технічний, фінансовий, інфраструктурний, у т.ч. енергійний, природний, інвестиційний. Є види ресурсів, які можуть бути оцінені лише гіпотетично, наприклад, інноваційний, інформаційний.

Сукупність всіх видів потенціалу є ресурсний потенціал галузі сільського господарства. З метою ефективно організації сільського господарства необхідно, щоб види ресурсів діяли як системний, взаємодіючий комплекс якісних та кількісних ресурсних пропорцій. При цьому важливим є процес стратегічного планування та управління ресурсним потенціалом підприємства. Система заходів щодо організації підвищення ефективності використання ресурсного потенціалу дозволяє реалізувати перспективні напрямки діяльності та підвищити економічний ефект діяльності.

Земельні угіддя – це основний ресурс виробництва рослинництва та тваринництва, у зв'язку з цим оцінка ефективного використання земель проводиться з використанням зіставлення кінцевих економічних результатів виробництва та визначення можливостей підвищення ефективності використання ресурсного потенціалу.

Для розрахунку рівня ресурсного потенціалу доцільно використовувати наступну систему показників:

- фондозабезпеченість на 100 га с/г угідь;
- матеріалозабезпеченість на 100 га с/г угідь;
- прибуток на 100 га с/г угідь;
- зміст гумусу, %

Для кожного сільськогосподарського підприємства ресурсний потенціал є індивідуальним, який визначається специфікою галузі, рівнем економічного розвитку підприємства, а також стратегією розвитку підприємства.

Основними напрямками підвищення ефективності використання ресурсного потенціалу підприємства є:

- забезпечення зростання обсягів виробництва за рахунок впровадження досягнень науково-технічного прогресу, рівня механізації і автоматизації;

- підвищення продуктивності праці робітників, що сприяє економії матеріальних витрат, підвищує культуру і безпеку виробництва;

- технічне вдосконалення засобів праці, що забезпечує заміну застарілої техніки, модернізацію обладнання, механізацію допоміжних і обслуговуючих виробництв;

- вдосконалення управління виробництвом на базі сучасної комп'ютерної техніки;

– впровадження передових прийомів і методів праці, організацію і обслуговування робочих місць [3].

Підвищення ефективності управління ресурсним потенціалом, забезпечення його раціонального використання значною мірою пов'язано з проведенням якісних змін у складі ресурсів і з підвищенням ефективності в їх управлінні. Завдання підвищення ефективності управління ресурсним потенціалом полягає насамперед у вдосконаленні використання й управління ресурсами підприємства та в підвищенні їхньої цілісності, яка проявляється у тісному взаємозв'язку.

Бібліографічний список:

1. Невроцький Н.О. Оцінка ефективності використання ресурсного потенціалу підприємства. *Інтернаука*. 2017. № 1(23). Т. 2. С. 97-101.

2. Лапин Е.В. Экономический потенциал предприятия: монография. Сумы: Университетская книга, 2002. 310 с.

3. Латішева О.В. Ресурсний потенціал підприємства: сутність, складові та особливості управління елементами забезпечення сталого розвитку. *Економічний вісник Донбасу*. 2018. № 3(53). С. 126-130.

4. Бачевський Б.Є., Заблодська І.В., Решетняк О.О. Потенціал і розвиток підприємства: навчальний посібник. К. : Центр учбової літератури, 2009. 400 с.

5. М'ягих І.М. Оцінка використання ресурсного потенціалу підприємств України в ринкових умовах. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2011. № 33. С.199-203.

УДК: 656.076

УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ ТОРГОВО-ТРАНСПОРТНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Баценко Л.М., кандидат економічних наук, доцент,
Сумський національний аграрний університет, м. Суми, Україна

Панаріна М.В., магістрант,
Сумський національний аграрний університет, м. Суми, Україна

Поточне середовище, в якому працюють підприємства швидко змінюється та є дуже мінливим. Стан підприємств за останнє десятиліття свідчить про нестабільність економічної ситуації в Україні, про наявність ризиків у діяльності компаній різних галузей і форм власності. Крім того, поява нових зовнішніх факторів, які

безпосередньо призвели до зниження ділової активності значної частини підприємств та вплинули на ефективність їх діяльності, в тому числі на ефективність їх управління.

Від якості всієї системи управління залежить якість діяльності структурних елементів системи менеджменту. І його якість визначає позицію компанії на ринку. Підтримання певного рівня конкурентоспроможності або його підвищення вимагає впровадження низки процедур, спрямованих на покращення його характеристик у системі управління. Розвиток цих процедур та забезпечення їх реалізації є завданнями вищого керівництва. Введення цих процедур передбачає внесення змін до індивідуальних або всіх структурних елементів системи управління.

Сучасні підприємства прагнуть бути конкурентоспроможними, привабливими для інвесторів, прибутковими, здатними завойовувати нові ринки. Тому для забезпечення ефективності системи управління необхідно враховувати фактори, які можуть вплинути на діяльність підприємства. Ці фактори включають організаційні характеристики підприємства, внутрішні та зовнішні фактори, конкуренцію, стратегічні питання та ефективність бізнесу [1].

На ефективність управління підприємницькою діяльністю та її конкурентоспроможність в умовах сучасної ринкової економіки впливають найрізноманітніші фактори, які формують сприятливе чи несприятливе підприємницьке середовище. Під підприємницьким середовищем мають на увазі наявність умов і чинників, які впливають на функціонування та діяльність підприємства та вимагають прийняття постійних управлінських рішень, націлених на їх усунення чи пристосування до них. Середовище будь-якої організації прийнято розглядати з позиції впливу факторів на неї. Всі ці фактори можна класифікувати на дві сфери: внутрішні (мікросередовище) і зовнішні (макросередовище).

Вивчення макросередовища товарно-транспортного підприємства передбачає аналіз тих складових зовнішнього оточення, з якими організація перебуває у безпосередній взаємодії: соціально-демографічних, економічних, технологічних, політичних, географічних та правових факторів (рис. 1).

Внутрішнє середовище торгово-транспортної компанії являє собою сукупність внутрішніх факторів, які безпосередньо впливають на його функціонування. Така організація внутрішніх чинників є змістовною та доцільною й надалі дозволить проводити оцінювання діяльності компанії за впливом факторів. На рис. 2 наведено перелік

внутрішніх факторів та можливі бізнес-процеси, з якими може стикнутися ТТК під час ведення своєї діяльності.

Економічні	<ul style="list-style-type: none">• Стан економіки• Стабільність національної валюти• Рівень безробіття• Рівень податків
Технічні	<ul style="list-style-type: none">• Розвиток науки• Розвиток технічного прогресу• Розвиток ІТ-технологій
Політичні	<ul style="list-style-type: none">• Політична ситуація в країні• Відкриття іноземних ринків для вітчизняних товарів та послуг• Політична стабільність
Соціально-демографічні	<ul style="list-style-type: none">• Рівень добробуту громадян• Соціальні норми• Міграційні процеси
Географічні	<ul style="list-style-type: none">• Клімат та ресурсний потенціал регіону• Рівень розвитку інфраструктури• Геополітичне розташування підприємства та його складських приміщень
Нормативно-правові	<ul style="list-style-type: none">• Законодавство• Конституційні основи

Рис. 1. Фактори впливу макросередовища для торгово-транспортного підприємства

Дія кожного чинника може по-різному виявлятися в ефективності роботи ТТК. Тому враховуючи описані вище фактори зовнішнього та внутрішнього середовища, які прямо чи опосередковано впливають на роботу такого типу підприємницької діяльності, можна запропонувати наступні дії щодо покращення системи управління та адміністрування торгово-транспортної компанії:

1) Запровадження у діяльність підприємства системи управління витратами. Удосконалення цієї системи націлене на постійний пошук та виявлення можливостей економії виробничих та транспортних ресурсів з метою підвищення ефективності фінансово-господарської діяльності підприємства, планування витрат, стимулювання збереження головних ресурсів та зниження витрат.

2) Впровадження у роботу підприємства стратегічного та операційного планування. Це допоможе визначити конкретні дії на короткостроковий період, допоможе у пошуку нових клієнтів та інше. Подібні дії забезпечать стабільну роботу усіх сфер діяльності та відділів. Прикладом операційного планування для цього виду економічної діяльності може бути проведення аналізу автопарку підприємства, оцінка зносу транспорту та виробничого обладнання, внесення пропозицій щодо заміни/утилізації або купівлі нового транспорту.

3) Встановлення в автотранспорт системи GPS. GPS моніторинг транспорту дозволяє отримати більшу кількість інформації щодо ефективності діяльності водіїв та експедиторів.

Економічний	Виробничий	Організаційно-структурний	Інноваційний
<ul style="list-style-type: none"> • Відсоток власного капіталу • Залучення позикових коштів • Обсяг дебіторської та кредиторської заборгованостей • Рівень прибутковості підприємства 	<ul style="list-style-type: none"> • Рівень морального та фізичного зношення обладнання та транспортних засобів • Виробничі можливості підприємства • Контроль якості продукції та транспортних послуг 	<ul style="list-style-type: none"> • Рівень кваліфікованості персоналу • Стратегія розвитку підприємства • Організаційна структура • Методи управління та планування 	<ul style="list-style-type: none"> • Впровадження інновацій у виробничі та адміністративні процеси

Рис. 2. Внутрішні фактори впливу на ефективність управління товарно-транспортним підприємством

4) Окрім системи GPS, значно вплине на оцінку логістичної діяльності використання датчика контролю рівня та витрат палива транспортним засобом. Завдяки цьому фахівцям з логістичного відділу буде простіше аналізувати споживання пального, пивдикість пересування, кількість та тривалість зупинок, допоможе розробити більш зручні та безпечні маршрути для доставляння вантажів. До того ж встановлення таких систем на транспортні засоби допоможе технічному відділу в оцінці технічного стану транспорту [2].

5) Таким чином, для забезпечення ефективності управління діяльністю та результативного адміністрування бізнес-процесів на торгово-транспортному підприємстві необхідно здійснювати безперервний аналіз перелічених вище факторів, постійно виявляти нові та необхідні для підприємства інновації, впроваджувати їх та зважати увагу на зміни у суспільстві та державі.

6) Впровадження стратегії, яка буде направлена на розробку обґрунтованих маршрутів та проектів планів перевезень, контроль технічної частини, планування фінансової діяльності сприятиме своєчасному та безперебійному виконанню заявок, а отже, підвищенню рівня рентабельності та конкурентоспроможності компанії.

Бібліографічний список:

1. IMPROVING OF COST MANAGEMENT AT ENTERPRISE.
URL: http://market-infr.od.ua/journals/2020/48_2020_ukr/19.pdf (дата звернення: 26.03.2023).

2. Муравйова І.О. Транспортна логістика. Актуальні проблеми та шляхи вирішення. *Економіка та управління: сучасний стан та перспективи розвитку*: III Міжнародна науково-практична конференція, ОДАБА (23-24 листопада 2017 р.). 2017. С. 833-837.

УДК: 631.152

УДОСКОНАЛЕННЯ СТРУКТУРИ УПРАВЛІННЯ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА

Бондаренко О.В., здобувач вищої освіти*,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

Структура управління (СУ) на підприємстві виступає важливим організаційним елементом, який потребує постійного аналізу і обґрунтування можливих напрямків вдосконалення. Виробнича діяльність підприємств здійснюється на основі встановлення інформаційних, технологічних, трудових, фінансових, управлінських зв'язків між персоналом, структурними підрозділами, цехами, керуючою і керованою підсистемами. Тому невід'ємним завданням підприємства для його подальшої діяльності є створення конструктивної, максимально продуктивної управлінської структури [1].

* Науковий керівник – доктор педагогічних наук, професор В.М. Нагасєв

Організаційна структура управління пояснюється як форма системи управління, яка визначає склад, взаємодію та підпорядкованість її елементів. Головним призначенням структури управління є забезпечення ефективної діяльності соціально-економічної системи [2]. Стійкої стандартної структури не існує. Вона постійно коректується під впливом виробничо-економічної кон'юнктури, науково-технічного прогресу і соціально-економічних процесів. Щоб забезпечити нормальне функціонування, підприємство повинне мати у своєму складі відповідні структурні підрозділи виробничого, обслуговуючого та допоміжного характеру. Саме на основі організаційної та виробничої структур створюється структура управління підприємства, де виробнича й організаційна структури виступають об'єктами управління. Загальноприйняті моделі структур управління в реформованих сільськогосподарських підприємствах базуються на комбінаціях лінійних, штабних і функціональних систем управління.

Питання вдосконалення структури управління в аграрних підприємствах розглядалися в наукових працях багатьох дослідників. Турченко М.М. бачить корекцію СУ в організації системи дивізій з відповідними центрами функціональної відповідальності, що формують гнучку управлінську модель [3]. Однак, незважаючи на досить вагомий результат наукових пошуків у цьому напрямі, на наш погляд, залишаються невирішеними проблемні аспекти, які стосуються корекції СУ відповідно сучасних соціально-економічних умов розвитку аграрних формувань.

Формування організаційної структури підприємств здійснюється саме в такій послідовності:

- поділ всього обсягу робіт на спеціалізовані завдання;
- угруповання цих завдань з метою визначення функціональних видів робіт;
- формування на основі функціональних видів діяльності спеціальних підрозділів та закріплення за кожним видом роботи фахівців (горизонтальний спеціалізований поділ праці);
- делегування повноважень і розподіл відповідальності;
- визначення числа рівнів в ієрархії управління [2].

Сам процес управління виробництвом складається з окремих управлінських циклів, кожен з яких можна розділити на самостійні операції. Цими операціями, як відомо, є збір та передавання інформації про об'єкт управління, її обробка й аналіз вироблення на основі цього аналізу управлінського рішення, передавання рішення на об'єкт управління та його реалізація цим об'єктом, порівняння отриманих

внаслідок реалізації рішення показників з їх плановими величинами. Різні ситуації, з якими керівництву доводиться мати справу, взаємопов'язані. Також процес управління, який реагує на вплив будь-якої ситуації, в свою чергу, викликає появу інших процесів управління, які викликають нові процеси, що дає змогу утворити постійні управлінські цикли. Базою всіх управлінських процедур являється інформація про процес обміну цією ж інформацією. До процесу управління на підприємстві висувається кілька важливих вимог. Насамперед, процес управління повинен мати такі особливості, як: безперервність, циклічність, послідовність, нерівномірність, відносна змінність та сталість. Однак, головна вимога до організації управління на підприємстві полягає в тому, що система управління повинна мати більше різноманіття та швидкодію програм, що відповідає можливій варіативності впливу середовища на систему, що управляється.

Важливим напрямом удосконалення СУ є організація кластерного принципу побудови підприємницької моделі. Формування на базі аграрних формувань територіально-галузевого науково-виробничого кластеру передбачає концентрацію та спеціалізацію діяльності підприємства з формуванням на території замкнутих циклів: «виробництво – зберігання – переробка – реалізація продукції» на засадах інтеграції з використанням механізмів корпоратизації та кооперації для одержання конкурентоспроможної продукції. Через те що в умовах становлення ринкових відносин було ліквідовано централізоване постачання агропідприємств, виникає необхідність у створенні спеціалізованих регіональних агросервісних служб. Доцільним є створення на великих підприємствах переробних потужностей з виробництва продукції добавленої вартості рослинництва і тваринництва.

Бібліографічний список:

1. Кудінова М.М. Підвищення ефективності управління підприємством шляхом удосконалення організаційної структури. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2018. № 3. С. 200.

2. Нагаєв В.М., Шевченко Е.А. Удосконалення структури управління у великих за розмірами державних аграрних формуваннях. *Вісник Харківського національного аграрного університету*. В.В. Докучаєва. 2009. № 10. С. 111-119.

3. Турченко М.М. Проектування раціональної організаційної структури управління структурних підрозділів організацій аграрного сектору АПК: навчальний посібник. Харків: ТОВ. СТАС, 2002. 42 с.

УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПРАЦІ ТА ПРОДУКЦІЇ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА

Бородяна М.Р., здобувач вищої освіти*,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

В умовах вступу України до СОТ питання якості набувають принципово важливого значення, адже насиченість розвинутого ринку сільськогосподарської продукції примушує виробників запроваджувати сучасні стандарти якості. У цьому сенсі практичного значення набувають питання удосконалення системи аграрного менеджменту (САМ), яка спрямована на досягнення оперативних і стратегічних цілей виробництва.

Якість продукції – це сукупність її властивостей, що зумовлюють придатність задовольняти певні потреби відповідно до її призначення. Виробництво високоякісної продукції дає потрійний зиск: 1) зниження виробничих витрат, 2) підвищення доходу, 3) розширення ринків збуту продукції [1].

Високої якості продукції неможливо досягти без належної якості праці. Якість праці – це сукупність властивостей процесу трудової діяльності, зумовлених здібністю і намаганням працівника виконувати певне завдання відповідно до встановлених вимог [2]. Вона залежить від складності, інтенсивності продуктивності роботи, від професійної підготовки працівників, їх матеріальної зацікавленості в результатах праці, дисциплінованості тощо.

Об'єктом дослідження було обрано Агрофірму «Чугуївську» Товариство з обмеженою відповідальністю Чугуївського району Харківської області. На рис. 1, наведена існуюча структура управління господарства, яка побудована за територіальним принципом і має рослинницьку виробничу спрямованість.

На підприємстві питання якості продукції є центральним елементом системи аграрного менеджменту. Для визначення оцінки складових системи аграрного менеджменту нами були використані критеріальні ознаки за експертною оцінкою виробничих ситуацій. Критеріями її оцінки було обрано показники, які визначені системою

* Науковий керівник – доктор педагогічних наук, професор В.М. Нагасв

операційного менеджменту. Загальна середня оцінка якості складає 3,9 бали. 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 (3,3). При цьому оцінка якості праці складає: у групі загального керівництва – 4,6 бали, у групі бригадирів бригад – 3,8 бали, у групі спеціалістів – 3,5 бали.

Аналіз проведених досліджень дозволяє нам зробити такі висновки: для удосконалення процесу управління якістю праці та продукції у АФ «Чугуївська» пропонується впровадити такий комплекс заходів[3]:

- розробити методикку забезпечення якості на всіх етапах життєвого циклу продукції;
- удосконалити стандарти на сільськогосподарську продукцію в напрямі підвищення вимог до якості;
- сформувати дієву систему мотивації праці за підвищення якості;
- розробити програми поетапного підвищення кваліфікації кадрів;
- створити на підприємстві творчу робочу атмосферу, за якої кожен працівник зміг би з більшою ефективністю впливати на якість продукції;
- розробити для керівного персоналу «пам'ятки-карти якості», де б визначалися принципи і критерії про систему якості праці та її функціонування.

У відповідності до вищевказаних вимог у АФ «Чугуївська» пропонується впровадити комплексну систему управління якістю праці і продукції, яка буде інтегрована в існуючу систему управління підприємством. У новоствореній організаційній моделі управління відокремлюються три основні підсистеми діяльності: 1) виробництво; 2) переробка; 3) реалізація. Комплексна система управління якістю включатиме підсистеми: планування і стимулювання, аналізу і оцінки якості продукції, технології виробництва і переробки продукції, інформаційного забезпечення, контролю якості виробництва, переробки і реалізації продукції. Відповідальність кожної підсистеми буде покладена на керівників і спеціалістів відповідної функції управління. Це забезпечить проведення єдиної політики з питань якості на всіх стадіях життєвого циклу продукції, впровадження досягнень науки і техніки, використання економічних стимулів, додержання планової, трудової, технологічної і виконавчої дисципліни. Регламентация діяльності буде забезпечена «Положенням про організацію управління якістю праці і продукції» АФ «Чугуївська».

З метою удосконалення системи аграрного менеджменту у господарстві пропонується розробити і провести комплекс таких заходів: розробити методику оцінки підсистем САМ на всіх етапах життєвого циклу продукції; впровадити сучасні технічні засоби з метою забезпечення якісного виконання сільськогосподарських робіт; удосконалити стандарти на сільськогосподарську продукцію в напрямі підвищення вимог до якості; впровадити сучасні форми і методи управління підприємством та його підрозділами; сформувати дієву систему мотивації праці; розробити програми поетапного підвищення кваліфікації персоналу; сформувати принципи і критерії розвитку системи аграрного менеджменту.

Бібліографічний список:

1. Кравченко В.П. Якість праці та її продуктивність. *Наукові праці Кіровоградського державного технічного університету. Економічні науки*. Ч. II. Вип. 4. Кіровоград: КДТУ, 2003. С. 249-253.

2. Михайлова Л.І. Проблеми сутності, значення та оцінки якості менеджменту в агроформуваннях. *Вісник ХНАУ*. 2004. Вип. 3-4 (13-14). С. 14-18.

3. Нагаєв В.М. Удосконалення організації системи якості управлінської праці в аграрних формуваннях. *Вісник ХНАУ*. 2011. № 5. С. 52-65.

УДК: 339.148

ЗАКОРДОННИЙ ДОСВІД РОЗВИТКУ ДІЛОВОГО ТУРИЗМУ

Бутенко А.О., здобувач вищої освіти*,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

Діловий туризм – це подорожі з метою здійснення робочих зустрічей, переговорів, конференцій, семінарів та інших заходів, пов'язаних з бізнесом. Цей вид туризму стає все більш популярним, і багато країн докладають зусиль для розвитку інфраструктури та послуг для ділових подорожей.

* Науковий керівник – кандидат економічних наук, професор С.О. Зайка

У світі є багато країн, які активно працюють над розвитком ділового туризму. Серед них можна виділити:

США. США мають дуже розвинену індустрію ділового туризму, яка є однією з найбільших у світі. У багатьох великих містах США є великі конференц-центри та виставкові комплекси, які приваблюють багато бізнес-туристів з усього світу.

Велика Британія. Лондон - один з найбільших і найбільш популярних міст для ділових зустрічей в світі. У Великій Британії є велика кількість виставкових центрів, конференц-центрів та готелів, які спеціалізуються на обслуговуванні бізнес-туристів.

Франція. Париж є одним з найпопулярніших міст для ділових зустрічей в Європі. У Франції є велика кількість виставкових центрів та конференц-залів, а також різноманітні послуги для бізнес-туристів.

Китай. Китай є країною з швидко зростаючою економікою, тому велика кількість бізнес-туристів відвідує китайські міста, такі як Пекін, Шанхай та Гуанчжоу. У Китаї є велика кількість виставкових центрів та конференц-залів, а також багато готелів, які спеціалізуються на обслуговуванні бізнес-туристів.

Німеччина. Німеччина є однією з провідних країн Європи щодо ділового туризму. У багатьох містах є виставкові центри та конференц-зали, які відвідують багато бізнес-туристів. Крім того, в Німеччині є багато компаній, які спеціалізуються на організації ділових поїздок.

Японія. Японія є однією з найбільш розвинених країн світу, і її столиця Токіо є одним з найбільших центрів ділового туризму в Азії. У Японії є багато виставкових центрів та конференц-залів, а також багато готелів, які спеціалізуються на обслуговуванні бізнес-туристів [1-5].

У більшості країн, що розвивають діловий туризм, докладаються значні зусилля на створення відповідної інфраструктури та послуг [1]. Це включає в себе будівництво виставкових центрів, конференц-залів та готелів, а також покращення транспортної інфраструктури та інших послуг для бізнес-туристів. Крім того, багато країн активно пропагують свої можливості для ділового туризму на міжнародних виставках та інших заходах, щоб залучити до себе більше бізнес-туристів.

Значна увага також приділяється підготовці кадрів для обслуговування бізнес-туристів, зокрема мовній підготовці та навичкам ведення бізнес-спілкування.

Діловий туризм може мати значний вплив на економіку країни, зокрема на зростання ВВП та зменшення безробіття. Крім того, він може сприяти розвитку туристичної індустрії, збільшенню кількості готелів, ресторанів та інших послуг.

У світі діловий туризм є досить розвиненим напрямом туристичної сфери, що забезпечує стабільний потік туристів у країни, що активно розвивають цей напрям [4]. Країни, які вкладають зусилля у розвиток ділового туризму, приваблюють більше іноземних інвестицій та розвиваються економічно.

Таким чином, діловий туризм – це важливий напрямок туризму, який активно розвивається за кордоном. У країнах, де цей він добре розвинений, надається велика увага розвитку інфраструктури та послуг для забезпечення комфортного перебування бізнес-туристів. Навчання та підготовка персоналу для забезпечення високої якості обслуговування та бізнес-спілкування також має велике значення.

Діловий туризм може мати значний вплив на економіку країни, зокрема на зростання ВВП та зменшення рівня безробіття, і сприяти розвитку туристичної індустрії. Він є важливим інструментом для приваблення іноземних інвестицій та підвищення статусу країни на міжнародному рівні. Країни, що активно розвивають цей напрям, мають можливість привабити більше бізнес-туристів та стати лідерами в галузі ділового туризму.

Бібліографічний список:

1. Zaika S. O. Business tourism industry: evolution and principles of organization // *Modern Issues of Physical Education, Sports, Tourism-Local History, and Physical Culture, and Recreation Work*. Monograph. Scientific editors: Nataliia Khlus and Tadeusz Pokusa. Opole: The Academy of Applied Sciences – Academy of Management and Administration in Opole, 2023. P. 5-45.

2. Zaika S. O., Kharchevnikova L. S. The role of innovations in the development of tourism. *Глобалізація та розвиток інноваційних систем: тенденції, виклики, перспективи*. матеріали I Міжнародної науково-практичної конференції (3-4 листопада 2022 р.). ДБТУ. Харків, 2022. С. 76-78.

3. Грідін О. В., Заїка С. О. Інноваційний розвиток туристичної сфери України: стан, проблеми, перспективи. *Актуальні проблеми та перспективи розвитку агропродовольчої сфери, індустрії гостинності та торгівлі: тези доповідей Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції* (2 листопада 2022 р.). ДБТУ. Харків, 2022. С. 260-261.

4. Корнілова Н. Досвід організації ділового туризму в країнах світу. *Молодий вчений*. 2018. (10(62)). С. 813-820.

5. Туристичні послуги і турсервіс: концепт лекцій для студентів денної та заочної форми навчання / Упорядники: С.М. Калініченко, С.О. Заїка. Харків: ДБТУ, 2023 108 с.

ФОРМУВАННЯ СПЕЦІАЛІЗАЦІЇ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Власенко Т.В., кандидат економічних наук, доцент,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна
Єременко В.В., здобувач вищої освіти,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна
Омельченко О.С., здобувач вищої освіти,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

Спеціалізація є досконалою формою організації виробництва аграрних підприємств, яка дає змогу сконцентрувати виробництво окремих видів сільськогосподарської продукції на певних територіях, регіонах, областях, районах та підприємствах. Це дає можливість підвищення економічної ефективності господарюючих суб'єктів. Проведення реформи з децентралізації в регіональній політиці на основі європейських практик дозволило розпочати інтенсивну модернізацію та відбудову інфраструктури України.

Дослідження вітчизняних (до початку воєнних дій) та закордонних науковців показують, що від спеціалізації аграрних підприємств можна досягти підвищення продуктивності праці у 2,5-3,0 рази, зменшити собівартість у 1,3-1,5 рази, а також знизити трудомісткість у 2,5-3,0 рази [1]. Однак воєнні дії внесли суттєві корективи. Так окупація частини території, часткове замінування звільнених територій, часткова релокація переробних підприємств до західних областей, руйнування інфраструктури, спонукають до суттєвої зміни спеціалізації аграрних підприємств, наслідки якої необхідно буде оцінити.

До основного показника, який характеризує рівень спеціалізації виробництва, як процесу суспільного поділу праці відноситься питома маса галузей в структурі товарної продукції. Структуру товарної продукції можна вважати, як найбільш точну характеристику галузевої структури, а основним недоліком використання, наприклад, валової продукції, як первісного результату взаємодії факторів виробництва є те, що вона визначається у порівняльних цінах, які суттєво відстають від дійсних на ринку [2].

На початку своєї незалежності питома вага продукції рослинництва у структурі товарної продукції сільського господарства в середньому по Україні становила 37,3 %. В сучасних умовах ситуація докорінно змінилася і питома вага рослинницької галузі перевищує

80%. Показник питомої ваги даної галузі коливається від 78 % в зоні Лісостепу до 85 % у Степній зоні (6,7 %), тоді як до трансформації коливання становило від 26,7 % у зоні Полісся до 42 % у зоні Степу 16 %.

Природньо родючий чорнозем і слабке зволоження зони Степу є передумовою розвинення виробництва зерна, вирощування олійних культур, овочівництва, м'ясного скотарства та свинарства, птахівництва. Зону Лісостепу характеризують переважно чорноземні ґрунти та більш інтенсивне зволоження, що сприяє поглибленню спеціалізації аграрних підприємств на буряківництві, вирощуванні зернових та зернобобових культур, цукрових буряків, м'ясо-молочному скотарстві, свинарстві та птахівництві. Аналіз стану територіальних громад у повосенний час дозволить на основі розробленої їх класифікації по ступеню ураження та руйнування інфраструктури запропонувати рекомендації по їх відновленню, розвитку в нових умовах з коригуванням основної спеціалізації аграрних підприємств через відбудову нових переробних підприємств та транспортних хабів.

Бібліографічний список:

1. Шувар І. Про родючість ґрунтів треба дбати постійно. *Агробізнес сьогодні*. 2011. № 20 (219). С. 34-36.
2. Мазнев Г.Є., Власенко Т.В. Принципи державного регулювання в управлінні галузевою структурою аграрних підприємств. *Вісник ХНТУСГ: Економічні науки*. 2016. Вип. 177. С. 94-101.
3. Vlasenko T., Vlasovets V. Status and trends of agricultural enterprises in Ukraine in terms of market agricultural machinery. *Econtechmod: An international quarterly journal*. 2016. Vol. 5. No. 3. P. 159-170.

УДК: 377

ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ВИКОРИСТАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В ОСВІТНЬОМУ ПРОЦЕСІ

Волкова Н.В., кандидат наук з державного управління, доцент,
Комунальний заклад вищої освіти
«Дніпровська академія неперервної освіти»
Дніпропетровської обласної ради, Україна
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-0795-9778>

Штучний інтелект – це процес використання комп'ютерів і машин для імітації людського сприйняття, прийняття рішень та інших

процесів для виконання завдання [1]. Штучний інтелект може бути корисним інструментом в освітньому процесі, забезпечуючи нові можливості для навчання та підвищення якості освіти. «Хоча штучний інтелект на основі машинного навчання все ще перебуває в зародковому стані, цей підхід уже показав вражаючі результати, коли мова йде про складні рішення, наприклад, оцінювання письмових відповідей студентів або аналіз великих складних наборів даних» [1].

Оскільки штучний інтелект продовжує розвиватися, а використання даних зростає, вкрай важливо краще розуміти його вплив на навколишній світ. Так, у лютому 2023 р. Україну вилучили зі списку країн, у яких заблоковано ChatGPT. У той же час у березні 2023 р. Італія заблокувала чат-бот зі штучним інтелектом ChatGPT через занепокоєння обробкою персональних даних своїх громадян. Після того, як у березні 2023 р. штучному інтелекту GPT-4 вдалося обійти перевірку та переконати людину, що він не є роботом, в США стали закликати до мораторію на розробку найбільш просунутих систем. Так, некомерційна організація Future of Life у відкритому листі закликає зупинити розробки систем штучного інтелекту, потужніших від чат-бота GPT-4. Паузу в розробках пропонують використати для впровадження спільних протоколів безпеки для штучного інтелекту. У разі неможливості впровадження такого мораторію підписанти (не понад тисяча технічних лідерів та дослідників, включно з Ілоном Маском) закликали уряди втрутитися, оскільки вони вважають, що штучний інтелект несе великі ризик для людства. Однією з основних загроз від штучного інтелекту критики таких розробок називають блискавичне поширення дезінформації, а також ризик того, що люди будуть покладатися на ці системи для отримання медичних та емоційних порад, а не звертатися до фахівців.

Упередженість у використанні штучного інтелекту виявляються і в учасників освітнього процесу у вигляді відсутності впевненості в справедливості результатів оцінки знань, неправильного тлумачення змісту роботи учня. Через вбудоване зміщення вхідних даних (коли низькі бали за знання можуть бути наслідком меншої кількості можливостей для учнів, а не відмінностей у здібностях) та використання штучним інтелектом тренду (коли погана продуктивність навчання у минулому передбачає погану майбутню продуктивність) штучний інтелект вважається недосконалим та таким, що тільки доповнює живу працю педагога. До речі, в США проводять дослідження, спрямовані на пошук причин та способів усунення упереджень, які викликає штучний інтелект в процесі оцінювання рівня знань здобувачів освіти.

У США перед федеральним урядом поставлена задача надати додаткове фінансування штатам для досліджень і розробок передових технологій, виділення інвестицій в професійний розвиток педагогів та ефективне використання ними системи оцінювання, зокрема формувального оцінювання. Такі країни, як Фінляндія та Австралія, інвестують значні кошти в підтримку педагогів для ефективного використання ними формувального оцінювання, і саме ці країни США вважає зразком для наслідування.

В Україні на сайті Нової української школи з'явилась добірка порад вчителям по формуванню запитів для Chat-GPT, необхідних для покращення проведення уроків та позакласної діяльності (<https://nus.org.ua/articles/dobirka-zapytiv-u-chat-gpt-yaki-tochno-polegshat-robotu-vchytelyam/>).

Існує два типи штучного інтелекту. Перший тип використовує правила прийняття рішень для вироблення рекомендацій. Це основна форма штучного інтелекту, прикладом якої є інтелектуальна система навчання (ITS), яка може мати детальний і конкретний зворотній зв'язок із здобувачами освіти [1].

Другий тип, заснований на машинному навчанні, є більш потужним, оскільки машини дійсно можуть навчатися та ставати кращими з часом, особливо коли вони працюють із великими багатопаровими наборами даних. У випадку освіти інструменти штучного інтелекту на основі машинного навчання можна використовувати для різноманітних завдань, таких як моніторинг активності студентів і створення моделей, які точно передбачають результати студентів.

Всередині штучного інтелекту є й інші важливі відмінності, в основному залежні від технологічних випадків використання. Один різновид обертається навколо обробки природної мови, тобто використання машин для розуміння тексту. Така технологія, як автоматичне оцінювання есе, використовує обробку природної мови. Другий різновид штучного інтелекту базується на оптичних системах для оцінювання робіт здобувачів освіти. Учень, наприклад, може сфотографувати рівняння, і машина оцінить його. Нарешті, існують системи штучного інтелекту, засновані на розпізнаванні голосу. Ці системи є основою таких інструментів, як Siri та Alexa, і експерти досліджують способи використання голосового штучного інтелекту для діагностики читання та інших академічних проблем [1].

Вважаємо, що запровадження штучного інтелекту в освіті не знецінить живу працю педагога, а виведе її на новий рівень. На сьогоднішній день можливості штучного інтелекту розкриваються у наступних процесах [2]:

1) Автоматизація адміністративних та рутинних процесів -приведе до вивільнення часу для педагога від виконання рутинних справ, таких, як організаційні та адміністративні завдання таких, як, час на оцінювання тестів, домашнього завдання, оформлення необхідної документації, підготовку звіту про успішність, організацію ресурсів і матеріалів для занять, впорядкування та актуалізація навчальних матеріалів тощо.

2) Персоналізація навчання, налаштування навчальних програми для учнів відповідно до пізнавальних потреб і особливостей (напр., необхідності повторення) заради зручності і комфорту засвоєння знань, адаптивності процесу навчання.

3) Глобалізація доступу до знань для здобувачів освіти, які бажають вивчати предмети, недоступні в їх закладі освіти або недоступні через фізичні особливості та хвороби.

4) Розумне створення та актуалізація контенту, цифрових посібників на основі інтелектуального аналізу освітніх даних, діагностики труднощів у навчанні .

5) Надання послуг з професійної орієнтації.

6) Застосування різних способів для кращого сприйняття інформації – симуляції, візуалізації та створення веб-навчального середовища (віртуальної реальності). Дозволить здобувачам освіти поглиблювати свої знання та навички в більш ефективний спосіб.

7) Розширення ресурсів для навчання педагогів, отримання ними вичерпної інформації.

8) Асистування роботи вчителя в класі для виявлення прогалин у засвоєнні учнями певних питань.

9) Цілодобове консультування здобувачів освіти за допомогою ботів.

Концепція розвитку штучного інтелекту в Україні визначає пріоритетними для реалізації завдань державної політики розвитку галузі штучного інтелекту наступні сфери: освіта і професійне навчання, наука, економіка, кібербезпека, інформаційна безпека, оборона, публічне управління, правове регулювання та етика, правосуддя. Зокрема, у сфері загальної середньої освіти передбачається: удосконалення навчально-методичної бази; організація курсів для педагогічних працівників щодо роботи з даними та основ штучного

інтелекту; поширення цифрової грамотності серед школярів (застосування цифрових інструментів для розв'язання прикладних задач, пошук інформації в інтернеті, захист персональних даних, медіаграмотність, цифрова гігієна тощо) [3].

Як технологія, штучний інтелект несе свої етичні дилеми та виклики, але їх слід інтерпретувати в контексті викладання та навчання, щоб реалізувати уявні можливості [4].

Використовуючи штучний інтелект і дані в освіті, слід враховувати Етичні рекомендації щодо використання штучного інтелекту та даних у викладанні та навчанні для педагогів, опубліковані Європейською комісією в жовтні 2022 року. Ці рекомендації, серед іншого, розглядають приклади використання штучного інтелекту в освіті, базові етичні принципи, вимоги до надійного штучного інтелекту, методичні рекомендації для вчителів та директорів шкіл, використання навідних запитань, підвищення обізнаності та залучення громади, нові компетенції для етичного використання штучного інтелекту та даних.

Отже, як показує зарубіжний досвід, використання технологій штучного інтелекту в освіті за умови дотримання етичних правил може допомогти покращити якість навчання, забезпечити індивідуальний підхід до кожного здобувача освіти та зробити процес навчання більш ефективним, комфортним та цікавим.

Бібліографічний список:

1. Jimenez, Laura; Boser, Ulrich (2019). Future of Testing in Education: Artificial Intelligence (Майбутнє тестування в освіті: штучний інтелект). URL: <https://www.americanprogress.org/article/future-testing-education-artificial-intelligence/>
2. Harper, Tiffany (2021). Top 7 Ways Artificial Intelligence Is Used in Education. URL: <https://trainingmag.com/top-7-ways-artificial-intelligence-is-used-in-education/>
3. Концепція розвитку штучного інтелекту в Україні, схвалена розпорядженням Кабінету Міністрів України від 2 грудня 2020 р. № 1556-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1556-2020-%D1%80#Text>
4. Gkountouma, Maria (2023). AI and data use in education: the European Commission's ethical guidelines (ШІ та використання даних в освіті: етичні рекомендації Європейської комісії). URL: <https://media-and-learning.eu/type/featured-articles/ai-and-data-use-in-education-the-european-commissions-ethical-guidelines/>

ФАКТОРИ ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА, ЯКІ ВПЛИВАЮТЬ НА СТРАТЕГІЮ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Воронкова А.А., кандидат економічних наук, доцент,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-0523-3156>

Остахов Д., здобувач вищої освіти,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

Дергачівщина славиться не лише розвитком аграрного сектору, але й розвитком промисловості. Промисловість району представлена всіма основними видами діяльності, провідними з яких є машинобудування, хімічна та нафтохімічна промисловість, харчова промисловість та виробництво інших неметалевих виробів на які припадає майже 79,2% обсягів реалізації промисловості району. У м. Дергачі відомі такі підприємства, як ТОВ НВК «Реалпакс», ТОВ «Едельвейс», ТОВ ІВП «Оніпласт», ТОВ «Амкор Тобакко Пекеджинг Україна», ТОВ «Слобожанський миловар». Одним з таких підприємств є й наше досліджуване підприємство ТОВ«АВВ-100», яке зареєстроване та здійснює свою діяльність у м. Дергачі а своїми виробами задовольняє попит замовників у бджолярському устаткуванні і різноманітному бджолярському реманенті. ТОВ «АВВ – 100» вже більше 20 років підтримує розвиток бджільництва України, забезпечуючи пасічників необхідним обладнанням та інвентарем.

Нині в ринкових умовах немає жодного підприємства, яке б не мало стратегії розвитку, тобто плану дій для досягнення намічених цілей. Як нема двох ідентичних підприємств, так нема жодних двох однакових чи тотожних систем стратегічного управління розвитком підприємства. Ми стратегічне управління розглядаємо як багатоплановий, формально-поведінковий управлінський процес, за допомогою якого реалізуються намічені цілі підприємства шляхом проведення необхідних змін в його діяльності. За допомогою стратегічного управління відбувається взаємодія підприємства з його внутрішнім та зовнішнім середовищем.

Характерні риси обраної системи стратегічного управління конкретного підприємства залежать від взаємодії таких чинників як: галузева приналежність; організаційної структури управління, розміру

підприємства; типу виробництва, рівня його спеціалізації, концентрації та кооперації; характерних рис виробничого потенціалу, рівня ресурсного забезпечення; рівня застосування результатів науково-технічного прогресу; рівня кваліфікації управлінського персоналу та інших чинників.

Різні підходи до обґрунтування стратегії розвитку підприємства і побудови відповідної системи стратегічного управління потребують чіткого уявлення про зовнішнє середовище, його вплив на конкурентоспроможність підприємства, а також внутрішній потенціал, ресурсне забезпечення конкретного підприємства, його переваги та переваги його продукції. Але при цьому слід враховувати, що у довгостроковому періоді ефективність діяльності любого підприємства прямо залежить від стабільності ринків збуту, наявності достатньої кількості споживачів, які не лише матимуть бажання купити продукцію, але будуть їй купівельно-спроможними.

Так, як діяльність досліджуваного нами підприємства націлена на забезпечення пасіки необхідним устаткуванням та реманентом, то їй залежить від стану та розвитку бджільництва в Україні та світі. Бджільницькому ремеслу вже більше 6 тисяч років, а його продукція – мед, протягом віків залишається одним з корисним та цілющим продуктом, що широко використовується у споживанні людьми та лікуванні багатьох хвороб. Бджоли також несуть користь людуству, бо запилюють рослини, підтримують ріст дерев, квітів та утворення плодів.

Україна має сприятливі кліматичні умови та можливості для розвитку бджільництва. На привеликий жаль, цей розвиток знаходиться на аматорському рівні. Переважна кількість пасік в Україні знаходиться у приватній власності, має незначні розміри, тобто до 50 бджолосімей. 25-30 % становлять пасіки, що мають декілька сотень сімей, а більше однієї тисячі бджолосімей – 3-5 %. Слід зазначити, що пасіка стає рентабельною, починаючи від 100 бджолосімей.

Корисним є досвід розвитку бджільництва в Канаді та ряду розвинених країн світу, де продуктивність однієї бджолосімі більша вища, ніж в Україні, бо там виробництво меду знаходиться на промисловому рівні, і в цих країнах на відміну від України, промислове бджільництво користується всебічною підтримкою держави.

На практиці промислові пасіки з великою кількістю бджолосімей (від 500 і більше) мають незаперечні переваги перед дрібними, мають: більші можливості для застосування високопродуктивної техніки й механізмів; більш прогресивні технології догляду за бджолами. Витрати

промислових пасік на придбання техніки у розрахунку на одну бджолосім'ю менші, ніж на дрібних пасіках.

Сучасні вимоги потребують переходу українських бджолярів на європейські стандарти виробництва і якості продукції, а держава при цьому має їх захищати.

Як бачимо, розвиток бджільництва впливає на розвиток підприємств, які виробляють та забезпечують їх необхідним технічним інвентарем, а продуктивність і рентабельність пасіки напряму залежить від технічного оснащення, що задовольняє умови життя бджолиної сім'ї, від ціни і якості бджільницького устаткування.

Сучасні технології і оснащення пасіки - це результат співпраці цілої плеяди вчених і майстрів-винахідників, синтезу досягнень сільськогосподарської науки і машинобудівної промисловості, широке застосування принципів наукової організації праці, менеджменту і маркетингу.

Керівництво, спеціалісти ТОВ «АВВ-100» докладають багато зусиль для модернізації, оновлення і розширення асортименту продукції, та виходу на зовнішні ринки збуту.

Нині ТОВ «АВВ-100» розширює асортимент продукції, впроваджує елементи електроніки і автоматики, покращуючи функціонування і технічні характеристики бджільницького обладнання. Унікальними позиціями виробництва ТОВ «АВВ-100» є вальці, що виготовляються за технологією відомого винахідника В.І. Ломакіна, та агрегат для виготовлення вощини. Саме штучна вощина вважається одним із найважливіших винаходів у сучасному бджільництві, а її використання значно полегшує бджолам відбудовувати стільники. Агрегатами від компанії «АВВ –100» успішно користуються виробники вощини більше 30 країн світу.

Керівництво ТОВ «АВВ-100» до своїх переваг відносить: успішне перебування на ринку бджільництва більше 20 років; збереження унікального методу виготовлення пресованої вощини; наявність перспективної виробничої бази; регулярні розробки власних нових виробів; оптимальні ціни та високу якість своєї продукції; пшидке виготовлення індивідуальних замовлень; гарантійне обслуговування своїх клієнтів; індивідуальна увага кожному клієнту; наявність музею ім. В.І. Ломакіна на території підприємства; регулярна участь у заходах, присвячених бджільництву; наявність свого магазину від виробника [1].

Сьогодні перед досліджуваним нами ТОВ «АВВ-100» стоїть ряд проблем, а саме: відсутність державної підтримки, відсутність державних джерел фінансування інноваційного розвитку, дорогі

кредитні ресурси, які унеможливають підвищення, поліпшення рівня матеріально-технічного забезпечення підприємства. Попит на продукцію ТОВ «АВВ-100» має сезонний характер, тобто в міжсезонний період треба знаходити можливості для забезпечення роботою і відповідним заробітком штатних працівників.

Керівництво ТОВ «АВВ-100» використовує всі можливості для своєчасного забезпечення українських бджолярів всім необхідним, підприємство може працювати на свого споживача не тільки в Україні, але й за кордоном. Мета керівництва ТОВ «АВВ-100» – зберегти історію та традиції, а також сприяти розвитку українського та світового бджільництва [1].

Бібліографічний список:

1. Традиції і досвід на службі бджільництву. URL: <https://avv-100.com.ua/>

УДК: 330.341

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЯК ОСНОВА ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

В'юнник О.О., здобувач вищої освіти*,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

Наразі все більш актуальним стає питання соціальної відповідальності бізнесу. Підприємства будь-якого розміру, як глобальні корпорації, так і малі фірми, переглядають свої підходи та розробляють нові стратегії, які дозволяють їм краще відповідати на потреби своїх клієнтів, партнерів, суспільства та навколишнього середовища. Принципи соціальної відповідальності стають необхідною складовою успішної стратегії, що підсилює репутацію підприємства, залучає клієнтів та зберігає талановитих працівників.

Соціальна відповідальність є одним з найважливіших аспектів успішного розвитку сучасного підприємства. Це поняття означає, що підприємство не тільки займається виробництвом та продажем товарів та послуг, а й несе відповідальність перед суспільством та довкіллям. Соціальна відповідальність повинна стати основою інноваційного розвитку підприємства.

* Науковий керівник – кандидат економічних наук, професор С.О. Зайка

Відповідальність перед суспільством означає, що підприємство повинно дотримуватися законодавства та етичних принципів, сприяти розвитку спільноти, допомагати вирішувати соціальні проблеми та забезпечувати безпеку працівників та споживачів. Це означає, що підприємство повинно зберігати добрі стосунки з людьми та допомагати вирішувати проблеми, які стосуються не тільки бізнесу, але й соціальної сфери.

Відповідальність перед довкіллям означає, що підприємство повинно забезпечувати сталий розвиток та берегти природні ресурси [1]. Підприємство повинно дотримуватися екологічних норм та стандартів, забезпечувати енергоефективність та використання відновлювальних джерел енергії, а також зменшувати вплив на довкілля шляхом раціонального використання ресурсів та відходів.

Інноваційний розвиток підприємства залежить від того, наскільки ефективно воно здійснює соціальну відповідальність. Підприємство, яке дотримується соціальної відповідальності, може отримати значну підтримку від своїх споживачів та інвесторів, які будуть вважати його надійним та відповідальним бізнес-партнером. Це може допомогти підприємству збільшити свою конкурентоспроможність та залучити нових клієнтів [2].

Крім того, соціальна відповідальність може стати джерелом інновацій та нових рішень для підприємства. При здійсненні соціальної відповідальності підприємство може звернути увагу на потреби та проблеми своїх споживачів, розвивати нові продукти та послуги, які відповідають цим потребам. Також, дотримання соціальної відповідальності може стати стимулом для підприємства залучити талановитих та мотивованих співробітників, які хочуть працювати в команді.

Можливостями, які отримує підприємство завдяки соціальній відповідальності є:

- покращення репутації – створення позитивного іміджу допомагає збільшити цінність свого бренду та покращити взаємодію з клієнтами і партнерами, що може призвести до зростання продажів та надання конкурентних переваг;

- розвиток діалогу з партнерами – підприємства, що прагнуть бути соціально відповідальними, діляться своїми цінностями з партнерами та залучають їх до створення позитивного середовища для бізнесу. Це сприяє покращенню ефективності діяльності підприємства та розвитку нових інновацій;

– підвищення лояльності працівників – підприємство, яке пропонує своїм працівникам привабливі умови роботи, можливості для професійного розвитку та спільну корпоративну культуру, засновану на цінностях, залучає та утримує кваліфікованих працівників. Це сприяє зміцненню конкурентної позиції на ринку праці та забезпечує успішність діяльності.

– використання більш продуктивних технологій та ефективніше використання ресурсів допомагає економити енергію, воду та інші ресурси, а також зменшувати відходи виробництва.

– співпраця у сфері соціальної відповідальності може збільшити інвестиційну привабливість підприємства на зарубіжних фондових ринках та допомогти вийти на міжнародні ринки;

– інтеграція екологічних та соціальних аспектів у прийнятті рішень допомагає збільшити ефективність управління та знизити нефінансові ризики. Це дає можливість розширити горизонти планування та враховувати більш широкий спектр можливостей і ризиків, що створює умови для сталого довгострокового розвитку бізнесу [3].

Таким чином, соціальна відповідальність стає необхідним фактором для забезпечення сталого розвитку підприємств у довгостроковій перспективі, а інноваційний розвиток підприємства потребує не лише впровадження нових технологій, а й розуміння соціальних потреб та рішень, які сприяють покращенню якості життя співтовариств, з якими взаємодіє підприємство. Інтеграція соціальної відповідальності у діяльність підприємства дозволяє знизити ризики взаємодії зі співтовариством та забезпечити позитивний імідж підприємства. Більш того, соціальна відповідальність може сприяти залученню нових інвестицій та підвищенню інноваційного потенціалу підприємства.

Отже, соціальна відповідальність є не тільки моральним обов'язком підприємства, а й можливістю підвищення ефективності та конкурентоспроможності бізнесу. Інноваційний розвиток підприємства повинен базуватися на цінностях соціальної відповідальності, що дозволить створити сталий та успішний бізнес, який задовольнятиме не лише потреби акціонерів, а й враховуватиме інтереси всіх зацікавлених сторін.

Бібліографічний список:

1. Zaika S. Main factors of sustainable enterprise development. *Актуальні проблеми та перспективи розвитку обліку, аналізу та контролю в соціально-орієнтованій системі управління підприємством*: Матеріали V Всеукраїнськ. наук.-практ. конференції. м. Полтава (14-15 квітня 2022 р.). Полтава, 2022. С. 579-581.

2. Заїка С.О., Грідін О.В. Проблеми формування інноваційно-орієнтованої стратегії розвитку аграрних підприємств. *Аспекти стабільного розвитку економіки в умовах ринкових відносин*: матеріали у 2 ч. Ч. 1. Умань: Видавець «Сочінський М.М.», 2016. С. 90-91.

3. Чала Ю. В. Соціальна відповідальність підприємств як основа інноваційного розвитку сучасної економіки. *Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України*. 2014. С. 275-285.

УДК: 65.012.45

УПРАВЛІННЯ РИЗИКОЗАХИЩЕНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Гуторова О.О., кандидат економічних наук, доцент,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-4705-5482>

Кочетова К.М., здобувач вищої освіти,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

Сільськогосподарські підприємства для досягнення економічної стійкості сучасного підприємництва, насамперед, мають бути конкурентоспроможними. Конкурентоспроможність, своєю чергою, ґрунтується на реалізації стратегії сталого розвитку, що включає в себе оцінку ризиків і розроблення моделей їх попередження та зниження. За нестабільного розвитку підприємства різко скорочуються можливості конкурентної боротьби, падає рівень опірності до внутрішніх і зовнішніх загроз. Чим більш ризикозахищеною є соціально-економічна система, тим вона життєздатніша.

Своєчасна оцінка ризику, динамічний аналіз показників, що характеризують будь-який вид ризику, дають змогу не тільки мінімізувати негативні наслідки ризику, а й побудувати прийнятну динамічну модель управління ризиком і розробити найбільш ефективну та раціональну стратегію ризикозахищеності.

Ефективного управління ризиками можна досягти шляхом поетапного впровадження адаптивної динамічної моделі управління ризиками [1, 2]. Серед ключових етапів можна виділити такі.

1. Характеристика певного напрямку діяльності підприємства з точки зору планового рівня ризику.

Для керівництва підприємства вкрай важливо визначити основні сфери діяльності, де можливе виникнення ризику втрат з урахуванням специфіки бізнесу, галузевих особливостей і державної політики

стосовно даного сектору, в якому функціонує організація. У зв'язку з цим виникає наступне питання, пов'язане з характеристикою початкового рівня ризику при здійсненні певних видів діяльності. Тому цей рівень слід визначати виходячи з особливостей ринкових умов. Наприклад, розробка нового інноваційного продукту передбачає вищий рівень ризику, ніж застосування нового каналу інформаційного супроводу маркетингової діяльності в контексті рекламної політики.

Таким чином, формування початкових значень ризику ведення певної діяльності являє собою генеральну мету, на основі якої керівник планує свою роботу в організації та формує стратегію забезпечення стійкості щодо основних ризиків.

2. Вибір показників для оцінки ризиків, визначення критеріїв ефективності управління ризиками в умовах конкретної організації

Вибір показників починається з оцінки чинників впливу на величину початкового рівня ризику і передбачає такий набір дій:

- загальну якісну характеристику факторів впливу;
- порівняльну оцінку рівня значущості чинників на основі використання механізму ранжування пріоритетності та ступеня впливу;
- кількісну характеристику рівня впливу на основі використання механізмів та інструментів факторного аналізу;
- ідентифікацію чинників з погляду оцінки рівня можливості негативного впливу на діяльність організації при побудові певних сценаріїв. Класичний підхід пропонує виявлення трьох варіантів розвитку подій - оптимістичного, медіального та песимістичного;
- характеристика і вибір показників для оцінки обсягу можливого збитку і втрат з метою визначення можливих шляхів щодо їх мінімізації. Як приклад, можна навести варіант оцінки інвестування власних коштів підприємства з точки зору рівня очікуваного прибутку і величини очікуваних втрат;
- підсумком проведених організаційно-економічних розрахунків має стати вибір критеріїв ефективності управління ризиком з урахуванням вимог ринку і нормативних підходів усередині самої організації. Це відбувається внаслідок готовності до можливої появи ризикових вкладень суб'єкта підприємництва.

3. Реалізація пропонованих управлінських рішень з оцінки та оптимізації рівня ризику з визначенням конкретних центрів відповідальності та кола функціональних обов'язків виконавців. Для керівника в даному випадку вкрай важливо ефективно і своєчасно використовувати отримані дані з оцінки ризику та врахування факторів

впливу. На цьому етапі необхідно сформувавши дорожню карту заходів, спрямовану на зменшення та лімітування можливих ризиків. Цей етап тісно пов'язаний із визначенням і подальшою реалізацією стратегічних і тактичних ініціатив ризик-менеджменту в організації.

4. Розроблення програми дій зі зниження рівня ризику і співвіднесення його з нормативними показниками адаптивної динамічної моделі в стратегічному і тактичному аспектах.

Пропонована до реалізації програма дій передбачає опис конкретних заходів щодо зниження ризику на підприємстві, обсягів і джерел (співвідношення власних і позикових коштів) фінансування реалізації програми, конкретних виконавців і термінів виконання. Вироблення цієї програми дій здійснюватиметься виходячи з особливостей внутрішнього середовища підприємства з урахуванням обмежень зовнішнього середовища.

5. Контроль за виконанням програми дій щодо зниження рівня ризику, оцінка ефективності її реалізації на тактичному і стратегічному етапах.

Для скорочення негативних наслідків недостатності та необґрунтованості конкретних варіантів оцінки ризику доцільно всі показники, що використовуються в розрахунках, необхідно наводити у вартісному вираженні.

Дієве управління ризикозахищеністю підприємства неможливе без розвитку інформаційної інфраструктури та корпоративної культури господарюючого суб'єкта. Досягти ефективного ризик-менеджменту можна тільки за участі всіх співробітників організації в управлінні ризиками. Для цього необхідно сформувавши відповідну корпоративну культуру [4].

Механізм управління ефективно працюватиме тоді, коли на кожному з етапів процесу ризик-менеджменту проводитиметься якісна робота. У зв'язку з цим доцільно проводити не тільки кількісну оцінку ризиків, а й факторний аналіз впливу ризиків на показники бюджету та результати діяльності підприємства. Це дасть змогу отримати уявлення про реальні події, які безпосередньо впливають на фінансовий результат і мають вартісну оцінку.

Слід зазначити, що управління ризикозахищеністю підприємства полягає не тільки в безпосередньому зіткненні з ризиками та їх оптимізації. Своєчасне уникнення ризикової ситуації - також велике мистецтво і важке завдання, і тому можна виокремити три основні способи боротьби з ризиком, що використовуються в ризик-менеджменті.

1. Уникнення ризику (відмова від ризику) – цілеспрямоване ухилення від реалізації заходів, що несуть у собі неприйнятний для підприємства ризик.

2. Управління ризиком (зниження ризику) – страхування ризику шляхом резервування, диверсифікації, лімітування коштів і мінімізації наслідків у разі виникнення ризикової ситуації.

3. Передача ризику третім особам – розподіл ризику між кількома учасниками ринку шляхом страхування в спеціалізованих установах, розподілі ризиків.

Крім того, необхідно враховувати той інструментарій, який керівник має в своєму розпорядженні в умовах тієї чи іншої організації. Усі інструменти впливу в системі ризик-менеджменту можна поділити на низку умовних категорій:

а) превентивні заходи – надання прямого або непрямого впливу на джерело виникнення ризику;

б) адаптаційні заходи – зниження рівня ризику в умовах адаптації до змін у внутрішньому та зовнішньому середовищі;

в) комбіновані заходи – поєднання механізмів перших двох вищезазначених напрямів [3, 4].

Можна виділити три напрями вдосконалення механізмів захисту організацій від ризиків.

Перший напрям передбачає врахування та адаптацію політики ризик-менеджменту організації до змін зовнішнього середовища на основі використання механізмів прогнозування та планування рівня ризику в організації.

Незалежно від зовнішніх обставин господарюючі суб'єкти зобов'язані виявляти ризики, використовуючи надану інформацію. Передбаченість ситуації не свідчить про зумовленість втрат. Ризик-менеджмент має проводитися для того, щоб звести можливі втрати до мінімуму і за наявності можливості отримати користь із негативних явищ і процесів.

Другий напрям передбачає своєчасне розроблення та впровадження методичного забезпечення процесів ризик-менеджменту на підприємстві на основі використання інноваційних технологій і цифровізації бізнес-процесів.

Необхідно розвивати професійний досвід і компетенції керівництва в контексті сучасних методів і способів управління ризиком на різних стадіях діяльності організації. Як показує вітчизняна практика, досить часто саме підприємство в особі свого керівника виявляється нездатним чітко сформулювати свої цілі та вимоги до результату управління ризиком.

Третім напрямом удосконалення механізмів захисту підприємства від ризиків є підвищення рівня грамотності фахівців у сфері ризик менеджменту.

Бібліографічний список:

1. Бездітко О.Є. Управління ризиками сільськогосподарських підприємств: дис. канд. екон. наук: 08.00.04. Харків, 2013. 185 с.
2. Вітлінський В.В., Великоіваненко Т.І. Ризикологія в економіці та підприємництві: монографія. Київ: КНЕУ, 2004. 480 с.
3. Корецький М.Х. Державне регулювання аграрної сфери у ринковій економіці: монографія. Київ: УАДУ, 2002. 260 с.
4. Кравченко В.А. Сучасні стандарти ризик-менеджменту: основа дієвої системи управління маркетинговими ризиками компанії. *Маркетинг в Україні*. 2007. № 5. С. 36-40.

УДК: 338.2

ОПТИМІЗАЦІЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ В ОРГАНІЗАЦІЇ

Гуца Я.С., здобувачка вищої освіти,
Харківський національний університет міського господарства
ім. О.М. Бекетова, м. Харків, Україна
ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0006-3338-2510>

Правильно побудована стратегія компанії визначає ключові компетенції, якими повинна володіти і впроваджувати дана організація, щоб досягти успіху на ринку. Для реалізації цих компетенцій необхідні правильно спроектовані та впроваджені бізнес-процеси.

Ініціативи, що поліпшують бізнес-процеси, безпосередньо впливають на стратегічний успіх або невдачу організації. Тому варто задуматися про прийняття відповідного підходу до вдосконалення процесів для потреб організації.

Існує широкий спектр методів та інструментів для проектування та вдосконалення бізнес-процесів. Вони можуть бути розташовані вздовж осі, причому один полюс є радикальною зміною процесів, а інший – послідовним, поступовим прагненням до досконалості. Вибір правильного методу повинен відповідати характеру проекту, який треба здійснити, і змінам, яких треба досягти.

Найбільш масштабні і радикальні зміни в бізнес-моделі і процесах компанії пропонує методологія реінжинірингу бізнес-

процесів (РБП). На базі РБП були створені суміжні методи, засновані на трохи менш радикальних припущеннях, при цьому уникаючи помилок, допущених радикальним реінжинірингом, таким як опущення людського фактора в змінах, або впровадження радикальних змін в областях, де вони не принесуть компанії значної користі [1].

Методологією, яка набирає все більшої популярності, завдяки доведеній високій ефективності підходу, є Lean Sigma. Lean Sigma походить від поєднання принципів бережливого виробництва, прагнення до операційної ефективності.

Особливу увагу приділяють методам, пов'язаним з реінжинірингом через їх високу придатність для побудови та радикальної зміни процесів та методу Lean Sigma як комплексній методології, спрямованій на досягнення чудових операційних результатів за допомогою процесів, які ефективно приносять цінність клієнтам.

Методи, створені на основі реінжинірингу бізнес-процесів, належать до групи методів, що пропонують широкомасштабні, інноваційні та радикальні зміни бізнес-процесів. Сучасний, модифікований підхід до реінжинірингу процесів передбачає, що приділення часу аналізу поточного стану і формування висновків необхідно для пошуку інноваційних поліпшень в тих областях, де є реальні операційні проблеми.

У зв'язку з широким спектром організаційних змін, які реінжиніринг впроваджує в компанії, цей метод особливо варто використовувати в організаціях, яким необхідно внести великі зміни в свою процесну модель, викликані, наприклад, зміною стратегії компанії (зміна ключових компетенцій) або впровадженням нової технології (зміна моделі процесу), або в організаціях, які тільки починають свій бізнес, де процесна модель тільки будується.

Команда, яка проводить проект реінжинірингу, повинна підтримуватися експертами-методологами і складатися з менеджерів середньої ланки, менеджерів, відповідальних за поліпшені ділянки процесу, і співробітників, безпосередньо задіяних в процесах, що підлягають вдосконаленню. Лінійні працівники, на яких безпосередньо впливають заплановані поліпшення, мають найбільший досвід в даній області і часто найбільше ідей про те, як поліпшити той чи інший процес. Ідеальна ситуація, коли вони приходять з пропозиціями щодо змін, тому що тоді організаційний опір змінам менший. Зокрема, слід уникати помилки оригінального варіанту реінжинірингу, який полягає в знеособленому ставленні співробітників і неувважності до їх турбот.

Ключовими факторами успіху реінжинірингу є:

1) Забезпечення узгодженості зі стратегією компанії. Зв'язок між ініціативою реінжинірингу і стратегією компанії повинен бути видимим для кожного співробітника. Завдяки цьому вони помітять, що реінжиніринг дозволяє їм досягти поставлених перед ними цілей. Важливо також, що цільова процесна модель компанії забезпечує реалізацію ключових компетенцій, визначених у стратегії.

2) Правильний вибір процесів, що підлягають перебудуванню. Ключовими критеріями вибору процесів є: рівень неефективності або відсутності підтримки стратегії компанії, рівень незручності процесу для клієнта, критичність процесу для організації та ризик, що виникає в результаті його реінжинірингу, а також аналіз витрат і вигод, що виникають в результаті запропонованих змін.

3) Управління змінами. Багато ініціатив з реінжинірингу не бачать глибокого культурного впливу, який вони мають, і, як наслідок, не досягають повної вигоди, яку вони планували. Зміна – це не одноразова подія, а процес, яким необхідно управляти з урахуванням почуття невизначеності, що випливає з нього. Управління змінами – це впровадження відповідної моделі лідерства поряд з відкритою і чесною комунікацією, що відповідає інформаційним потребам співробітників. У спілкуванні зі співробітниками, опорі і обговоренні природи і необхідності змін потрібно не забороняти, а вмільо управляти. Ключовими напрямками діяльності є: отримання підтримки вищого керівництва для забезпечення необхідними ресурсами та формування відчуття необхідності змін серед операційних керівників та лінійних співробітників.

На відміну від радикального реінжинірингу, Lean Sigma – це методологія, яка бере за основу вдосконалення існуючої бізнес-модель та процеси, що містяться в ній. Метою удосконалень є прагнення до операційної досконалості, тобто забезпечення реалізації стратегії при мінімізації відходів в існуючій бізнес-моделі. Операційна досконалість процесів призводить до зниження витрат, мінімізації кількості переробок і зменшення кількості скарг від клієнтів. Перший крок полягає в тому, щоб відрізнити основні процеси, тобто ті, які необхідні для досягнення стратегічних цілей і створення цінності для клієнта, від допоміжних процесів. Після того, як всі процеси у організації будуть класифіковані, можна створити пріоритетний план вдосконалення для адаптації моделі процесу до мінливих ринкових умов і вимог [2].

Lean Sigma наголошує на використанні існуючої інфраструктури до прийняття інвестиційних рішень. Тому ініціативи Lean Sigma

спочатку фокусуються на оптимізації використання існуючих процесів, систем та інфраструктури, на більш пізньому етапі лише аналізують та оцінюють потенційні варіанти інвестування.

Проектні команди Lean Sigma складаються зі співробітників за підтримки експерта з методології, що дозволяє розвивати аналітичні здібності членів команди, а також формувати усвідомлення необхідності прагнути до операційної досконалості, що дозволяє трансформувати організаційну культуру. Щоб трансформація стала реальністю, критична кількість співробітників має пройти навчання методології Lean Sigma та виконувати в ній проекти.

Ризик, пов'язаний із запуском проектів Lean Sigma, не такий великий, як у випадку з проектами РБП – зміни не такі радикальні, і проекти на початку виконуються в тих сферах, які не порушують роботу організації у разі виникнення проблем. І оскільки проект змін виходить від самих працівників, організаційний опір змінам також менший [3].

Ініціативи Lean Sigma відрізняються за масштабом досягнутих переваг, тому для досягнення повного потенціалу вдосконалення слід враховувати три ключові фактори успіху:

1) Прихильність управлінського персоналу. Отримання видимої, постійної підтримки з боку вищого керівництва та активна участь у комунікації та винагороді за успіх дозволяє просувати Lean Sigma у організації. Підтримка та відданість управлінської команди є чітким сигналом, який гарантує, що Lean Sigma відповідає стратегії компанії та наближає її до досягнення стратегічних цілей. Прикладом буде діяльність вищого керівництва, за яким слідуватимуть нижчі рівні управління.

2) Зв'язок. Завдяки правильній комунікації про Lean Sigma, її ініціативи та успіхи, співробітники стають більш готовими допомагати, енергії та часу. Важливо, щоб внутрішні спонсори Lean Sigma відвідували регулярні огляди прогресу проектів та повідомляли про переваги Lean Sigma на зустрічах компанії. Комунікація повинна також включати регулярні письмові повідомлення про прогрес та успіх окремих проектів.

3) Вибір напрямків і процесів для поліпшень. Важливо, щоб перші проведені проекти приводили до вражаючих успіхів і мотивували співробітників на подальші дії. Реалізація переваг проектів Lean Sigma потребує побудови відповідної системи моніторингу ефективності. У цій сфері компетенції фінансового відділу повинні використовуватися для контролю за тим, чи дійсно досягаються заплановані вигоди.

Побудова і поліпшення бізнес-процесів – дуже важлива і нетривіальна тема, з якою доводиться стикатися компаніям, які хочуть ефективно реалізувати свою стратегію. Варто витратити час на визначення очікувань і вибір правильного підходу, адже він є обов'язковою умовою подальшої реалізації цілей, поставлених перед ініціативою оптимізації процесів.

Бібліографічний список:

1. Сохнич А.Я., Виноградова О.В. Аспекти реінжинірингу підприємства в умовах сучасної економіки. Львів: ПП «Арал», 2015. 56 с.

2. Степаненко Т.О. Методичні засади проектування та управління якістю бізнес-процесів. *Вісник ОНУ імені І.І. Мечникова*. 2015. Т. 20. Вип. 3. С. 146-150.

3. Філіна С.В., Тракування поняття реінжиніринг бізнес-процесів як основного методу кардинальної перебудови бізнес-процесів. *Нові економічні системи в сучасних умовах*. 2011 № 4 С. 210-213.

УДК: 338.124.4

ЕФЕКТИВНІ МЕТОДИ РЕІНЖІНІРИНГУ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ В УМОВАХ СЬОГОДЕННЯ

Думіндяк С.Б., здобувач вищої освіти*,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

На сьогодні в Україні в умовах війни бізнес втрачає конкурентоспроможність, показники падають. Дрібні оптимізаційні кроки вже не можуть врятувати становище, а отже, необхідно впроваджувати реінжиніринг бізнес-процесів, оскільки це одна з форм, що дозволить суттєво змінити ситуацію на краще. Відповідно пошук шляхів і методів, визначення пріоритетних цілей щодо оптимізації й підвищення ефективності бізнес-процесів визначають актуальність нашого дослідження.

У межах нашого дослідження до уваги взято одну з ланок реінжинірингу, а саме організаційну [5]. Для нас важливо наголосити на тому, що перехід від ієрархованої бюрократичної організації бізнес-процесу до горизонтальних, мережевих структур, у яких закладені суттєві принципи їх узгодження та зв'язку елементів і перетворення їх

* Науковий керівник – кандидат економічних наук, доцент Ю.М. Сагачко

на єдине ціле, є пріоритетним для сьогодення, більше того, саме такі підходи спричиняють кардинальні зміни в компанії й передбачають стрибок у загальній ефективності її функціонування [2].

Серед ключових принципів реінжинірингу найбільш важливими вбачаємо побудову роботи компанії на основі чіткого розуміння потреб споживача, очікуваних результатів і потенціалу успіху, а також усвідомлення того, що управляти реінжиніринговими проєктами варто спільно з крос-функціональними командами, а також важливо забезпечувати своєчасність їх впровадження [2; 5].

Уся ця робота повинна враховувати нинішні реалії економічного життя Української держави (масою на увазі ризики, пов'язані з загрозами, що виникли як наслідок російської агресії).

В. Острроверхов та О. Овсянюк-Бердадіна відносять до найбільш поширених на сьогодні ризиків такі: 1) операційний ризик (він пов'язаний із аваріями, внаслідок воєнних дій, що руйнують процес виробництва, виконання робіт чи надання послуг); 2) ресурсний ризик (активізується тим, що внаслідок ускладнення логістичного супроводу матеріально-технічного забезпечення, у певний період часу організації може не вистачити певної сировини, матеріалів, досвідчених співробітників, запчастин); 3) правовий ризик (активізується тим, що в умовах воєнного стану те, що сьогодні знаходиться в межах закону, на завтра може стати злочином і навпаки); 4) репутаційний ризик (пов'язаний з тим, що працівники організації, які не мають стійкої державницької позиції позиціонують це навіть у позаробочий час, а отже, репутація організації буде під суттєвою загрозою); 5) ризик зміни облікової ставки (якщо організація значною мірою залежить від кредитних ресурсів, збільшення ставки за кредитом, що цілком ймовірно в умовах воєнного часу, призведе до росту видатків на обслуговування боргових зобов'язань) [4].

Очевидно, щоб проблема не поглибилася, потрібно навчитися бачити ці ризики й розробити план дій на випередження, а також працювати з такими менеджерами, які здатні протистояти викликам воєнного часу.

У контексті наведених вище ризиків ми спостерігаємо сьогодні, що поняття реінжинірингу, уведене в обіг завдяки дослідженню Майкла Хаммера, поступово перестають називати революційною, радикальною, зміною діяльності компанії, а додають йому нових уточнень: тепер ми все частіше вважаємо, ніби важливіше за все досягти концепцію процесів, тобто «слід ефективно управляти компаніями шляхом вивчення процесів, що відбуваються навколо. Іноді вони

потребують радикальної перебудови, іноді – ні» [1; 3]. От у цьому новому розумінні й справді бачимо ефективність реінжинірингу: головне – управляти процесами, незалежно від того, перебудовуємо ми їх радикально чи вдосконалюємо покроково [1; 3].

На жаль, значна частка українських менеджерів і досі не аналізує глибоко методи управління бізнес-процесами з метою їх оптимізації й підвищення ефективності. Штучна черговість, яку реалізують як обов'язковий, затверджений план дій, зараз може негативно відбиватися на темпах роботи. Природний хід речей дозволив би виконувати кілька видів діяльності разом, скорочуючи загальний час. Також важливо кожен вид діяльності вести саме там, де це доцільно, тобто мусимо дотримуватися не стільки розписаного колись, до війни, функціоналу й організаційної структури, а варто діяти залежно від процесу й необхідності його ефективного виконання: «Потрібно працювати над активним залученням гравців, яких, зазвичай, розглядають поза проєктами, – постачальників і клієнтів. Уповноважений менеджер стає єдиним контактом для клієнта. Щоб володіти повною інформацією, співробітник повинен мати доступ до всіх задіяних у процесі інформаційних систем і виконавців» [4, 6, 7, 8].

Цікаво, що сьогодні дослідники пропонують низку актуальних стратегій організаційної ланки реінжинірингу, серед яких, на нашу думку, найбільш вагомими є «стратегія заміни» (процес заміни ключових осіб організації, що через війну вибувають з активного поля діяльності бізнес-структури, на тих, хто погоджуються або є більш ознайомленим з пропонованим алгоритмом змін, який мусить застосувати компанія), «стратегія рішень групи» (члени групи отримують підтримку свого рішення щодо необхідності або схеми реалізації змін після розгляду та прийняття на вищому рівні ієрархічної структури управління організації) та «стратегія групового вирішення проблем» (група працівників самостійно визначає проблему, збирає необхідну інформацію та приймає рішення щодо її усунення) [4, 6, 7, 8].

Поєднання централізованих і децентралізованих операцій з метою вдосконалення процесу є дуже важливим: деякі операції необхідно децентралізувати (можливо, адміністративно), інші, навпаки, зробити централізованими (наприклад, через концентрацію інформації в єдиний агрегат з розмежуванням прав доступу [2]), адже сучасні цифрові технології дозволяють поєднувати переваги в системі операцій.

Ми усвідомлюємо, що пошук шляхів і методів, визначення пріоритетних цілей щодо оптимізації й підвищення ефективності

бізнес-процесів не можливий без вивчення ризиків у діяльності організацій в умовах воєнного стану. Та через війну невпевненість щодо планованих змін у будь-якій організації спричиняє очевидність того, що реінжиніринг тепер об'єктивно не може пройти планово. Також не існує точних алгоритмів проведення змін в умовах воєнного стану, тому новачі варто впроваджувати та контролювати групою різнофункціональних фахівців, адже успішні зміни є системним, а не сегментарним процесом.

Оскільки головний секрет успіху часто криється в способі процесної організації, то вишукувати можливості збільшення прибутку необхідно саме в даному напрямку. Від раціональності і системності дій менеджерів багато в чому залежить успішність проведення реформ і роботи компаній у нових українських реаліях.

Бібліографічний список:

1. Гелей А.О. Корпоративне управління: процеси, стратегії, технології: колективна монографія / За заг. ред. К.С. Шапошникова та ін. Херсон: Видавничий дім «Гельветика», 2015. 536 с.

2. Коваль Т. Імідж організації як інструмент підвищення її конкурентоспроможності. *Актуальні проблеми менеджменту та публічного управління в умовах війни та післявоєнної відбудови України*: Матеріали доповідей Всеукраїнської науково-практичної конференції з міжнародною участю (Тернопіль, 31 травня 2022 року). Тернопіль: ЗУНУ, 2022. С. 326-330. URL: http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/44954/1/ZBIRNIK_31_05_2022.pdf

3. Лепейко Т.І., Котляк А.В. Процесний підхід до управління конкурентоспроможністю підприємства: монографія. Харків: Вид. ХНЕУ, 2012. 316 с.

4. Овсянюк-Бердадіна О., Островерхов В. Реалізація змін у контурах найбільш активних ризиків діяльності організацій в умовах воєнного стану. *Актуальні проблеми менеджменту та публічного управління в умовах війни та післявоєнної відбудови України*: Матеріали доповідей Всеукраїнської науково-практичної конференції з міжнародною участю (Тернопіль, 31 травня 2022 року). Тернопіль: ЗУНУ, 2022. С. 152-154. URL: http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/44954/1/ZBIRNIK_31_05_2022.pdf

5. Реінжиніринг бізнес-процесів: зміст та основна характеристика. URL: <http://library.if.ua/book/28/1898.html>

6. Сагачко Ю.М. Інноваційна Україна: Європейський досвід. Сучасний маркетинг: стратегічне управління та інноваційний розвиток: матеріали III Міжнар. наук.-практ. конф. / Харків. нац. техн. ун-т сіл. госп-ва ім. П. Василенка (19-23.04.2021). Харків: ХНТУСГ, 2021. С. 205-209.

7. Сагачко Ю.М., Тешева Л.В. Інноваційна діяльність підприємств аграрного сектора як критерій ефективності його виробничо-господарського потенціалу. *Проблеми економіки*. 2020. № 4(46). С. 217-223.

8. Сагачко Ю.М. Інноваційне управління як важлива складова стратегії підприємства. *Актуальні питання у сучасній науці. Серія Економіка: журнал*. 2022. № 1(1). С. 179-188.

УДК: 330.1

ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ ЛЮДСЬКИМ КАПІТАЛОМ

Єрмоменко К., здобувач вищої освіти*,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

Людський капітал відіграє важливу роль в ефективній діяльності будь-якого підприємства, досягнення його конкурентних переваг. Природно, одним із перших кроків щодо забезпечення ефективної роботи підприємства є залучення у необхідній кількості та якості людського капіталу відповідно до особливостей діяльності.

Однак із залученням в необхідній кількості та якості людського капіталу робота не може вважатися закінченою. Слід мати на увазі, що в умовах ринкової економіки для того, щоб перемагати, хоча б не відставати, у конкурентній боротьбі підприємство має постійно думати про розвиток чого можна досягти за рахунок постійного впровадження інновацій. Це, своєю чергою, викликає необхідність вжиття заходів щодо підвищення якості людського капіталу, що вимагає від підприємства додаткові витрати на ці цілі.

Менеджери повинні враховувати, що працівники підприємства можуть втратити мотивацію до підвищення своєї освіти та кваліфікації, якщо вони не будуть винагороджені за результати своєї праці.

Для врахування цієї особливості, яка властива практично кожному співробітнику, підприємств обов'язково потрібні висококваліфіковані професійні менеджери. Потрібно враховувати особливу роль менеджерів щодо категорій працівників, насамперед потребують підвищенні своїх якісних характеристик (за освітою, професією).

* Науковий керівник – кандидат економічних наук, доцент В.Г. Крала

Не слід забувати, що витрата додаткових фінансових ресурсів підвищення якості працівників - освіти, професіоналізму, творчості тощо – повинне призвести до збільшення людського капіталу підприємства. Слід також брати до уваги, що основною метою при формуванні та управлінні людським капіталом є більш ефективне використання потенціалу підприємства, випуск якіснішої продукції, повніше задоволення потреб покупців, заняття переважаючої позиції у конкурентній боротьбі тощо.

На думку вчених, управління людським капіталом – це вибір найкращої альтернативи з його застосування, збільшення цінності (шляхом інвестування коштів у розвиток та навчання персоналу, розвиток медичного обслуговування тощо) та отримання прибутку від його використання [1]. Концепція управління людським капіталом розвиває здібності окремого працівника, виявляє його сильні та слабкі сторони з метою допомогти співробітнику зробити більший внесок в успіх організації [2].

Хоча формування та управління людським капіталом підприємства на перший погляд може здатися простим, насправді воно може мати справу з деякими проблемами.

Найбільш поширеною проблемою в управлінні людським капіталом підприємства є підбір та залучення людей з високою освітою та професійною кваліфікацією. Для успішного вирішення цієї проблеми необхідно докладно інформувати потенційних працівників про місію, цілі, можливості, умови роботи підприємства, перспективи для кожного працівника і пояснити, що рівень їх задоволеності підприємством також залежить від результатів їх діяльності.

Кожне успішне підприємство завжди шукає талановитих співробітників та хоче залучити їх на своє підприємство. Звісно, це непроста проблема. Попит на талановитих співробітників завжди високий. Талановиті співробітники також це знають. Тому їхні вимоги до підприємства завжди високі. Здатність задовольняти потреби талановитих співробітників може стати проблемою для підприємства. Якщо такої проблеми немає, підприємство може залучити талановитих працівників.

Однак слід враховувати, що робота не закінчується із залученням талантів на підприємство. Одна з головних проблем - забезпечити їх

перебування на підприємстві та роботу протягом тривалого часу. Слід мати на увазі, що талановиті співробітники, які не відповідають їхнім очікуванням, довго не опрацюють на підприємстві.

Насправді одна з проблем управління людським капіталом пов'язана з управлінням відносинами між працівниками, особливо керівниками та підлеглими. Щоб уникнути проблем на цьому ґрунті у взаємовідносинах повинні дотримуватися етичних правил, дотримуватися принципів справедливості. Дотримання вищевикладеного, крім створення на підприємстві високої обстановки соціально-психологічного середовища, може також вплинути на ефективну діяльність підприємства.

Неприйняття належних заходів щодо охорони здоров'я працівників, байдужість до поліпшення їх добробуту можуть створити певні проблеми в управлінні людським капіталом. Навпаки, створення належних умов для охорони здоров'я працівників та проведення регулярних заходів щодо покращення їхнього добробуту може створити реальні можливості для покращення управління людським капіталом; підвищення рівня стабільності персоналу.

Бібліографічний список

1. Сахненко О.І., Сахно І.В. Інвестування у розвиток людини як пріоритетний напрям формування та управління людським капіталом. *Інвестицій: практика та досвід*. 2019. № 11. С. 50-55.

2. Точиліна Ю.Ю. Роль людського капіталу в інноваційному розвитку національної економіки. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2019. Вип. 26. Ч. 2. 89 с.

3. Волошина С.В. Композиційна побудова поняття «людський капітал». *Торгівля і ринок України*. 2018. № 1(43). С. 51-61.

4. Турило А. Концепція оцінки і управління людським капіталом підприємства. *Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки*. Розділ III. Економіка та управління підприємствами. 2019. № 2. С. 44-50.

5. Перерва П.Г., Кучинський В.А. Розвиток ринкового потенціалу підприємств на основі ефективного формування і використання людського капіталу. *Економічний журнал Одеського політехнічного університету*. 2019. № 3(9). С. 94-103.

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ КАДРОВОЮ БЕЗПЕКОЮ ТА ІДЕНТИФІКАЦІЯ КАДРОВИХ РИЗИКІВ В МЕНЕДЖМЕНТІ ПІДПРИЄМСТВ АГРАРНОЇ СФЕРИ

Звязгельський О.С., магістрант*,
Сумський національний аграрний університет,
м. Суми, Україна

Критичний аналіз наукових поглядів на кадрову безпеку, як складову економічної безпеки підприємства, дозволив виділити два базових підходи до наукового тлумачення її сутності та змістових характеристик, а саме статичний та процесний. Слід зазначити, що більшість дослідників мають однотайну думку щодо того, що кадрову безпеку слід розглядати в якості явища. При цьому безпека, в широкому сенсі, ототожнюється з захищеним станом. Втім, стан за своєю сутністю відноситься до статичних характеристик, які досягаються певною соціально-економічною системою в процесі свого розвитку та функціонування. Тобто будь-яка зміна внутрішніх або зовнішніх умов, будь-яке збурення в керуючій або керованій системі підприємства, як організації, виводить систему з безпечного або захищеного стану, а заходи керуючого впливу покликані забезпечити або її повернення до стану безпеки, або забезпечити захист інтересів в процесі цього переходу. Вказане свідчить про адекватність обох підходів, проте, пріоритетність процесного підходу з огляду на вирішення завдань дотримання економічної безпеки та її кадрової складової в процесі функціонування підприємства [1].

Відповідно, в дослідженні розвинуто наукове тлумачення сутності поняття «кадрова безпека підприємства» шляхом розгляду цього явища в якості складової економічної безпеки, яке характеризує такий стан системи управління підприємством, який дозволяє останньому повною мірою забезпечувати виробничо-комерційний процес трудовими ресурсами згідно кваліфікаційних, кількісних та поведінкових вимог, а також виключає можливість дій персоналу підприємства, які йдуть в розріз з політикою ведення основної діяльності та реалізацією стратегій і програм розвитку [2, 3].

* Науковий керівник – доктор економічних наук, професор О.О. Красноруцький

Формування механізмів та систем управління кадровою безпекою підприємств є реакцією їх менеджменту на виклики зовнішнього та внутрішнього середовища, які є наслідком прояву дії відповідних ризиків та загроз. В роботі визначено фактори дотримання кадрової безпеки підприємства на основі застосування типології кадрових ризиків та загроз в розрізі функціональних та інструментальних сфер управління персоналом, а саме: планування потреби в персоналі, відборі та наймі персоналу, оцінці та атестації персоналу, розвитку персоналу, мотивації та стимулюванні персоналу, вивільненні персоналу (рис.).

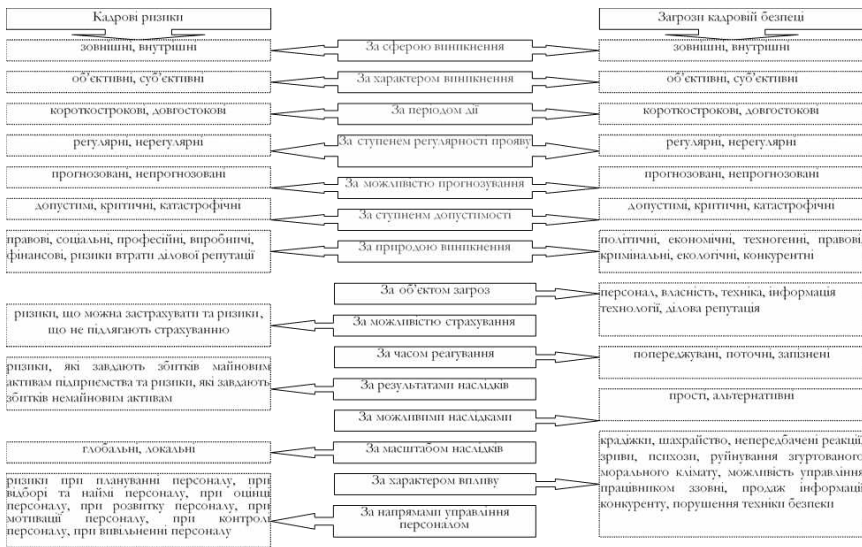


Рис. Типологія ризиків та загроз в системі управління кадровою безпекою підприємства агропромислового виробництва

Вказане обумовлює особливості формування та функціонування механізмів управління кадровою безпекою на підприємствах агропромислового виробництва на основі врахування при імплементації вказаних механізмів в системі управління характеристик ринку праці, тенденцій мотивації та стимулювання персоналу, а також факторів визначення його поведінки.

Бібліографічний список:

1. Смоквіна Г.А., Осипчук Х.А. Досвід розвинених країн з питань забезпечення кадрової безпеки підприємств України. *Економіка: реалії часу. Науковий журнал*. 2014. № 5(15). С. 53–58. URL: <http://economics.opu.ua/files/archive/2014/n5.html>
2. Гришова І.Ю., Красноручий О.О. Корупційні ризики та зарубіжна методологія їх оцінювання в системі економічної безпеки бізнесу. *Проблеми і перспективи економіки та управління*. 2015. № 4. С. 40-45. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ppou_2015_4_7
3. Гришова І.Ю. Сучасне формування системи управління персоналом як конкурентної переваги національної економіки. *Економічний форум*. 2016. № 1. С. 340-346. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecfor_2016_1_50

УДК: 658.5:005.21

ОСОБЛИВОСТІ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Зонова К.В., здобувач вищої освіти*,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

Щоб забезпечити швидкий та сталий розвиток підприємства, необхідно враховувати частку та роль управління в ньому, адже, вони повинні становити основу для формування управлінських функцій. А для реалізації перш за все необхідно мати план, стратегію роботи. Стратегічне управління з точки зору Желуденко К.В. – «це такий процес встановлення певних напрямів розвитку підприємств, розбору і обрання таких продуктивних стратегій, розробка сукупності дій щодо їх виконання, що забезпечить здобуток поставлених конкретних цілей та життєспроможність підприємства в умовах, що підвладні змінам» [1, с. 30]. Деяко іншого погляду мають Н.Л. Сапельнікова та Я.С. Вознюк, відзначаючи, що «це таке управління підприємством, що має опору на людський потенціал, може орієнтувати виробничу діяльність на відповідні запити споживачів, здійснює та обробляє мінливе регулювання і зміни, які відбуваються своєчасно, можуть задовольняти виклики з боку оточення і за допомогою них

* Науковий керівник – кандидат економічних наук, доцент О.М. Таран

задовольняють найбільш відповідним вимогам конкурентних переваг, що в свою чергу дає змогу забезпечити стійке функціонування підприємства, його розвиток та досягнути його цілей в перспективі» [2, с. 54-55].

В даному випадку акцент робиться на стратегію, яка заснована на орієнтації людського фактору. Ми не можемо сперечатися з даними твердженнями, адже вони безумовно праві.

З точки зору розгляду стратегічного управління підприємством для формування конкретних уявлень та виділення єдиного визначення, можна сказати, що різні науковці не можуть дійти до єдиного висновку через різні методи та підходи до виділення даної теми. Щодо можливостей стратегічного управління, то можна сказати, що вони є нескінченними та не є універсальними для будь-яких випадків й тому виникають певні особливості стратегічного управління.

Так, до них ми можемо віднести, по-перше, можливість постійного, неперервного пристосування до змін навколишнього середовища з метою досягнення поставлених цілей. Тобто є необхідність постійного контролю за ситуацією та швидка реакція на такі зміни.

По-друге, управлінські сили можна поділити на два види, враховуючи викладене вище: 1) конкретні обмірковані дії згідно зі стратегічним планом для реалізації подальших цілей та місій; 2) змінні, відхилені від плану дії, які впливають через несподіваний розвиток подій, пов'язані зі зовнішнім середовищем та загостренням конкуренції [3, с. 12-13].

По-третє, необхідність створення організаційної культури – певної системи цінностей взаємних відносин, що виникають у процесі роботи на підприємстві, яка буде приносити користь.

По-четверте, до особливостей стратегічного управління можемо віднести необхідність у створенні стратегічного планування, але тільки як основу для подальшого використання його. Адже, якщо тільки мати стратегічний план, послідовність дій для досягнення чогось, а при цьому нічого не роблячи, це не зможе привести до ідеального результату. Але одночасно треба зазначити, що і при постійному русі, без сформованого певного плану, результату також буде мало. Даний аспект передбачає певний баланс.

По-п'яте, потрібно буде докласти різноманітну кількість ресурсів, велику кількість часу та власних зусиль для того, щоб тільки почався процес стратегічного управління, так як для цього необхідно сформувати збалансованість системи стратегічного управління з іншими системами, які наявні в організації, наприклад з такими, як: організаційної культури, фінансування, управління, мотивації персоналу [4, с. 27].

Стратегічне управління дозволяє підприємству постійно моніторити стан зовнішнього та внутрішнього середовища й у відповідності до нього вживати заходи направлені на підвищення ефективності свого функціонування. По праву стратегічне управління вважається одним з головних елементів гарантування довгострокового успіху підприємства. Без орієнтації на стратегічне управління підприємства позбавлені можливості оперативного реагувати на виклики сьогодення та досягати глобальних цілей [5].

Резюмуючи зазначимо, що стратегічне управління – це реалізація концепції, яка поєднує інтегровані підходи до функціонування підприємства, що дозволяє встановлювати цілі розвитку, співставляти їх з існуючими можливостями підприємства та приводити їх у відповідність до розробки та впровадження стратегії. Вважаємо, що окремо можна буде виділити, що єдиного правильного підходу, набору правил та інструкцій для визначення стратегічного управління немає. Для кожного підприємства необхідно розробляти власне бачення використання стратегічного управління, спираючись на різні фактори.

Бібліографічний список:

1. Желуденко К.В. Стратегічне управління в забезпеченні конкурентоспроможності аграрних підприємств. *Науковий вісник Ужгородського університету. Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. Ужгород, 2017. Вип. 14(1). С. 89-93.
2. Сапельнікова Н.А., Вознюк Я.С. Сутність стратегічного управління. *Менеджер*. 2016. № 3. С. 52-59.
3. Саєнко М.Г. Стратегічне управління підприємством: лекції. 130 с.
4. Краснокутська Н.С., Кабанець І.А. Стратегічне управління: навчальний посібник для студентів економічних спеціальностей. Харків: НТУ «ХП», 2017. 460 с.
5. Таран-Лала О., Сухорук К. Особливості стратегічного управління підприємством. *Економіка та суспільство*. 2021 № 25. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-25-66>

МІЖНАРОДНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО В СУЧАСНИХ УМОВАХ ЙОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ

Іванієнко В.В., кандидат економічних наук, професор,
Харківський національний економічний університет
імені Семена Кузнеця, м. Харків, Україна

Сагушева К.В., кандидат економічних наук, доцент,
Харківський національний економічний університет
імені Семена Кузнеця, м. Харків, Україна

Міжнародна підприємницька діяльність (міжнародний бізнес, міжнародне підприємництво) – діяльність, що здійснюється через науково-технічну, виробничу, торговельну, сервісну та іншу взаемокорисну співпрацю суб'єктів господарювання двох чи більше країн (міжнародних партнерів). Міжнародне підприємництво – це сукупність угод, які укладають та виконують через національні кордони і які пов'язані з переміщенням ресурсів, товарів та послуг у міжнародному масштабі.

Умовами появи та розширення міжнародного підприємництва є:

- 1) розвиток у країнах транснаціональних корпорацій;
- 2) поглиблення міжнародного поділу праці;
- 3) створення світового ринку товарів;
- 4) розвиток міжнародного кредитування [1].

Природа підприємницької діяльності є дворівневою системою: перший рівень – аспекти підприємницької діяльності; другий рівень – компоненти підприємницької діяльності, з урахуванням яких формується аспект підприємницької діяльності. Постійні зміни компонентів, що становлять аспекти підприємницької діяльності та складних взаємозв'язків між компонентами, формують відмітні ознаки підприємницької діяльності, а також є джерелом ризиків підприємницької діяльності. Склад компонентів підприємницької діяльності:

1) технології (процедури та алгоритми; патенти; ліцензії; технологічні підприємства; технічні засоби; програмне забезпечення і т. д.);

2) суспільство (соціальні інституції; соціальні групи; структура населення тощо);

3) природа/екологія (природні ресурси; заходи щодо охорони та захисту екології тощо);

4) управління (стратегія, місія; моделі бізнес-процесів; управління ризиками підприємницької діяльності тощо);

5) економіка (процеси розподілу; обміну та споживання продукції; темпи економічного зростання; наявність та взаємодія контрагентів тощо);

6) політика (законодавство – міжнародне та на рівні держави; взаємодія органів влади із бізнесом тощо) [2].

Угода з країнами Європейського Союзу дає можливість реалізувати економічний потенціал країни та забезпечити її економічний розвиток.

Єдиною реальною перспективою для малого та середнього бізнесу, який намагається існувати в умовах економічної та політичної кризи, може бути євроінтеграція з впровадженням відповідних стандартів і технологій та освоєння європейських ринків.

Вагомий внесок у дослідження проблем як загального розвитку внутрішнього ринку, так і визначення тенденцій розвитку малого підприємництва внесли такі вітчизняні автори, як Кизим М.О., Іванов Ю.Б., Гуцалюк О.М., Череватенко В.А., Коваленко О.В., Сиваненко Г.П., Торопков В.М., Ачкасов А.Є., Петрова В.Ф., Пionтківський П.В.

Нині в Україні є ціла низка проблем та перешкод на шляху успішного розвитку малого підприємництва. Найбільш вагомими вбачаються складнощі фінансування діяльності суб'єктів малого підприємництва та відсутність належної державної підтримки та стимулювання їх розвитку в Україні [3].

Одним з основних постулатів розвитку європейського співтовариства є всебічна підтримка та стимулювання розвитку малого підприємництва, що є запорукою успішного функціонування економік окремих регіонів та держав, а також засобом поліпшення добробуту та благополуччя на всій території Європейського Союзу. Для українських суб'єктів малого підприємництва нині доступні 23 програми Європейського Союзу, які можна класифікувати за трьома напрямками: 1) полегшення виходу малого та середнього бізнесу на зовнішні ринки – надання консультативних послуг щодо експортно-імпоротної діяльності суб'єктам малого та середнього підприємництва на ринках ЄС та світу; 2) покращання умов для конкурентоспроможності, зокрема просування інтернаціоналізації кластерів, визначення та усунення зайвих регуляторних бар'єрів; 3) формування культури ведення бізнесу (освітні програми, проведення секторальних тренінгів, семінарів, програм з обміну, стажувань тощо).

Доцільно зауважити, що здебільшого суб'єктам малого підприємництва бракує для здійснення ефективної господарської діяльності не лише коштів, але й професійних знань, адже, як показує практика, значна частка господарюючих суб'єктів або здійснює діяльність не за фахом, або вдається до диверсифікації бізнесу з метою зменшення ризиків і в такому разі не володіє необхідними знаннями для здійснення всіх започаткованих видів економічної діяльності, або вирішує отримувати освіту в потрібному напрямі паралельно до здійснюваної господарської діяльності.

Під час вибору виду економічної діяльності суб'єкти малого підприємництва орієнтуються перш за все на кон'юнктуру ринку, а не на власний потенціал, намагаючись максимізувати майбутні прибутки. За вищезначених умов надзвичайно актуальною і такою, що, безумовно, сприятиме підвищенню конкурентоспроможності продукції, послуг і суб'єкта господарювання загалом, є інформаційно-консультаційна підтримка як діючих суб'єктів малого підприємництва, так і тих, хто лише має наміри найближчим часом започаткувати власний бізнес.

Особливо слід наголосити на принципово важливому значенні володіння іноземною мовою для ведення закордонної підприємницької діяльності. При цьому вимоги до культури мовлення у діловому спілкуванні (у тому числі іноземною мовою) досить складні: стислість і лаконічність викладу думки, вміння в міру користуватися порівняннями, образами, цитатами і висловами відомих бізнесменів, вміння користуватися перевагами живої мови (її швидкість, модулювання голосом, паузи, наголоси), правильне сприйняття реакції співрозмовника або аудиторії на вашу промову і вміння закінчити її чіткими висновками і пропозиціями [4].

Зважаючи на масштаби економічної діяльності в умовах сучасної глобалізації та її складність, для організації етичного міжнародного підприємництва доцільно запропонувати:

1) на рівні компанії та підприємства (якщо вони займаються міжнародним бізнесом або мають багатонаціональні виробничі колективи):

- розробляти етичні кодекси діяльності компанії (підприємства);
- створювати комісії, які б контролювали дотримання положень цих кодексів та слідували за етикою виробничих відносин у колективі;
- організовувати діяльність курсів із підвищення кваліфікації з етичного ведення бізнесу для працівників;

2) на рівні підприємців, які займаються міжнародною діяльністю:
– постійно розширювати коло своїх знань щодо історії та традицій інших країн, формувати особисту базу даних щодо характерних особливостей представників різних народів світу, як своїх можливих партнерів;

– наполегливо вивчати іноземні мови;

– підтримувати активні зв'язки з підприємцями інших країн [5].

В якості стратегічних пріоритетів Уряд розробив певну програму вдосконалення економічного механізму підприємницької діяльності в Україні, яка передбачає:

1. Структурну перебудову економіки, яка має відбуватися з урахуванням геополітичних чинників, диференціації джерел споживання продукції природних монополій, розвитку нових галузей та підтримання таких, що вже сьогодні є конкурентоспроможними (електроніка, аерокосмічна техніка, електротехніка), переходу на наукомісткі технології та інноваційний розвиток;

2. Необхідно сконцентрувати ресурси на сегментах економічної структури, які визначають майбутнє світової економіки та забезпечують можливість випереджального розвитку країни, а саме науково-технічний прогрес, інновації, освіта, інформація;

3. Слід враховувати, що прямі іноземні інвестиції прийдуть у країну переважно не для створення нових виробничих площ, а з метою придбання вже існуючих. Тому виникає необхідність розробки такого ринкового механізму, який створив би належні умови для приватизації підприємств за його реальною вартістю;

4. До чинної стратегії інтеграції України до Європейського Союзу потрібно закласти еволюційний і толерантний підходи, при цьому не слід відмовлятися від економічних зв'язків з країнами інших регіонів;

5. Державне регулювання бухгалтерського обліку та фінансової звітності необхідно будувати відповідно до інституціональної, а не монетарної політики;

6. Потрібно поступово наближувати українське законодавство та систему освіти до стандартів системи Європейського Союзу, продовжувати роботу щодо уніфікації системи бухгалтерського обліку за міжнародними стандартами;

7. Удосконалення методології обліку має відбуватися у фарватері її підпорядкованості основним потребам сучасного бізнесу. Метою поточних і ретроспективних показників фінансової звітності у цьому виді економічної діяльності є визначення ринкової вартості матеріальних і нематеріальних активів;

8. У сучасних умовах доцільно здійснювати гармонізацію Національних стандартів бухгалтерського обліку із подальшою стандартизацією та уніфікацією їх на рівні облікової політики підприємства. Такий підхід дасть змогу підняти фінансовий облік на найвищий рівень у світі, оскільки порівнянність звітної інформації буде на найвищому рівні. Облікова політика не повинна обмежуватися тільки узгодженістю з внутрішніми вимогами підприємства та вибором методів оцінки активів і зобов'язань із метою бухгалтерського й податкового обліку. Суб'єкт господарювання, з одного боку, має дотримуватися вимог держави щодо формування облікової політики, а з іншого – опікуватися оптимізацією облікових процесів на підприємстві, мінімізацією конфліктних ситуацій з контролюючими органами та максимізацією фінансових результатів;

9. Зарубіжний досвід побудови системи державного фінансового контролю та результатів практичної реалізації світових стандартів під час виконання контрольної функції державного управління в Україні, практика вітчизняної контрольної справи підтверджує необхідність становлення ефективного зовнішнього державного фінансового контролю. Його повноваження покладено на Рахункову палату України, а організація і методологія здійснення потребує ретельного опрацювання;

10. При проведенні аудиту ефективності діяльності підприємств державного сектора має бути враховано інтерес держави як власника майна, а також роль підприємств у вирішенні певних соціальних завдань. Тому розвиток загальної методики аудиту ефективності в державному секторі слід доповнити основними блоками аудиторських процедур, спрямованими на оцінку ефективності процесу управління державною власністю з урахуванням специфіки реалізації держави своїх прав власника на майно підприємств і суспільної ефективності (соціальної, екологічної, тощо) їх господарювання.

Також, стратегічними пріоритетами у сфері розвитку підприємництва є:

– впровадження механізмів відповідальності посадових осіб органів державної влади та органів місцевого самоврядування за наслідки їхніх рішень та дій в економічній сфері, не виправдане втручання в діяльність бізнесу та приватних осіб;

– нормативно-правове врегулювання механізму контролю з боку всеукраїнських об'єднань роботодавців і підприємців, об'єднань підприємців та громадських об'єднань над розробкою, прийняттям та виконанням рішень органів державної влади усіх рівнів, обов'язкового

систематичного залучення цих об'єднань органами законодавчої та виконавчої влади до вироблення рішень, які знаходяться в рамках їхньої компетенції; прийняття Закону України «Про державно-приватне партнерство»;

– створення в Україні стабільної податкової системи, що забезпечувала б достатній обсяг надходжень платежів до бюджетів усіх рівнів, ефективне функціонування економіки країни, справедливий підхід до оподаткування всіх категорій платників податків, створення умов для подальшої інтеграції України у світове співтовариство;

– адаптація податкового законодавства України до законодавства ЄС;

– створення якомога повного і внутрішньо узгодженого законодавчого забезпечення підприємництва, пристосованого до вимог Світової організації торгівлі та законодавства Європейського Союзу;

– забезпечення рівних умов діяльності на ринку для всіх представників вітчизняного бізнесу та іноземних компаній, надання рівних можливостей доступу до заохочувальних інструментів державної економічної політики, які відповідатимуть міжнародним економіко-правовим нормам і стандартам, запровадження прямої відповідальності за цільовий характер використання коштів, отриманих згідно цих інструментів;

– системне здійснення активної конкурентної політики, спрямованої на формування конкурентного середовища, сприятливого для розвитку, протидію зловживанням монопольним становищем, атакам на ринок у вигляді цінового, соціального, екологічного та інших видів демпінгу, використанню інших форм недобросовісної конкуренції;

– надання політико-правової підтримки українським підприємствам на зовнішніх ринках, сприяння формуванню позитивного іміджу українських компаній за кордоном, просуванню експорту, пошуку торгових партнерів, заохочення розвитку прикордонних економічних відносин.

– забезпечення захисту внутрішнього ринку від припливу недоброякісної, небезпечної імпоротної продукції, використання цінового демпінгу тощо, поєднання поступового зниження рівня тарифного захисту з використанням протягом визначеного обмеженого часу захисних засобів для перспективних, соціально значущих, важливих для національної безпеки галузей;

– формування належного правового середовища для розвитку інноваційної та науково-технічної діяльності, підвищення мотивації підприємця до високопродуктивної і високоякісної діяльності через вдосконалення системи економічного стимулювання шляхом внесення

змін до податкового, митного законодавства, прийняття Закону про корпорації;

– сприяння розвитку високорозвиненого фондового ринку, венчурного підприємництва, загалом інвестиційно-фінансового сектора економіки; забезпечення державної підтримки інноваційного підприємництва через створення венчурних фондів;

– удосконалення системи захисту прав інтелектуальної власності через узгодження вітчизняної нормативно-правової бази у сфері інноваційної діяльності з міжнародними стандартами [1].

Програма вдосконалення економічного механізму підприємницької діяльності в Україні потребують свого подальшого розвитку з урахуванням змін внутрішнього та зовнішнього середовища функціонування та розвитку міжнародного підприємництва.

Міжнародний бізнес є об'єктивною основою формування системи міжнародного менеджменту та заздалегідь спланованих заходів із узгодження господарських операцій фірм, організацій різних країн.

Таким чином, вітчизняне міжнародне підприємництво в сучасних умовах його функціонування та розвитку є результатом багатовекторного розвитку зовнішнього та внутрішнього середовища, напрямів його регулювання та формування стратегічних пріоритетів свого розвитку.

Бібліографічний список:

1. Коваленко О.В. Підприємництво та його організаційно-правові засади. Навчальний посібник. Вид-во ДЗ «ЛНУ імені Тараса Шевченка». 2013. 400 с. URL: http://e-pidruchniki.com/content/535_34_Mijnarodni_ekonomichni_vidnosini_ta_mijnarodne_pidpriemnictvo.html

2. Нікітенко К.С. Підприємницька діяльність: аспекти, тенденції і перспективи розвитку в умовах пандемії. *Ефективна економіка*. 2021. № 12. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/12_2021/104.pdf

3. Напрями підвищення конкурентоспроможності суб'єктів малого підприємництва в Україні. URL: <http://www.vestnik-econom.mgu.od.ua/journal/2017/27-2-2017/6.pdf>

4. Шуба Т.П., Петренко К.В., Ільченко А.А. Міжнародне підприємництво: досвід України в контексті євроінтеграційних процесів. *Економіка та суспільство*. 2021. Вип. № 29. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-29-6>

5. Ринейська А.С. Етика міжнародного підприємництва: проблеми та шляхи їх вирішення. *Ефективна економіка*. 2017. № 11. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/index.php/sveta%2021.03.2014/pdf/1_1_2015/pdf/1_2017/101.pdf?op=1&z=5886

ОСОБЛИВОСТІ ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ОРГАНІЧНОГО ЗЕМЛЕРОБСТВА

Ігнатова Є.С., здобувач вищої освіти,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна
Передик М.А., здобувач вищої освіти*,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

Органічне сільськогосподарське виробництво характеризується низкою економічних, екологічних та соціальних переваг у порівнянні з традиційним, лежить в основі забезпечення повноцінного харчування людей, унеможливаючи будь-які ризики для їхнього здоров'я та зберігаючи навколишнє природне середовище.

В глобальних масштабах органічний рух активізувався в 90-х роках ХХ ст. як реакція на виклики природи здоров'ю та майбутнім екологічним умовам життєдіяльності людини. Зворотним боком застосування в сільськогосподарському виробництві інтенсивних методів господарювання, що дозволило збільшити пропозицію продовольства на світовому ринку, стало хімічне та біологічне забруднення природних ресурсів та, відповідно, вироблених продуктів харчування.

Переваги органічного сільськогосподарського виробництва проявляються в різних аспектах: сприяють економічному зростанню, захисту навколишнього природного середовища, забезпечують якість та безпеку продуктів харчування, запобігають зміні клімату та сприяють встановленню соціальної справедливості [1].

Наразі відсутній єдиний системний та комплексний науково-методичний підхід в оцінюванні ефективності органічного землекористування, що дозволив би врахувати у достатній мірі різні складові елементи цього явища.

Економічна система характеризується динамічним розвитком, зумовленим, зокрема, переходом на постіндустріальну стадію розвитку суспільства, що знайшло відображення в концепції сталого розвитку. Процеси глобалізації та екологізації вимагають з'ясування і осмислення економічних проблем визначення ефективності органічного

* Науковий керівник – кандидат економічних наук, доцент О.В. Смізунова

землекористування, особливо враховуючи стратегічні виклики, пов'язаних із глобальним потеплінням, глобальною продовольчою безпекою тощо.

На думку вітчизняних фахівців, для аналізу економічної ефективності органічного землекористування та здійснення його порівняння з традиційним доцільно використовувати більшість традиційних показників економічної ефективності використання земель. Сучасними українськими науковцями запропоновано методіку комплексної рейтингової оцінки соціально-економічної й екологічної ефективності використання земель, що базується на визначенні інтегрального показника, здатного враховувати рівень варіативності обраних індикаторів визначити рейтинг кожного підприємства в досліджуваній сукупності.

Іншими вітчизняними науковцями при оцінюванні еколого-економічної ефективності виробництва органічної сільськогосподарської продукції включено річний економічний прибуток з урахуванням капітальних витрат на охорону довкілля; ресурсо-, еколого- та екологосоціомісткість процесу виробництва; витрачену сукупну енергію; енергомісткість отриманого урожаю; кількість енергії в урожаї з урахуванням побічної продукції.

В той же час Р. Безусом доведено, що оцінка органічного виробництва має здійснюватись з позиції «ресурси – ефект, якість життя – стан навколишнього природного середовища». Науковцем запропоновано когнітивну модель вимірювання показника ефективності органічного агровиробництва суб'єкта господарювання із врахуванням економічного, соціального, екологічного, медико-біологічного й інституціонального аспектів органічного виробництва. Модель базується на тому, що якщо хоча б один із компонентів буде меншим чи рівним нулю, то ефективність органічного виробництва також буде нульовою [2, с. 12].

При аналізі та порівнянні ефективності і продуктивності органічних ферм німецькі вчені зробили висновок про необхідність розмежування понять «продуктивність» та «ефективність», акцентуючи увагу на тому, що ефективність виступає відносним показником, певним «результатом» деякого суб'єкта (ферми) у порівнянні із визначеним еталоном, а продуктивність є характеристикою співвідношення результату до витрат (наприклад, урожайність зернових є земельною продуктивністю). В ході дослідження показників ефективності органічних ферм дієвими виявились переважно

непараметричні методи (наприклад, Data Envelopment Analysis (DEA), а також визначено, що у чотирьох з п'яти органічних господарств показники продуктивності на 20 % менші, ніж в звичайних фермах [3].

Інша група вчених розробила метод аналізу ефективності сільськогосподарського землекористування з метою його застосування в органічних і традиційних аграрних підприємствах. В основі цього методу врахування якості сільськогосподарської продукції та визначення взаємозв'язку між урожайністю в конкретній фермі та середнім показником по регіону (базуючись на порівняних ґрунтах, кліматичних та соціально-економічних умовах господарювання) [4].

Швейцарські вчені в дослідженнях використовують показники продуктивності (основними з яких є валова продукція в розрахунку на 1 га, сімейна робоча сила в розрахунку на 1 га, виробничі витрати (у т. ч. насіння, сировина та наймана праця), маржинальний і чистий дохід і прибутковості (ціна, прибуток, чистий прибуток) органічного виробництва.

При аналізі економічної ефективності органічних ферм, румунські дослідники використовують такі показники як витрати, дохід і прибуток і розрахунку на 1 га, рівень рентабельності.

Для порівняння економічної ефективності органічних і традиційних ферм, науковці з Індії використовують показники маржинального доходу, зважаючи тільки на змінні (операційні) виробничі витрати та витрати, пов'язані з купівлею ресурсів на місцевому ринку.

Традиційними для економічної літератури аграрного спрямування є дослідження технологічної, економічної та соціальної ефективності. Крім того економісти приводять інші види ефективності: економічну, соціальну, технологічну, енергетичну, екологічну, ринкову, маркетингову. Деякі вчені групують названі види в еколого-економічну, соціально-економічну, виробничо-технологічну чи виробничо-економічну ефективність.

Проводячи дослідження органічного землеробства варто розглядати ті види ефективності, що використовуються у ґрунтознавстві, агрохімії, агроекології, агрономії й суміжних науках: ґрунтозахисну, агрохімічну, агрономічну, біологічну ефективність.

Також в сучасній науковій літературі зустрічається термін «енергетична ефективність» («біоенергетична ефективність»), яку визначають коефіцієнтом енергетичної ефективності (співвідношенням акумульованої в продукції та витраченої на її

виробництво енергії) та показниками енергомiсткостi виробництва одиницi продукцiї та енерговiддачi. Додатковими показниками такого виду ефективностi можуть бути енергетичний прибуток, енергетична рентабельностi, енерговiддача та iн. [5]. Такий пiдвищений iнтерес сучасних науковцiв до енергетичної ефективностi пояснюється, насамперед, бiльшою об'єктивностю енергетичного пiдходу до оцiнки ефективностi в умовах постiйної iнфляцiї та нестабiльностi нацiональної валюти, грошова величина якої є вiдносною й перехiдною на вiдмiну вiд енергетичної.

Показники ефективностi органiчного сiльського господарства згруповано в окремi категорiї: екосистема, ґрунт, ґрунтовi i поверхневі води, клiмат та повітря, якiсть органiчної продукцiї. Однак, варто зауважити, не всi показники наразi є доступними, що є перешкодою для проведення якiсного аналізу.

Огляд сучасних лiтературних джерел щодо впливу органiчного землеробства на навколишнє природне середовище i використання ресурсiв продемонстрував бiльшу ефективностi екологiчних показникiв у пiдприємствах, що використовують органiчнi технологiї. При цьому всi показники ефективностi органiчного сiльськогосподарського виробництва продемонстрували нижчi показники продуктивностi, нiж в традицiйних сiльськогосподарських пiдприємствах.

Бiблiографiчний список:

1. Bogomolova K., Smigunova O., Holovanova H. The state and perspectives of development of organic crop production in Ukraine. *Vectors of competitive development of socio-economic systems: monograph*. Opole: The academy of management and administration, 2020. P. 15-18.
2. Безус Р.М. Формування органiзацiйно-економiчних засад розвитку виробництва органiчної продукцiї: автореф. дис. ... д-ра екон. наук : спец. 08.00.03. Житомир, 2015. 36 с.
3. Lakner S., Breustedt G. (2017). Efficiency Analysis of Organic Farming Systems. – A Review of Concepts, Topics, Results and Conclusions. *German Journal of Agricultural Economics*. Vol. 66. No. 2. Pp. 85-108.
4. Lin H.-C., Hülsbergen K.-J. (2017). A new method for analyzing agricultural land-use efficiency, and its application in organic and conventional farming systems in southern Germany. *European Journal of Agronomy*. Vol. 83. Pp. 15-27. <https://doi.org/10.1016/j.eja.2016.11.003>
5. Калiнiченко О.В. Методичнi засади оцiнки енергетичної ефективностi виробництва продукцiї рослинництва. *Облiк i фiнанси*. 2016. № 2. С. 150-155.

СУЧАСНІ ЗАСАДИ ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Карлюка Є.О., здобувачка вищої освіти*,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

Частіше всього проблема управління підприємством виникає через те що зовнішнє та внутрішнє середовище функціонування сучасних об'єктів господарювання на постійній основі дає зміни. Нові виклики, небезпеки та загрози вітчизняним підприємствам на економічному рівні, трансформація сталої економічної системи супроводжується трансформацією бізнес-моделей та еволюцією ринкових відносин.

Метою є розглянути сучасні засади ефективного управління підприємством.

Володіння сучасними науковими методами реалізації функцій корпоративного управління є необхідною ознакою топ-менеджерів для успішного виконання виробничих і соціальних завдань суб'єктів господарювання в умовах розвитку та функціонування динамічного зовнішньоекономічного середовища. Управління є важливою частиною системи діяльності компанії та запорукою економічної вигоди, конкурентоспроможності та сталого розвитку компанії.

Управління підприємством – процес планування, організації, мотивації, контролю й регулювання дій персоналу, постановки стратегічних цілей і тактичних завдань підприємства, ухвалення управлінських рішень і забезпечення їх виконання [1].

Можна сказати, що теоретичні основи управління підприємством ґрунтуються на таких поняттях, як «підприємство» і «управління»[2].

Підприємство – це відокремлена спеціалізована господарча одиниця, основою якої є професійно організований трудовий колектив, який за допомогою засобів виробництва, що є в його розпорядженні, виготовляє необхідну споживачу продукцію, виконує роботи, надає послуги [3].

Професійне управління діяльністю будь-якого підприємства здійснюється топ-менеджментом на підставі його установчих документів. На прикладному рівні під управлінням фахівці розуміють

* Науковий керівник – асистент І.О. Романащенко

спрямований та координований процес впливу керуючої сторони (суб'єкта управління) на об'єкт управління, метою якого виступає усвідомлене прагнення до досягнення певного результату.

Функції управління – це набір дій щодо вирішення конкретних виробничих, економічних і соціальних завдань підприємства, специфічні види робіт, які забезпечують раціональну форму поділу праці представників апарату управління (топ-менеджменту) суб'єкта господарювання. У процесі контролю діяльності підприємства може відбуватися оцінювання рівня ефективності його роботи як основного індикатора раціональності організації управлінського процесу. Високі показники рентабельності, ліквідності, фінансової стійкості, прибутковості підприємства є свідченням високої ефективності управління ним [2].

Особливості організації управління конкретним підприємством зазвичай декларуються у його статуті. Цей документ на рівні із іншими установчими документами визначає права і обов'язки власника бізнес-структури, а також компетентності усіх учасників виробничого процесу (права і обов'язки трудового колективу в межах реалізації управлінської та виробничої діяльності суб'єкта господарювання).

Загальні принципи управління підприємством такі [4]:

– управління підприємством здійснюється у відповідності зі статутом на основі поєднання прав власника відносно господарського використання свого майна та принципів самоуправління трудового колективу;

– найняття (призначення, обрання) керівника підприємства є правом власника (власників) майна підприємства та реалізується безпосередньо або через уповноважені ним органи;

– рішення по соціально-економічним питанням, які стосуються діяльності підприємства, виробляються та приймаються органами управління з участю трудового колективу та уповноважених ним органів;

– вищим керівним органом колективного підприємства є загальні збори (конференція) власників майна.

Як стверджують Пілецька С.Т., Коритько Т.Ю.: «діяльність підприємств в сучасних економічних умовах характеризується необхідністю результативного використання всіх наявних ресурсів, що робить можливим досягнення прогресивного розвитку та покращувати показники його ефективності» [5]. Ринкова економіка створює такі умови для діяльності підприємств, установ, організацій, за яких виникає

необхідність докладати всіх можливих зусиль для максимального збільшення обсягу прибутку для того, щоб мати можливість подальшого розвитку.

Як зазначають Колесник В.М., Воснна К.І.: «складність і багатогранність ефективності управління пояснюються складністю самої категорії управління. Питання ефективності управління, з одного боку, є невід'ємним аспектом управління підприємством, з іншого – вони не мають однозначних рішень» [6].

Як стверджують Резнік Н.П. та Опалат Д.В.: «за реалізації управлінських нововведень, особливо таких кардинальних, як стратегічне управління, яке пов'язане з переорієнтацією усього мислення менеджменту з внутрішньовиробничих на зовнішні проблеми, потрібна величезна робота з подолання опору змінам, формування нової «організаційної культури» [7].

Недооцінювання важливості сфери управління менеджерами, звичка покладатися на свій досвід і інтуїцію, скептичне ставлення до наукових розроблень і фахової освіти у цьому напрямку впливають без сумніву і на фінансово-економічні результати діяльності підприємств». З огляду на такі твердження, доцільно звернутися до питання забезпечення ефективності управління сучасним підприємством у тих економічних умовах, які склалися нині в Україні [2].

Загалом, у широкому розумінні, ефективність управління суб'єктом господарювання формується зі складових окремих функціональних підсистем підприємства, тобто маркетингової діяльності, людських (трудових) ресурсів, фінансових ресурсів, логістичних систем та інших складових ефективності управління, також значною мірою залежить від того, наскільки збалансованим є управління всіма підсистемами управління підприємством на рівні організації загального керівництва господарською структурою, тобто на рівні загального менеджменту, управління суб'єктом господарювання. У компанії вважають, що є два важливі показники ефективності управління підприємством – економічність і ефективність.

Отже, визначення ефективності управління підприємством має важливе як наукове, так і практичне значення, оскільки дозволяє не тільки оцінити ефективність управління підприємством, а й визначити стратегію розвитку, розробити прогноз та план дій на перспективу, встановити результати використання витрачених ресурсів та рівень капіталізації.

Бібліографічний список:

1. Управління підприємством.
URL: https://pidru4niki.com/12281128/ekonomika/upravlinnya_pidpriyemstvom
2. Яременко О.В. Кваліфікаційна робота освітнього ступеня магістр, підвищення ефективності управління підприємством в сучасних умовах, Черкаси, 2020. С. 6-26.
3. Підприємство, його основні ознаки та принципи функціонування.
URL: <https://buklib.net/books/37294/>
4. Кирпиченко К.С. Аналіз основних принципів і методів управління підприємством. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2011. № 36. С. 345-347.
5. Пілецька С. Т. Ефективність управління підприємством, підходи та методи щодо її оцінки. *Проблеми системного підходу в економіці*. 2018. Вип. 5. С. 100-106.
6. Колесник В.М. Теоретичні підходи до функцій менеджменту, його ефективності в системі управління сільськогосподарськими підприємствами. *Економічний простір*. 2013. № 71. С. 192-203.
7. Резнік Н.П., Опалат Д.В. Інноваційні методи управління підприємствами з огляду на оцінку їхньої ефективності. *Економічний вісник Національного гірничого університету*. 2019. № 4. С. 138-147.

УДК: 330:004:330.354

ЦИФРОВІ ТРАНСФОРМАЦІЇ В ЕКОНОМІЦІ: ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ

Кислов В.О., здобувач вищої освіти*,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна.

Економічний розвиток неможливий без широкого впровадження та повного використання цифрових технологій, адже темпи цифрових інновацій зростають з кожним роком. Цифрова економіка з часом може змінювати сферу свого охоплення, але сама сутність її полягає в орієнтації на комп'ютерні технології, які могли б дозволити покращити продуктивність праці на підприємствах.

Цифрова економіка – це тип економіки, де ключовими факторами та засобами виробництва є цифрові дані (бінарні,

* Науковий керівник - кандидат економічних наук, доцент С.Є. Ткаченко

інформаційні тощо) та мережеві транзакції, а також їх використання як ресурсу, що дає змогу істотно збільшити ефективність та продуктивність діяльності та цінність для отриманих продуктів та послуг [1, с. 388-389].

Цифрова трансформація (цифровізація) – це перетворення наявних аналогових (іноді електронних) продуктів, процесів та бізнес-моделей організації, в основі якої лежить ефективне використання цифрових технологій [1, с. 388-389].

Цифрові технології (згідно з аналітичними звітами Давоського економічного форуму): Інтернет речей, роботизація та кіберсистеми, штучний інтелект, великі дані, безпаперові технології, адитивні технології (3D-друк), хмарні та туманні обчислення, безпілотні та мобільні технології, біометричні технології, квантові технології, технології ідентифікації, блокчейн тощо [1, с. 388-389].

Цифрова трансформація означає інтеграцію цифрових технологій у всі сфери бізнесу. Ця інтеграція призводить до принципових змін у тому, як діють громадяни, підприємства та організації, як вони забезпечують цінність для себе, своїх працівників, клієнтів, партнерів, досягаючи власних та спільних, економічних та соціальних цілей швидше, дешевше та з новою якістю [1, с. 388-389].

Цифровізація – це насичення фізичного світу електронно-цифровими пристроями, засобами, системами та налагодження електронно-комунікаційної взаємодії між ними [1, с. 388-389].

Метою ж цифрової економіки є зростання гнучкості та пристосування до змін ринкових умов, що забезпечуватиме зростання конкурентоспроможності держави у світі цифрових технологій. Сучасні реалії розвитку та трансформації цифрової економіки вимагають створення й активного використання сучасних інструментів управління проєктами. Цифровізація диктує потребу формування візуального подання процесів реалізації та отримання результатів здійснення проєктів у фінансовій сфері, що дасть змогу проводити моніторинг перебігу виконання окремих бізнес-процесів.

В цілому, процес цифрової трансформації економіки базується на практичному досвіді, який сформульований у вигляді основних положень, обставин, вимог та практик, які є загально визнаними правилами та виступають фундаментом. Значимість цифрової економіки підтверджується щорічним зростанням сегменту у ВВП країн практично на 20 %, в розвинених державах цей показник становить

приблизно 7 % [2]. Прикладом позитивних змін від переходу країни до нової економічної моделі проявляється у таких країнах, як: Швеція, Корея, Естонія, Ірландія та Ізраїль. Прямий результат переходу до електронної економіки становить 20% ВВП протягом п'яти років. Зразком розвитку цифрової економіки на сьогодні є Великобританія – частка «цифри» у ВВП країни становить 12,4 %, у той час як середній показник по країнах G20 становить 5,3 %. У Німеччині цифровізація промисловості визначена у 2013 р. «Програмою переходу до цифрової економіки». Головною її метою є створення виробництв винятково на цифровій основі для подолання можливих економічних криз ХХІ ст. [2]. Яскравим прикладом розвитку цифрових технологій та їх вагомого впливу на економіку являються США, де вже зараз діють більше 9 тис. повністю автоматизованих виробництв, а на 10 тис. робочих місць у виробництві припадає 870 промислових роботів, у Японії – 400, в Південній Кореї – 270, в Китаї – 32. В Україні цей же показник не перевищує і 3. За даними Європейської Комісії, цифрова економіка оцінюється у 2,3 трлн. євро в групі країн «Великої двадцятки» і складає близько 8% ВВП [2].

Інституційно-правове оформлення розвитку цифрової економіки в Україні розпочалося у 2013 році. КМУ видав розпорядження «Про схвалення стратегії розвитку інформаційного суспільства в Україні». У червні 2015 року Україна приєдналася до Декларації першого засідання міністрів «Східного партнерства ЄС» з питань цифрової економіки. Наступним кроком стало розроблення концептуальних засад «Цифрового порядку денного України – 2020», який визначав ключові завдання, першочергові сфери, ініціативи та проекти «цифровізацій» України на найближчі три роки. У 2017 році прийнято Закон України «Про електронні довірчі послуги». У січні 2018 року Уряд схвалив Концепцію розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018-2020 роки та затвердив план заходів щодо її реалізації. Головною метою документа стала реалізація ініціатив «Цифрового порядку денного України 2020» (цифрової стратегії) для усунення бар'єрів на шляху цифрової трансформації України у найбільш перспективних сферах [2].

Існує два сценарії розвитку цифрової економіки в Україні. Перший – це базовий сценарій, який передбачає інноваційне продовження тенденцій сприйняття інноваційної економіки. Другий – форсований сценарій, який передбачає усунення законодавчих,

інституційних, фіскально-податкових, валютно-грошових бар'єрів, що перешкоджають розвитку інноваційної економіки, «цифровізації» [3, с.14-16].

Також, до основних напрямів розвитку цифрової економіки в Україні можна віднести як подолання цифрового розриву в суспільстві, так і цифровізацію реального сектора економіки. Отже, цифрова економіка формує частку в структурі ВВП країни. Особливість розвитку цифрової економіки в Україні полягає у тому, що користувачі та бізнес значно випереджають державу та промисловість.

Застосування технологій візуалізації процесів та даних за допомогою середовища MS Project довело практичну цінність цього інструменту щодо можливостей безперервного моніторингу витрат часу, трудових, фінансових та матеріальних ресурсів реалізації проєкту. На прикладі впровадження операцій фінансового лізингу в діяльність суб'єкта господарювання візуалізація даних у вигляді діаграми Ганта допомагає оцінювати етапів проєкту з позиції залучених ресурсів, їхньої вартості, графіку роботи та строків виконання завдань. В умовах обмеженості перелічених ресурсів менеджер проєкту під час його реалізації має можливість швидко визначити та оцінити ефективність виконання окремих етапів проєкту кожним членом команди, за необхідності внести корективи до плану виконання робіт, визначити резерви робочого часу тощо. Успішність реалізації окремих завдань проєкту оцінюється показниками ефективності діяльності суб'єкта господарювання. Саме тому питання щодо візуалізації фінансових даних, створених за допомогою сучасних BI-інструментів, до яких належить MS PowerBI, котрі формують оперативні метрики для ухвалення рішень, є актуальними. Дешборд аналізу фінансових даних формується візуалізаціями за необхідним переліком параметрів. Набір інфографіки залежить від важливості індикаторів та їх значимості для особи, що ухвалює управлінські рішення. Побудована візуалізація даних в управлінні проєктами фінансової сфери створює передумови для розроблення й ухвалення оперативних управлінських рішень [3, с. 16].

Проведене моделювання бізнес-процесів у цифровому середовищі щодо управління вартістю підприємства в нотатці IDEF0 дало змогу деталізувати етапи його реалізації, ідентифікувати інформаційні потоки, що створюються при цьому, визначити фінансові дані за результатами виконання бізнес-процесів, динаміку яких доцільно візуалізувати.

Це доводить доцільність застосування інформаційно-комунікаційного забезпечення на кожному етапі менеджменту, що, з одного боку, скорочує час на прийняття управлінських рішень, з іншого – дає змогу оперативно вносити зміни до встановлених параметрів та динамічно адаптувати їх до нових умов. Окрім того, сучасні підходи до управління вартістю підприємства передбачають потребу обробки значних масивів інформації, у результаті чого використання моделювання бізнес-процесів у цифровому середовищі дає додаткові можливості для якісного обґрунтування управлінських фінансових рішень [3, с. 18-20].

На нашу думку, не варто вбачати у процесі цифровізації виробництва товарів і послуг лише технологічні переваги, адже є й негативні аспекти. Зокрема, до переваг відносять підвищення гнучкості виробництва шляхом динамічних змін виробничого процесу, нижчі ціни на товари, їх доступність та широку різноманітність, економію часу та людських ресурсів як робочої сили і водночас практично «нескінченність» товарів в електронному вигляді. Щодо негативних аспектів, – це автоматизація та роботизація виробництв, що у подальшому суттєво сприятиме скороченню робочих місць та нарощуванню соціальної напруги.

При всій важливості цифровізації національного господарства варто не забувати, що головний вектор його розвитку – це соціалізація економіки, виконання нею, насамперед, соціальних функцій із забезпечення добробуту домашніх господарств і суспільства в цілому, через ефективне застосування цифрових та інформаційних технологій.

Бібліографічний список:

1. Скоробогатова Н.Є. Концептуальні засади формування сталого розвитку суспільства в контексті Індустрії 4.0. *Економічний вісник НТУУ «КПІ»*. 2019. С. 388-400.

2. Краус К.М., Краус Н.М., Голобородько О.П. Цифрова економіка: тренди та перспективи авангардного характеру розвитку. *Ефективна економіка*. 2018. № 1. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/1_2018/8.pdf

3. Карчева Г.М., Лапко О.С., Запорожець С.П. Цифрова економіка та її вплив на розвиток національної та міжнародної економіки. *Фінансовий протіф*. 2017. № 27. С. 13-21. URL: <https://fp.cibs.ubs.edu.ua/index.php/fp/issue/view/27>

УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ В ГАЛУЗІ РОСЛИННИЦТВА

Кличков Д.Д., здобувач вищої освіти*,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

Забезпечення економічного зростання рослинницького підкомплексу аграрних формувань – головна умова підвищення ефективності виробництва, забезпечення продовольчої безпеки і тому є пріоритетним завданням держави. Для її реалізації сьогодні необхідно постійно вдосконалювати систему управління галуззю рослинництва, використовуючи новітні технічні, технологічні розробки [1].

Розглянемо систему управління рослинництвом на прикладі державного підприємства «Дослідне господарство «Елітне» ІР ім. В.Я. Юр'єва НААН України» Харківського району Харківської області. Галузь рослинництва очолює головний агроном, який є одночасно спеціалістом-технологом і організатором виробничої програми. Кількісний склад агрономічної служби складає 2 агрономи, що відповідає нормі обслуговування. Експертний аналіз якісного складу агрономічного персоналу зазначив високі професійні, організаторські і особисті якості персоналу [2]. Середня оцінка професійних якостей складала 4,4 бали, організаційних – 4,2 бали, особистих – 4,6 бали.

Основні виробничо-фінансові показники дослідного господарства свідчать про те, що протягом останніх 5-ти років господарство було рентабельним окрім 2022 р. Однак за досліджуваний період спостерігалось коливання маси прибутку. У структурі товарної продукції галузь рослинництва залишається провідною, на її долю приходиться 95,9 % товарної продукції. Зараз напрям спеціалізації господарства визначається як зерно-соняшниковий.

Аналіз витратного механізму засвідчив, що виробнича собівартість продукції господарства постійно збільшується (за досліджуваний період по галузі рослинництва в 1,7 рази). Особливо це помітно по таким культурам як: ярі зернові, кукурудза на зерно, соя. На наш погляд, головною причиною росту витрат є відсутність у підприємстві стимулюючого механізму економії прямих виробничих витрат. Сьогодні підприємству необхідно розробити програму

* Науковий керівник – доктор педагогічних наук, професор В.М. Нагасєв

зниження витратності, матеріало- та енергомісткості продукції.

За даними аналізу професійної компетентності керівників і спеціалістів галузі рослинництва можна зробити висновок, що середня оцінка професійних, організаторських та особистих якостей керівників і спеціалістів господарства складає 4,34 бали, що свідчить про високий рівень їх професійної компетентності. Аналіз структури доводить можливість переходу на децентралізований принцип управління, адже в господарстві працюють висококваліфіковані управлінські кадри [3].

З метою удосконалення організаційного механізму управління галуззю рослинництва у ДП ДГ «Елітне» пропонується спроектувати продуктову виробничо-технологічну структуру управління з впровадженням виробничих і обслуговуючих економічно-самостійних підрозділів. Для підвищення ефективності використання ресурсного потенціалу підприємства доцільно створити цех з переробки рослинницької продукції, залучивши інвестиційні можливості [4, с. 128].

Пропонується створити дві спеціалізовані виробничі ланки з виробництва зернових та технічних культур. Для підвищення ефективності використання ресурсного потенціалу підприємства доцільно створити цех з переробки рослинницької продукції, залучивши інвестиційні можливості.

На основі проведеного комплексного аналізу пропонуються такі загальні заходи з удосконалення системи управління рослинництвом у ДП ДГ «Елітне»:

1. Впровадження моделі продуктової виробничо-технологічної структури управління з високим рівнем децентралізації управлінських функцій.

2. У виробничій структурі з метою підвищення прибутковості пропонується створити підрозділи по переробці виробленої ними продукції, що дозволить знизити сезонність використання робочої сили, вирішити соціальні питання.

3. Для підвищення рівня організації праці, пропонуємо впровадження автоматизованих систем управління технологічними процесами на основі автоматизованих робочих місць агрономічного персоналу.

4. Господарству потрібно розширювати рикові канали збуту, такі як: біржі, агроторгові домівки. Сьогодні в економічній програмі підприємства потрібно впроваджувати ф'ючерсні контракти, операції хеджування, які можуть дозволять вигідно реалізувати продукцію і страхуватися від можливих ризиків.

5. Вважаємо за необхідне для підприємства підвищити рівень організаційного забезпечення технологічних процесів, оптимізувати організаційні нормативи, впровадити систему управління якістю продукції на кожній технологічній операції.

6. Також, господарству необхідно розробити програму оптимізації витратного механізму галузі рослинництва – зниження матеріало- та енергомісткості продукції. Важливе значення має широке впровадження інтенсивних ресурсозберігаючих технологій вирощування сільськогосподарських культур за типом No-till.

Бібліографічний список:

1. Кондрашихін А.Б. Координатні виміри інноваційного простору регіону: монографія. К. : ДЕТУТ, 2010. 200 с.

2. Лихочвор В. Про революційні зміни у технологіях в рослинництві. *Зерно*. 2010. № 6. С. 23-28.

3. Настич В.Г. Вдосконалення системи управління агропромислового комплексу на регіональному рівні. *Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу*. 2014. № 4(28). 284 с.

4. Нагасв В.М. Удосконалення організаційно-правового механізму господарювання у рослинництві. *Вісник ХНАУ. Серія економіка АПК і природокористування*. 2004. № 9. С. 123-130.

УДК: 697.317.42

ДІЮЧИЙ МЕХАНІЗМ РЕГУЛЮВАННЯ ЦЕНТРАЛІЗОВАНОГО ТЕПЛОПОСТАЧАННЯ: НЕДОЛІКИ І НАПРЯМИ ЙОГО ВДОСКОНАЛЕННЯ

Котляров Є.І., кандидат економічних наук, доцент,
Науково-дослідний центр індустріальних проблем розвитку
НАН України, м. Харків, Україна
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-6366-6729>

Система централізованого теплопостачання є невід’ємним атрибутом будь-якого сучасного міста. Якщо централізоване теплопостачання розглядати з точки зору системного підходу, то у якості окремих елементів можна виділити: джерела генерації теплоенергії, мережі транспортування і постачання тепла, споживачі послуг з теплопостачання.

Як і будь-яка соціально-економічна система, система централізованого теплопостачання потребує наявності окремої підсистеми, а саме – системи управління і регулювання. Засади державного регулювання діяльності в сфері теплопостачання визначені Законами України [1; 2].

Сучасний стан абсолютної більшості систем централізованого постачання населених пунктів України характеризується як кризовий. Це пояснюється як значним фізичним і моральним зносом по усьому ланцюжку виробництво-транспортування-споживання, так і тими масовими руйнаціями, які виникли внаслідок збройної агресії російської федерації.

Країна в терміновому порядку здійснює заходи з відновлення будинків-споживачів теплоенергії і об'єктів виробництва, транспортування і постачання тепла.

Досвід м. Харків, який чи не найбільше потерпає від регулярних обстрілів інфраструктури і багатоповерхових будівель з боку російських агресорів, показує, що відновлення об'єктів до «довосенного» стану відбувається у стислі терміни. Більш того, для міста характерно не «просто» відновлення об'єктів теплопостачання «як було», а відновлення з одночасною модернізацією, яка частково фінансується за рахунок кредиту Світового банку, наданого в довосенні часи.

Високі темпи відновлення житлового фонду і інфраструктурних об'єктів характерні і для інших українських міст, що потерпали від російської агресії: міста Буча, Ірпінь, Суми, Охтирка та багато інших.

Тобто, відновлення теплопостачання і теплоспоживання в населених пунктах України відбувається не зважаючи на усі спроби російських агресорів не допустити цього.

При відновленні частково вирішується проблема оновлення основних засобів, що мали великий рівень фізичного і морального зносу: замість зруйнованих низькоефективних котлів встановлюються нові з високим к.к.д., при відновленні мереж теплопостачання використовуються попередньо ізольовані труби (які характеризуються низькими тепловтратами і підвищеним терміном корисної експлуатації). При відновленні будівель використовуються сучасні енергоефективні металопластикові вікна, які дозволяють знизити втрати тепла при опаленні.

Тобто, окремі елементи такої соціально-економічної системи як централізоване теплопостачання, активно модернізуються не зважаючи на військову агресію. У той же час, збройний напад росії «відсунув на

задній план» інший напрям вдосконалення системи централізованого теплопостачання, а саме – вдосконалення підсистеми, що здійснює регулювання і управління.

Діючий механізм державного регулювання господарської діяльності в сфері теплопостачання базується на Законі України «Про теплопостачання» [1]. Основними інструментами впливу на господарську діяльність суб'єктів теплопостачання є ліцензування господарської діяльності, регулювання ціноутворення, регулювання інвестиційної діяльності.

Повноваження з застосування цих інструментів розподілені: Національна комісія, що здійснює державне регулювання у сферах енергетики та комунальних послуг [2] – здійснює регулювання при виробництві теплоенергії на ТЕЦ, ТЕС, АЕС, когенераційних установках); в інших випадках – обласні державні адміністрації (здійснюють ліцензування діяльності) і органи місцевого самоврядування (регулюють тарифи і інвестиційну діяльність).

Не залежно від того, який орган здійснює заходи з регулювання, методологія такого регулювання однакова:

- для отримання ліцензії необхідно документально підтвердити відповідність формалізованим критеріям, встановленим в Ліцензійних умовах

- для узгодження тарифів необхідно обґрунтувати кожен елемент витрат, для чого в паперовому і електронному вигляді надається велика кількість розрахунків, обґрунтувань, статистичних даних за минулі періоди;

- для затвердження інвестиційних програм також (в паперовому і електронному вигляді) надаються детальні розрахунки, обґрунтування, експертні висновки. Обов'язковим є розрахунок економічного ефекту за кожним інвестиційним заходом; інвестиційні заходи плануються виключно в межах амортизаційних відрахувань і планової суми прибутку, що передбачена в тарифах на теплоенергію.

Діючий порядок контролю тарифів і інвестиційної діяльності передбачає жорстку фінансову відповідальність за відхилення фактичної суми і структури витрат від запланованого рівня. Тобто, діюча практика державного регулювання змінює акценти економічної поведінки підприємств теплопостачання. Підприємства орієнтуються не на споживача послуг, а виключно на задоволення вимог регулюючих органів. Замість пошуку резервів підвищення ефективності основна увага спрямована на виконання формальних вимог регулюючого

органу. Ціноутворення, яке орієнтоване на обґрунтування витрат (так званий метод «витрати+»), дає змогу підприємствам комунальної теплоенергетики постійно підвищувати рівень тарифу, перекладаючи на споживачів, як підвищення цін на енергоносії, так і власну неефективність. І, навіть намагання підвищити ефективність операційної діяльності (за рахунок реалізації інвестиційних проєктів), обмежуються прийнятим порядком регулювання інвестиційної діяльності.

Отже, в сучасних умовах стає актуальним не тільки відновлення і модернізація самих систем централізованого теплопостачання, а й вдосконалення механізмів управління і регулювання функціонування цих систем.

Як світовий, так і вітчизняний досвід підказує єдиний рецепт такого вдосконалення – відмова від адміністративних методів регулювання, формування ринкових відносин і ринкових механізмів регулювання.

Аналіз досвіду побудови і функціонування загальнодержавних ринків природного газу і електроенергії, аналіз побудови регіональних ринків теплоенергії в країнах ЄС, дозволяє сформулювати наступні напрями вдосконалення механізму регулювання господарської діяльності в сфері теплопостачання.

По-перше. Створення умов для формування конкурентних відносин в цій сфері. Типовим для України є те, що теплопостачання окремого населеного пункту забезпечує єдине монопольне комунальне підприємство, яке здійснює усі види господарської діяльності в сфері теплопостачання (виробництво, транспортування і постачання). В Законі України «Про природні монополії» [3] до природних монополій відноситься тільки діяльність в сфері транспортування, тоді як виробництво і постачання віднесені до суміжних ринків. Саме на цих, суміжних ринках і доцільно, на наш погляд, формувати конкурентні відносини. Ефективним інструментом формування конкурентних відносин є анбандлінг, тобто виділення зі складу єдиного монопольного підприємства окремих юридичних осіб, які займаються виробництвом теплоенергії на конкурентних засадах. Організація теплопостачання здійснюється або шляхом закупівлі на конкурентних засадах транспортуючим підприємством необхідної кількості теплоенергії, або шляхом надання вільного доступу до транспортної мережі усім конкуруючим суб'єктам.

По-друге. Реформування регулювання ціноутворення. Необхідним є обмеження застосування методу ціноутворення за методом «витрати+» і впровадження в практику інших методів встановлення тарифів.

У невеликому населеному пункті, в якому функціонує одна чи декілька невеликих котелень без загальної мережі транспортування, метод «витрати+» є єдиним можливим для застосування, але з обов'язковим спрощення порядку і процедури обґрунтування і затвердження тарифу.

Якщо в населеному пункті функціонує декілька котелень, об'єднаних єдиною мережею транспортування, з'являється можливість вибору найбільш економічно привабливих постачальників. Тобто, з'являються умови для виникнення конкуренції. При організації конкурентної закупівлі теплоенергії ціна пропозиції може бути визначена будь-яким методом, без будь-якого контролю з боку регулятора. Головним стає саме конкурентність тарифу на регіональному ринку. При наданні вільного доступу виробників теплоенергії до транспортуючої мережі кожен виробник самостійно заключає договори зі споживачами, в яких сторони визначають (знов таки без контролю з боку регулятора) рівень тарифу.

По-третє. Регулювання інвестиційної діяльності може бути збережено тільки для природного монополіста – транспортної мережі. Але, порядок планування і контролю інвестиційної діяльності повинен бути реформований в напрямку спрощення. Одним з напрямків стимулювання інвестиційної активності транспортуючих організацій може стати впровадження саме стимулюючого регулювання [3], яке орієнтує підприємство спрямування отриманого прибутку на оновлення основних засобів

Інвестиційна діяльність інших суб'єктів господарювання, що діють на конкурентних засадах, повинна здійснюватися на загальних підставах, як і в будь-якій іншій сфері.

Бібліографічний список:

1. Закон України «Про тепlopостачання» від 02.06.2005. № 2633-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2633-15#Text>
2. Закон України «Про Національну комісію, що здійснює державне регулювання у сферах енергетики та комунальних послуг» від 22.09.2016. № 1540-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1540-19#Text>
3. Закон України «Про природні монополії» від 20.04.2000. № 1682-III. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1682-14#Text>.

ТРУДОВІ РЕСУРСИ ЯК ОСНОВНИЙ ЧИННИК ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Купко О.В., здобувач*,

Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

Сьогодні, в умовах гострої конкуренції на ринку праці, успіх підприємства значною мірою залежить від ефективного використання трудових ресурсів. Трудові ресурси є основним чинником, що визначає ефективність діяльності підприємства, адже саме через роботу працівників здійснюється виробництво продукції або надання послуг. Стабільний рівень виробничо-господарської діяльності підприємства залежить від наявності необхідної кількості працівників з потрібним рівнем кваліфікації та досвідом. Ефективність управління персоналом сприятливо впливає на ефективність використання обладнання, машин і механізмів, своєчасність виконання робіт і, у свою чергу, на такі показники, як обсяг виробництва, його собівартість і прибуток [4].

Використання трудових ресурсів на сучасному підприємстві потребує підвищеної уваги та зосередженості з боку менеджменту. Для забезпечення ефективного використання трудових ресурсів необхідно використовувати такі методи, які б дозволили зменшити витрати та збільшити виробничу потужність. Зокрема, до таких методів можна віднести здійснення ефективної організації робочого часу, застосування новітніх технологій та обладнання, стимулювання працівників через систему мотивації.

На сьогодні, в умовах розвитку сучасних технологій та високих вимог до якості продукції, підприємства мають постійно підвищувати кваліфікацію своїх працівників та забезпечувати їм рівні можливості для розвитку та самореалізації. Також на сучасному підприємстві дедалі більшою увагою користується створення комфортних умов праці, організація корпоративної культури, а також підвищення соціальної відповідальності. Ефективна кадрова політика сприяє якісному функціонуванню компаній та зміцненню їхньої конкурентоспроможності [2; 4]. Висока кваліфікація, мотивація та професійні здібності працівників можуть значно вплинути на успішність підприємства та його конкурентоспроможність на ринку.

* Науковий керівник – кандидат економічних наук, доцент О.В. Грідін

Попит та пропозиція трудових ресурсів у країні відображає баланс інтересів між працівниками та роботодавцями. Наразі, попит є значно нижчим за пропозицію, що призводить до збільшення кількості безробітних. Це вимагає нових підходів до вивчення проблем використання трудових ресурсів та оцінки ефективності їх використання під впливом виробничих і соціально-економічних чинників в умовах реформування економіки. До таких проблем в основному відносяться неефективне використання робочого часу, низька продуктивність праці, низька зайнятість на виробництві та плінність кадрів на підприємствах. Аналізуючи проблеми забезпечення трудовими ресурсами, необхідно пам'ятати, що в сучасних умовах, внаслідок значного скорочення виробництва, підприємства стикаються вже не з проблемою дефіциту, а з використанням надлишкової робочої сили, необхідністю скорочення чисельності працівників і, водночас, з необхідністю забезпечення кваліфікованими кадрами на перспективу [3; 5].

Отже, за даними Державного центру зайнятості, наведені цифри свідчать про зміну темпів запланованих масових звільнень в усіх регіонах України та столиці. Чисельність безробітних в Україні у 2021 році становила 54818 осіб, а станом на 01 січня 2023 року – 186508 осіб. Основними причинами безробіття стали пандемія COVID-19, карантинні заходи, порушення економічних процесів та війна в Україні. Водночас, за даними Державної служби зайнятості, станом на 01 січня 2022 року кількість зареєстрованих вакансій, становила 41042 осіб, а станом на 01 січня 2023 року лише 21241 осіб. Так, у сьогоdnішніх реаліях на одне вільне робоче місце в Україні станом на 01 лютого 2023 року у середньому претендує дванадцять безробітних [1; 6].

Забезпечення трудових ресурсів необхідно розглядати як комплексний процес, що охоплює відбір, навчання, розвиток, мотивацію та утримання працівників. Ефективність використання трудових ресурсів може бути покращена за допомогою різних стратегій управління, таких як: розвиток корпоративної культури; використання сучасних технологій у навчанні та підвищенні кваліфікації працівників; забезпечення соціального захисту та підвищення мотивації.

Управління трудовими ресурсами потребує постійного аналізу та удосконалення, враховуючи зміни в економічних, соціальних та технологічних умовах. Трудові ресурси є ключовим чинником ефективності діяльності будь-якого підприємства [2].

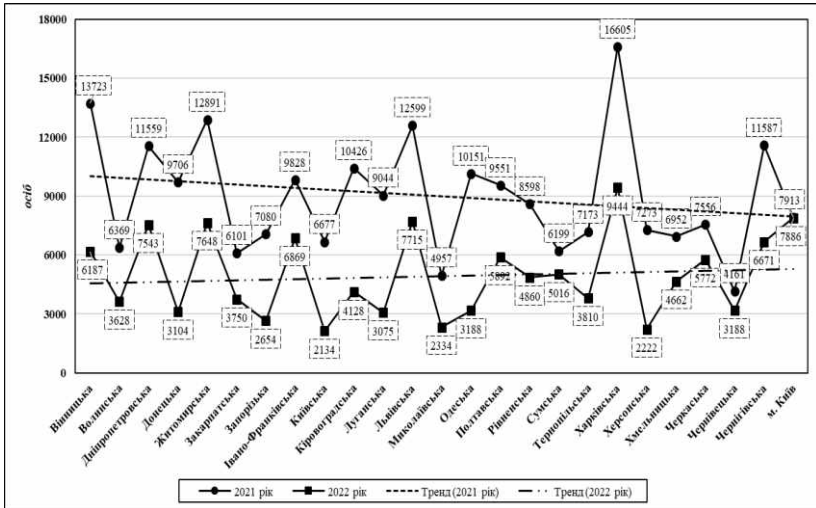


Рис. 1. Масове вивільнення працівників у зв'язку зі змінами в організації виробництва і праці за областями України у період 2021-2022 роки

Джерело: складено автором за даними [6].

Отже, в умовах сучасного бізнесу важливо розуміти, що успішність підприємства залежить від його трудових ресурсів. Необхідно розвивати стратегії управління трудовими ресурсами, щоб забезпечити ефективність діяльності підприємства та досягти конкурентної переваги на ринку.

Бібліографічний список:

- 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/1296/1250>
- Грідін О.В. Особливості та чинники формування ефективної кадрової політики підприємств аграрної сфери економіки. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки»*. 2021. Вип. 41. С. 22-26. DOI: <https://doi.org/10.32999/ksu2307-8030/2021-41-4> URL: <http://ejournal.kspu.edu/index.php/ej/article/view/699/687>
- Грідін О.В. Ринок праці як фундаментальна основа забезпечення соціально-економічної безпеки держави та її регіонів. *Вісник Одеського національного університету: Економіка*. 2022. Том 27. Випуск 3 (93). С. 101-108. DOI: <https://doi.org/10.32782/2304-0920/3-93-18> URL: http://visnyk-onu.od.ua/journal/2022_27_3/20.pdf

4. Богацька Н.М., Здрілюк І.С. Трудові ресурси як складова конкурентоспроможності підприємства. *Економічні науки. Економіка підприємства* URL: http://www.rusnauka.com/7_NMIV_2010/Economics/56676.doc.htm (дата звернення: 28.02.2023).

5. Богацька Н.М., Гендега А.А. Фактори впливу на трудові ресурси підприємства. *International scientific e-journal. ΛΟΓΟΣ. ONLINE*. 2020. № 16. URL: <https://www.ukrlogos.in.ua/10.11232-2663-4139.16.31.html>

6. Харківський обласний центр зайнятості Аналітична та статистична інформація. URL: <https://kha.dcz.gov.ua/analytics/69> (дата звернення: 28.02.2023).

УДК: 330.341.1

ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Люкіна В.Р., здобувач вищої освіти*,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

В сучасних економічних умовах діяльність підприємств має бути орієнтована на створення та впровадження інноваційних розробок. Тому постає проблема успішного запровадження таких розробок, що є ключовим чинником стабілізації ринкового попиту та забезпечення стратегічної конкурентоспроможності підприємств.

Для вітчизняних товаровиробників обґрунтування ефективної інноваційної стратегії є, по суті, єдиною передумовою їх виживання у нестабільному зовнішньому середовищі та позиціонування, як товаровиробника на ринках. У контексті економічного розвитку підприємства особливе місце посідають технологічні, продуктові, управлінські, маркетингові та організаційні інновації. Саме такі види інновацій зможуть вирішити проблеми щодо забезпечення підприємства ресурсним потенціалом, сприяти його раціональному використанню та досягти підвищення ефективності діяльності [1].

Отож, обґрунтування стратегії інноваційного розвитку підприємства набуває пріоритетного значення підвищуючи вартість економічних і соціальних наслідків рішень і дій, що ухвалюються для її реалізації.

Як стверджує Шацька Е.П., стратегія інноваційного розвитку підприємства – «розробка системи планових дій, спрямованих на

* Науковий керівник – кандидат економічних наук, доцент О.М. Таран

досягнення цілей інноваційного розвитку підприємства, шляхом створення сприятливого інноваційного середовища або вигідного пристосування до нього, базуючись на акумулюванні, використанні та оптимізації ресурсів підприємства, результатом чого має стати підвищення якості продукції, конкурентоздатності підприємства, зниження витрат»[2, с. 6]. А з точки зору Мельник Ю.М., інноваційна стратегія підприємства – «це цілеспрямований процес розробки і реалізації управлінських рішень, спрямованих на створення і розвиток продуктових і технологічних інновацій, принципи якого формуються загальною стратегією бізнесу підприємства» [3, с. 68].

Методи формування інноваційних стратегій для кожного рівня будуть специфічними. У процесі розроблення інноваційних стратегій треба враховувати цілі, завдання, що притаманні кожному рівню системи управління інноваційним розвитком, а стратегії відображають націленість на вирішення управлінських завдань[4, с. 73].

Успішна інноваційна стратегія:

- 1) має використовувати інноваційний потенціал та перспективи, що відповідають можливостям підприємства;
- 2) забезпечувати захист організації від зовнішніх загроз;
- 3) створювати конкурентні переваги підприємства в галузі.

Інноваційна стратегія корпоративного підприємства, яка спрямована на створення конкурентних переваг, має базуватися на маркетингових інноваціях.

Для визначення найбільш вдалої інноваційної стратегії підприємства слід дотримуватися наступних критеріїв:

- 1) відповідність можливостям і загрозам зовнішнього середовища;
- 2) сумісність з місією організації та відповідність її цілям;
- 3) досягнення конкурентних переваг за рахунок використання сильних сторін компанії і слабких конкурентів, нейтралізації або компенсації слабких сторін підприємства і сильних сторін (переваг) конкурентів;
- 4) наявність необхідних ресурсів, наукового, виробничого, кадрового та технічного потенціалів;
- 5) досягнення балансу між усіма структурними підрозділами корпоративного підприємства;
- 6) застосування ефекту синергізму інноваційної діяльності як єдиної системи [5, с. 25].

Можна зробити висновок, що важливою умовою розвитку підприємства є інноваційна діяльність, однак успіх впровадження інновацій значною мірою залежить від врахування в процесі

формування інноваційної стратегії підприємства таких факторів, як інноваційний потенціал, ризики інноваційної діяльності та рівень ризикостійкості. Саме тип ризикостійкості підприємства та його економічний стан мають визначати вид обраної інноваційної стратегії та рішення, що приймаються щодо інновацій. Подальшого розвитку та дослідження потребує розробка пропозицій щодо порівняння та відбору інноваційних проектів з урахуванням критеріїв стійкості до ризику компанії.

Бібліографічний список:

1. Грабчук І., Бугайчук В., Аляб'єва В. (2022). Стратегія інноваційного розвитку підприємства. *Економіка та суспільство*, (44). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-44-84>
2. Шацька Е.Ш. Стратегія інноваційного розвитку підприємств виноградарства і плодівництва Автономної республіки Крим : автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.00.04. Суми, 2010. 22 с.
3. Мельник Ю.М. Інноваційна стратегія підприємства як джерело його конкурентних переваг: стаття. Одеса. 2015. Вип. 4. С. 67-72.
4. Юринець З.В., Гнилянська Л.Й., Юринець Р.В. Управління інноваційним розвитком: навчальний посібник. Львів: СПОЛОМ, 2021. 132 с.
5. Круш П.В., Державська А.В. Інноваційна діяльність промислових підприємств: Матеріали XV Міжнародної науково-практичної конференції, м. Київ, 16 листопада 2016 р. К.: НТУУ «КПІ», 2016. 48 с.

УДК: 347.211:338.43

МЕХАНІЗМАМИ РОЗВИТКУ ТА РЕГУЛЮВАННЯ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ В АГРАРНОМУ СЕКТОРІ

Майборода М.М., кандидат економічних наук, доцент,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-2268-8128>
Семенякін С.С., здобувач третього рівня вищої освіти,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

Людський капітал є ключовим ресурсом будь-якої галузі, включаючи аграрний сектор економіки. Його розвиток і регулювання в сучасних умовах має на меті формування ефективних HR-процесів, що дозволить забезпечити підприємствам аграрної галузі належний рівень конкурентоспроможності та створити сприятливі умови для розвитку бізнесу.

Основними механізмами розвитку та регулювання людського капіталу в аграрному секторі є:

1. Розвиток та підвищення кваліфікації працівників. Цей механізм передбачає впровадження різноманітних програм навчання та підвищення кваліфікації працівників. На сьогоднішній день, у зв'язку з швидкими змінами в технологіях, ринках, та потребах споживачів, навчання є невід'ємною частиною життя професіонала.

2. Розвиток корпоративної культури та мотивації. Створення корпоративної культури, яка сприяє підвищенню мотивації працівників, забезпечує залучення та збереження талановитих фахівців. Для цього необхідно створити сприятливу атмосферу на робочому місці, забезпечити високу якість життя та роботи, підвищувати зарплату та надавати соціальні гарантії працівникам.

3. Оптимізація бізнес-процесів. Ефективність підприємства в значній мірі залежить від правильної організації бізнес-процесів, що передбачає оптимізацію використання людських ресурсів та забезпечення максимальної продуктивності працівників. В аграрному секторі економіки важливо оптимізувати процеси виробництва, використовувати нові технології та просуватися у напрямку ефективності.

Механізм забезпечення розвитку кар'єри та перспективи росту, передбачає надання можливостей для розвитку кар'єри та перспективи росту для працівників. На сьогоднішній день, працівники не лише шукають хорошу зарплату, а й можливості розвитку та зростання у своїй професії.

Слід зазначити, що моніторинг та оцінка результативності працівників є важливим елементом в ефективному управлінні людським капіталом. Цей механізм дозволяє оцінити результативність працівника та зробити висновки щодо його діяльності, а також прийняти необхідні рішення.

Загалом, розвиток та регулювання людського капіталу в аграрному секторі економіки передбачає впровадження різноманітних стратегій, які мають на меті забезпечення ефективного управління людськими ресурсами та забезпечення конкурентоспроможності підприємств. При цьому, важливо забезпечити постійний розвиток працівників та створити сприятливі умови для їхньої роботи та професійного зростання, а також визначити ті методи та стратегії, які найбільш ефективні для конкретного підприємства та врахувати специфіку аграрного сектору.

Бібліографічний список:

1. Дудник О.В., Майборода М.М., Міненко С.І. Людський капітал як основа інноваційної організації та розвитку сучасного підприємства. *Науковий журнал «Review of transport economics and management»* Український державний університет науки і технологій (Дніпровський національний університет залізничного транспорту ім. ак. В. Лазаряна). м. Дніпро, 2022. С. 53-63.

2. Майборода М.М., Сухий В.Т., Смаглюк Ю.М., Шестакова Д.Г. Підхід «управління талантами» у формуванні дієвої команди бізнес-аналітиків. V International scientific and practical conference «*Modern and global methods of the development of scientific thoughts*» International Science Group, Florence, Italy, October 25-28, 2022. Том 5. С. 228-230.

УДК: 336.256 (045)

ПРИБУТОК ЯК ПОКАЗНИК ЕФЕКТИВНОСТІ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Марченко А.І., здобувач вищої освіти*,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

Прибуток дозволяє підприємствам здійснювати нормальний процес відтворення, ефективно стимулювати працю найманих працівників та покращувати його умови, забезпечувати можливість вирішення державою різноманітних соціально-економічних програм. Сьогоднішня господарська практика, на жаль, показує, що багато підприємств різних галузей господарства недостатньо ефективно ведуть свою діяльність. Ефективне управління формуванням прибутку передбачає знання основних механізмів цього процесу, використання сучасних методів аналізу та планування. Важливо вміти та ефективно розподіляти прибуток.

Ключовою характеристикою економічної діяльності є ефективність, до якої звертаються, оцінюючи результати господарювання на різних рівнях (мікро-, мезо-, макро-) економіки, та в якій відображена можливість подальшого розвитку господарської системи відповідного рівня [1, с. 175]. Але, як показав наш аналіз, трактування ефективності є неоднозначним в наукових публікаціях. Зокрема, у працях економістів виокремлюються такі критерії

* Науковий керівник – доктор економічних наук, професор В.М. Онегіна

ефективності діяльності підприємств, як дієвість (effectiveness), економічність (efficiency), прибутковість (profitability), продуктивність (productivity) [2]. О.Є. Гуздь вважає, що поняття «ефективність» невід’ємно пов’язане із поняттям «ефект», та ефективність є динамічною якісною категорією, яка пов’язана з інтенсивністю розвитку підприємства, та відображає глибинні процеси вдосконалення, що відбуваються в усіх елементах системи господарюючого суб’єкта [2, с. 11]. Та суто економічний (виробничий) підхід до сутності ефективності втілюється в її трактуванні, як такої характеристики економічної системи, яка відображає співставлення результатів економічної діяльності з її витратами. Відповідно, ефективною вважається така діяльність, результати якої перевищують витрати, що були понесені для одержання цих результатів. Таке перевищення результатів над витратами формує умови для подальшого розвитку виробництва. Більш широке економічне трактування ефективності передбачає такий стан господарської системи, за якого неможливо покращити стан однієї її ланки, не погіршуючи стану іншої. Фактично це означає, що економічна система працює на межі своїх виробничих (ресурсних та технологічних) можливостей.

Андрійчук В.Г. зробив багатогранний розгляд ефективності. Ефективність виробництва він трактує як складне і багатогранне явище. Сільськогосподарське виробництво вимагає органічного поєднання і взаємодії чотирьох факторів – робочої сили, основних засобів, предметів праці і землі. В процесі виробництва здійснюється виробниче споживання вказаних ресурсів з метою отримання певних споживних вартостей, спроможних задовольнити відповідні потреби людей. Отже, будь-яке виробництво передбачає витрати ресурсів і одержання певних результатів. Але на однакову кількість витрачених ресурсів підприємства можуть одержувати далеко не однакові за величиною результати. В такому випадку підприємства ведуть виробництво з різною ефективністю [3].

Ефективність є економічною категорією, що відображає співвідношення між одержаними результатами і витраченими на їх досягнення ресурсами, причому при вимірюванні ефективності ресурси можуть бути представлені або в певному обсязі за їх первісною (переоціненою) вартістю (застосовувані ресурси), або частиною їх вартості у формі виробничих витрат (виробничо спожиті ресурси). Якщо при цьому врахувати, що результати виробництва не лише є

різноманітними, але й можуть бути представлені в різних формах: вартісній, натуральній, соціальній, то стає очевидною необхідність в ідентифікації категорії ефективності відповідно до тих аспектів діяльності підприємства, які важливо проаналізувати й оцінити. Враховуючи специфіку сільськогосподарського виробництва, доцільно розрізняти такі види ефективності: технологічну, економічну і соціальну [4].

Технологічну ефективність визначають як результат взаємодії факторів виробництва, що характеризує досягнуту продуктивність живих організмів, які використовуються в сільському господарстві як засоби виробництва. В рослинництві показниками технологічної ефективності є врожайність культур з одиниці посівної площі та основні параметри якості рослинницької продукції (вміст цукру в цукрових буряках, олії в – насінні соняшнику, білка – в зерні тощо). Щоб врахувати якість продукції, можна визначити біологічний вихід цукру, олії, білка тощо на гектар посівної площі, помноживши врожайність культури з гектара на відсоток вмісту відповідної органічної речовини (коефіцієнт).

У тваринництві технологічними показниками ефективності є продуктивність худоби і птиці, а також основні параметри якості тваринницької продукції. Наприклад, у скотарстві такими технологічними показниками є надій молока на одну корову, вихід приплоду на 100 корів основного стада, середньодобовий приріст живої маси молодняка тварин і тварин на відгодівлі, а показниками якості – вміст білка і жиру в молоці, категорія вгодованості тварин; в свинарстві – середньо-добовий приріст живої маси свиней, вихід ділового приплоду на свиноматку, виробництво живої маси свиней за рік у розрахунку на одну свиноматку. За результат діяльності підприємств береться вироблена продукція тваринництва, а за ресурс, з яким зіставляється цей результат, - поголів'я тварин [5, с. 40].

Соціальна ефективність є поняттям, що відображає поліпшення соціальних умов життя людей (покращення умов праці і побуту, поліпшення зовнішнього довкілля, підвищення рівня зайнятості і безпеки життя людей, скорочення тривалості робочого тижня без зменшення заробітної плати, ліквідація важкої фізичної праці тощо). Соціальна ефективність є, по суті, похідною від економічної ефективності. Вона, за однакових інших умов, буде тим вищою, чим вищого рівня економічної ефективності досягнуто. Соціальна

ефективність не завжди може бути кількісно визначена. Проте досить ґрунтовно про досягнуту соціальну ефективність можна судити за такими показниками, визначеними у динаміці, як питома вага прибутку, направленою на соціальні заходи, в загальній масі чистого прибутку; величина цього прибутку в розрахунку на одного середньооблікового працівника підприємства. Підвищення ефективності діяльності підприємств виявляється у прямій залежності від механізму формування, розподілу, використання прибутку, вимагає активної участі всіх суб'єктів ринкових відносин у вирішенні цієї проблеми.

У сучасних умовах підвищення стійкості національної економіки суттєво зростає пріоритетність та роль економічного аналізу, основним змістом якого є комплексне системне дослідження прийомів та способів досягнення фінансової стабільності та безпеки розвитку організацій усіх сфер діяльності. Найважливішим фактором стимулювання виробничо-фінансової та інвестиційної діяльності організації є прибуток, який з одного боку створює стабільну фінансову та соціальну основу майбутніх проєктів організації, з іншого боку, є гарантом виконання бюджетів та реалізації національних програм. Досягнення максимального розміру прибутку та рівня рентабельності визначає основну мету підприємницької діяльності, забезпечує захист інтересів власників та зниження ризиків ліквідації та банкрутства бізнес-структур.

Бібліографічний список:

1. Кравченко Ю.М., Антощенкова В.В. Фактори сталого розвитку економіки аграрного сектору. *Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства. Сер. Економічні науки.* 2019. Вип. 200. С. 174-183.
2. Гуздь О.Є. Цифрова економіка: зміна цінностей та орієнтирів управління підприємствами. *Економіка. Менеджмент. Бізнес.* 2018. № 2(24). С. 4-12.
3. Андрійчук В.Г. Економіка підприємств агропромислового комплексу : підручник. Київ: КНЕУ, 2013. 779 с.
4. Антощенкова В.В. Конкурентоспроможність, як основа ефективної національної економіки. *Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства: Економічні науки.* Харків: ХНТУСГ, 2019. Вип. 200. С. 84-95.
5. Антощенкова В.В., Кравченко О.М. Економічна ефективність виробництва та реалізації молока в Україні. *Актуальні проблеми інноваційної економіки.* Харків: ХНТУСГ. 2016. № 3. С. 39-44.

ЗНАЧЕННЯ ПЕРСОНАЛУ ДЛЯ УСПІШНОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВА

Мегик Ю., здобувач вищої освіти*,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

У будь-якій організації головним ресурсом завжди є і буде. Персонал, який забезпечує ефективність функціонування та ринкову стійкість. Отже, актуальним питанням для організації стає налагодження управління персоналом, яке має бути організовано так, щоб звести витрати на забезпечення організації трудовими ресурсами у необхідній кількості та якості до мінімуму.

Кожна організація, яка прагне обійти своїх конкурентів, повинна постійно шукати способи підвищення та покращення ефективності своєї діяльності, при цьому раціонально використовувати всі види ресурсів. Умови економічного та соціального середовища дуже швидко змінюються, внаслідок чого зростання конкуренції має особливе значення персоналу організації як об'єкт управління.

Важливим стратегічним ресурсом організації є персонал, який використовує величезні резерви підвищення результатів її діяльності, від якої практично повністю залежить майбутнє благополуччя, стабільність, інколи ж і виживання організації.

Кваліфікація персоналу, його знання, мотивація - все це відрізняє сильну компанію від слабкої. Компанія не може існувати без фахівців, які працюють у ній. Співробітників, які залишили організацію можна замінити фізично, але їх навички, досвід і знання неможливо точно замінити іншою людиною, тому що кожна людина має різний рівень навичок і досвіду

Що вище рівень розвитку працівника з погляду сукупності його професійних знань, умінь, навичок, здібностей і мотивів до праці, то швидше вдосконалюється і продуктивніше використовується речовий чинник виробництва та ефективніше досягаються мети.

* Науковий керівник – кандидат економічних наук, доцент В.Г. Краля

Принципова відмінність персоналу від інших ресурсів підприємства полягає у тому, що працівники:

- наділені свідомістю і поєднують у собі тілесне, духовне, інтелектуальне начало;
- мають неповторні індивідуальні якості, мотиви, інтереси;
- думають, прогнозують і оцінюють рішення керівництва;
- постійно розвиваються та змінюються, зокрема, змінюється структура та пріоритетність мотивів, компетенції, працездатність, світогляд;
- емоційно реагують на дії керівників, зовнішні та внутрішні умови діяльності організації;
- лише частину свого життя проводять на роботі, але інша частина (за межами підприємства) значною мірою визначає їхнє ставлення до себе, колег, компанії;
- володіють здатністю до постійного самовдосконалення і розвитку [1].

Для забезпечення ефективної роботи підприємства необхідно створення атмосфери колективного співробітництва, за якого кожен член колективу зацікавлений у найбільш повній реалізації своїх здібностей та престижу фірми. Створення такої соціально-психологічної атмосфери є одним із найскладніших завдань управління людськими ресурсами. Таким чином, фахівці, які вирішують такі завдання, мають враховувати комплекс економічних, психофізіологічних, соціальних, технічних та правових факторів.

Економічною наукою доведено, що підприємство може розраховувати на розвиток лише у випадку узгодження її інтересів з інтересами персоналу. Для цього очікування підприємства від працівників і працівників від підприємства мають максимально зближуватися. За оцінками німецьких фахівців, лише за умови зближення очікувань на 60 % і вище продуктивність праці на підприємстві може досягти бажаного рівня [2].

Здійснення в даний час радикальних перетворень у плануванні, формах та методах управління, організаційних структури, спрямовані на стимулювання підприємливості організацій з різних форм власності, часто не досягають необхідної ефективності та поставлених цілей. Однією з основних причин є слабка забезпеченість проведених реформ необхідним кадровим складом, здатним нетрадиційно, творчо, на високому професійному рівні вирішувати складні завдання періоду становлення ринкової економіки.

Однією із суттєвих проблем на сьогодні є те, що багато українських підприємств ігнорують систему управління персоналом. Сучасна система управління персоналом повинна бути спрямована на підвищення конкурентоспроможності підприємства, сприяти його довгостроковому розвитку та отриманню максимального прибутку.

Інноваційними підходами в роботі з персоналом на підприємстві повинні бути:

– на макрорівні: організація безперервного навчання для всіх категорій працездатного населення; створення діючої системи пошуку і відбору персоналу для нових виробництв, дефіцитних професій, творчих працівників; організація і здійснення науково-дослідних робіт у сфері розвитку трудового потенціалу; фінансово-ресурсне забезпечення системи безперервного навчання працездатного населення; розробка і впровадження стандартів підвищеної якості трудового життя;

– на мікрорівні: участь в розробці ділової стратегії підприємства; прогнозування і планування персоналу; своєчасне підвищення кваліфікації всіх працівників; зміцнення зв'язків з іншими підприємствами й освітніми структурами щодо навчання і тренінгу персоналу; атестація персоналу і визначення навчальних потреб; створення системи професійного росту; аналіз і постійне удосконалення організаційної культури [3].

Бібліографічний список:

1. Моторна І. Персонал як основний ресурс нової економіки – економіки знань. *Україна: аспекти праці*. 2011. № 7. С. 32-39.

2. Колот А.М., Цимбалюк С.О. Мотивація персоналу: підручник К.: КНЕУ, 2011. 397 с.

3. Тарнавська Н. Інноваційне управління розвитком персоналу як основним джерелом конкурентних переваг. *Україна: аспекти праці*. 2010. № 7. С. 36-43.

4. Носова О.В., Маковоз О.С. Розвиток персоналу як фактор конкурентоспроможності підприємства. *Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг*. 2011. Вип. 2. С. 166-171.

5. Міщенко С.П. Теоретичні засади стійкого розвитку підприємств. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2011. № 36. С. 168-171.

ДОСЛІДЖЕННЯ РОЛІ МЕНЕДЖМЕНТУ В СТАНОВЛЕННІ СУЧАСНОГО СУСПІЛЬСТВА

Міщенко В.Ю., здобувач вищої освіти*,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

Сучасний науково-технічний прогрес та перехід до ринкових відносин значно посилити використання раціонального управління в усіх сферах суспільного життя. Однією з найголовніших складових успіху економічно розвинутих країн є використання менеджменту, тобто науково обґрунтованої та якісно побудованої системи управління [2]. Сучасне суспільство характеризується стрімким збільшенням кількості найрізноманітніших процесів у всіх сферах діяльності. Зокрема спостерігається якісно новий розвиток економіки, яка відводить фахівцям з менеджменту. Ефективний менеджмент сприяє виробництву товарів та послуг, створенню робочих місць, зростанню добробуту населення, науковому і технічному прогресу, збереженню навколишнього середовища [1]. Його вивчають економісти, підприємці, банкіри, і всі хто займається бізнесом, адже теорії менеджменту стали необхідними як в науковій, так і в практичній діяльності. [2] Окрім того, розвиток менеджменту є необхідною умовою розвитку гармонійних суспільних відносин. Згідно з результатами численних соціологічних опитувань, управління буде в майбутньому відігравати вирішальну роль, так як організації починають пристосовуватися до нових видів бізнесу. І хоча глобалізація передбачає безперешкодний доступ економічних структур до ресурсів всієї планети, насправді вони обмежені в них. Тому на перший план виходить ефективність менеджменту як науки управління наявними ресурсами і людським потенціалом [1]. Традиційно роль менеджменту полягала в тому, щоб забезпечити максимальне використання робочої сили, відсутність нестачі ресурсів та безперервність виробничого циклу, але з того часу багато що змінилося. Зі зростанням сектора послуг та автоматизацією виробничих циклів роль менеджменту також зазнала радикальних змін. Давайте докладно розглянемо деякі з основних функцій управління в сучасній організації.

* Науковий керівник – асистент І.О. Романащенко

Під функціями управління слід розуміти відносно відокремлені напрями управлінської діяльності, які забезпечують управлінську дію. Вони відображають суть і зміст управлінської діяльності на всіх рівнях управління. Процес управління здійснюється шляхом реалізації певних функцій. Визначення переліку цих функцій – одне з найважливіших завдань теорії менеджменту. Кожна функція менеджменту являє собою сферу дії визначеного процесу управління, а система управління конкретним об'єктом чи видом діяльності – це сукупність функцій, зв'язаних єдиним управлінським циклом. У цьому суть процесу підходу до дослідження функцій менеджменту.

Управління розглядається як процес взаємопов'язаних дій. Ці дії дуже важливі для успіху організації, їх називають управлінськими функціями. Кожна управлінська функція також є процесом, тому що складається із серії взаємопов'язаних дій. Процес управління – це загальна сума всіх функцій, а саме: планування; організація; мотивація; контроль [3].

Планування – головна функція менеджменту, яка передбачає прогнозування, визначення цілей, стратегії, політики і завдань того чи іншого формування; означає свідомий вибір рішення щодо роботи: як, кому і коли її виконувати. Першим кроком у плануванні є розробка наступних цілей: внесення моменту організації діяльності, спонукання менеджерів до погодження своїх щоденних дій з перспективними, контроль фактичних результатів роботи організації.

Організація як функція менеджменту спрямована на формування керуючих та керованих систем, а також зв'язків і відносин між ними, забезпечення впорядкованості технічної, економічної, соціально-психологічної і правової діяльності кожного суб'єкта господарювання. Організація будь-якого технологічного процесу складається зі структурної організації та організації самого процесу.

Мотивація – це процес спонукання працівників до високопродуктивної діяльності для задоволення їхніх потреб і досягнення цілей організації.

Контроль – це система спостереження і перевірки відповідності функціонування підприємства встановленим стандартам та іншим нормативам, виявлення допущених відхилень від прийнятих рішень і визначення причин їх невиконання.

Тож, якщо жодна з цих функцій управління відсутня в організації, це може призвести до багатьох проблем, починаючи від хвилювань співробітників і закінчуючи фінансовими проблемами. Відсутність

планування може призвести до безладдя та плутанини щодо дорожньої карти підприємства, відсутність організації може призвести до серйозних проблем, коли окремі співробітники чи команди конфліктують один з одним через посадові обов'язки або неясні щодо свого обсягу роботи [4, 5].

Менеджмент як наукова система є однією з найважливіших умов ефективної і прибуткової діяльності, однак насправді якісно її ефективно організувати роботу інших – завдання не з простих. Для цього необхідні талант, знання та уміння, які ефективний менеджер повинен розвивати протягом всього життя. В сучасних умовах також не достатньо бути хорошим менеджером, мова повинна йти про перетворення менеджера на лідера, який здатен надихати, об'єднувати і вести за собою [2].

Роль менеджера полягає в тому, щоб робити повідомлення зрозумілими і доносити їх до відповідної аудиторії. Провідні менеджери у сфері управління людськими ресурсами вже використовують потужні технології нової економіки для поліпшення якості набору співробітників. Для пошуку і відбору працівників створюються спеціальні веб-сайти, і вони як своєрідні «сітки», відловлюють потрібних фахівців. Що стосується плінності кадрів, то для боротьби з нею в хід йде вміння створювати складні програми кар'єрного просування працівників і вибудовування рольових структур; компенсаційні схеми, можливості для навчання і підвищення кваліфікації. У деяких організаціях нові технології використовуються і для того, щоб регулярно підтримувати з колишніми працівниками зв'язок. Ці контакти сприяють швидкому поверненню їх у фірму, коли нові проекти потребують додаткового персоналу [1].

Можна сказати, що менеджмент в сучасному суспільстві відіграє важливу роль в організації та управлінні всіма сферами суспільства. З розвитком суспільних відносин, ускладненням організаційних структур нерозривно пов'язано і розвиток системи менеджменту. З розвитком ринкових відносин менеджмент стає наукою управління. Науково підготовлені менеджери здійснюють керівництво процесами в економічній, соціальній, фінансовій, політичній, виробничій та ін. сферах. Ефективне управління здійснюється в інноваційній, інвестиційній, податковій, банківській діяльності. Широким попитом користуються фахівці з тайм- і ризик-менеджменту.

Бібліографічний список:

1. Підгорна І.Є. Роль менеджменту в розвитку сучасного суспільства. URL: <https://itta.info/rol-menedzhmentu-v-rozvitku-suchasnogo-suspilstva/>
2. Бабій Л. Роль менеджменту в сучасному суспільстві. Матеріали X Всеукраїнська студентська науково-технічна конференція «Природничі та гуманітарні науки. Актуальні питання». Тернопіль, 2017. С. 8-9.
3. Сутність і зміст функцій менеджменту. URL: <https://osvita.ua/vnz/reports/management/14682/>
4. Функції менеджменту. URL: <http://nkkep.com/wp-content/uploads/2020/10/GRS-31-Osnovy-menedzhmentu-Slipko-V.O.-16.10.20.pdf>
5. Мельник П.В., Філоненко М.М., Гацька А.П. Менеджмент. Підручник Ірпінь: Академія ДПС України. URL: <http://ukrkniha.org.ua/ukrkniha-text/719/4/>

УДК: 338.264:351.863.14

ПРИРОДНИЙ ГАЗ ЯК КЛЮЧОВИЙ ЕЛЕМЕНТ ЕНЕРГЕТИЧНОЇ БЕЗПЕКИ ІСПАНІЇ

Музиченко М.В., кандидат економічних наук, доцент,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-7322-1459>

Зимовий сезон 2022-2023 рр. Іспанія завершила з рекордним рівнем запасів природного газу у газосховищах країни, який становить 78 %.

На початку зимового періоду підземні газосховища Іспанії були заповнені на 93 % та залишаються на історичному рівні 78 % на момент закінчення сезону [1].

Регазифікаційні установки країни у 2022 році отримували скраплений природний газ (СПГ) з 19 різних джерел, при цьому середній рівень їх завантаження склав майже 70 %.

Саме це сприяло тому, що ціна на природний газ в Іспанії залишається нижчою ніж в інших країнах Євросоюзу з початку повномасштабних військових дій в Україні.

При цьому країною заощаджено майже 10 млрд євро національного енергетичного бюджету.

Обсяги експорту Іспанією природного газу до інших європейських країн зросли у 2022 році на 90 %, а завантаження танкерів на іспанських СПГ – терміналах збільшились на 45 %.

Країна має найбільшу кількість СПГ – терміналів в Європі та 25 % всіх європейських регазифікаційних потужностей [2].

Доречно більш детально розглянути СПГ-інфраструктуру Іспанії. В країні функціонують шість СПГ – терміналів: «Barcelona», «Bilbao», «Cartagena», «Huelva», «Murgados», «Sagunto», загальною щорічною регазифікаційною потужністю 43 млрд кубічних метрів.

Варто надати коротку характеристику найбільшим з цих терміналів.

СПГ – термінал «Barcelona» – перший в країні та в Європі за часом створення термінал з прийому та регазифікації скрапленого природного газу, введений в експлуатацію в 1969 році. Термінал розташований в Каталонії, на північно-східному узбережжі країни. Після проведення на початку 2000-х модернізацій об'єкта, його добова потужність становить 47 млн кубічних метрів. Портове господарство терміналу здатне приймати танкери-газовози вантажосмністю від 30000 до 266000 кубічних метрів [3].

СПГ – термінал «Bilbao» введений в експлуатацію у 2003 році, розташований на узбережжі Біскайської затоки Атлантичного океану в індустріальній зоні порту Більбао. Річна потужність терміналу з 2004 року становить 7 млрд кубічних метрів газу. Портова інфраструктура терміналу здатна приймати газові танкери вантажосмністю від 71000 до 270000 кубічних метрів. Проект реалізовано консорціумом у складі British Petroleum та іспанських Enagas, Basque Energy Board та Iberdrola. У подальшому частка British Petroleum придбана Enagas [4].

СПГ – термінал «Cartagena» введений в експлуатацію у 1989 році, розташований на південно-східному узбережжі в порту Ескомбрерас. Річна потужність терміналу становить 12,7 млрд кубічних метрів. Термінал здатний обслуговувати газовози вантажосмністю до 266000 кубічних метрів [3].

СПГ – термінал «Huelva» введений в експлуатацію у 1988 році, розташований на південно-західному узбережжі країни. Потужність терміналу становить 34 млн кубічних метрів на добу. Інфраструктура терміналу здатна приймати газові танкери вантажосмністю від 29500 до 173400 кубічних метрів [3].

Бібліографічний список:

1. UPDATE 1-Spain gas storage level at record 78 % of capacity, Enagas CEO says. URL: <https://www.reuters.com/article/enagas-storage-idUSL8N3623US>

2. На Іспанію приходится треть всех имеющихся в Европе запасов природного газа
URL: https://azertag.az/ru/xeber/Na_Ispaniyu_prihoditsya_tret_vseh_imeyushchihsva_v_Evrope_zapasov_prirodnogo_gaza-2159585

3. Leader in natural gas infrastructures LNG, transmission and underground storage services.
URL: <https://www.enagas.es/content/dam/enagas/en/files/enagas-communication-room/publications/otros/enagas-activities-catalogue.pdf>

4. Regasification process in our plant.
URL: <https://www.bbq.es/en/services-and-solutions/our-plant/>

УДК: 331.522.4(477) (043.3)

ВИМІРИ СТАНУ КОНФЛІКТНОСТІ У СОЦІАЛЬНО-ТРУДОВІЙ СФЕРІ

Назаров Н.К., кандидат економічних наук, доцент,
Харківський національний економічний університет
імені Семена Кузнеця, Харків, Україна
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-8762-2248>

Соціально-трудова сфера України вже пройшла кілька трансформаційних етапів, кожен з яких характеризується притаманними їй соціально-трудовими відносинами та соціально-трудовими конфліктами. Вчені виокремлюють такі етапи: індустріальний, реіндустріалізації, соціальної згуртованості. Індустріальний етап функціонування соціально-трудової сфери описаний та досліджений цілою плеядою науковців.

Період економічного зростання, що мав місце в Україні, характеризувався процесами реіндустріалізації трудових відносин. Це підтверджують і статистичні дані щодо постійного попиту на некваліфіковану робочу силу та працівників низької кваліфікації, екстенсивністю використання праці в економіці України. Цей період характеризувався порушеннями пропорцій у розвитку соціально-трудової сфери, формуванням розшарування суспільства (як майнового, так і його інших видів).

Для порівняльної характеристики СТС України та Європи використано такі показники: індекс соціального розвитку, індекс людського розвитку, індекс якості життя, індекс щастя, показник очікуваної тривалості життя.

Індекс соціального розвитку (The Social Progress Index) – це комбінований показник, що вимірює рівень суспільного благополуччя і соціального прогресу в країнах світу. При визначенні успіхів тієї або іншої країни у соціальному розвитку враховуються понад 50 показників, об'єднаних у три основні групи: базові потреби людини (харчування, доступ до основної медичної допомоги, забезпечення житлом, доступ до води, рівень особистої безпеки); засади благополуччя людини (доступ до базових знань і рівень грамотності населення, доступ до інформації і засобів комунікації, рівень охорони здоров'я); можливості розвитку людини (рівень особистої і громадянської свободи, забезпечення прав і можливостей реалізовувати свій потенціал). У 2020 р. Україна зайняла 63 місце серед 132 країн, випередивши Молдову за рахунок високих показників у доступності продуктів і базовій медичній допомозі, проте суттєво поступившись країнам ЄС, Норвегії.

Індекс якості життя (Quality of Life), який розраховується міжнародною дослідницькою організацією Numbeo, дозволяє порівнювати інформацію про якість життя щодо вартості проживання, купівельної спроможності, доступності житла, якості системи охорони здоров'я, забруднення повітря, води та ін. На жаль, за цим показником Україна має не кращі позиції (104,77) та поступається більшості досліджуваних країн.

Всесвітній індекс щастя (The Happy Planet Index) – комбінований показник, що вимірює досягнення країн світу з точки зору їх здатності забезпечити своїм громадянам щасливе життя. Індекс, встановлений як альтернатива Індексу людського розвитку, вимірює показники задоволеності жителів країн і середню тривалість їх життя у співвідношенні з кількістю споживаних ними природних ресурсів. У 2021 р. Україна опинилася на 110-й позиції серед 151 країни, тобто суттєво нижче за середній рівень.

Індекс рівня тривалості життя (Life Expectancy Index) публікується у спеціальному звіті ООН «Оцінка тенденцій розвитку світового населення» і вимірює середню очікувану тривалість життя в країнах світу. Він є індикатором широкого спектра, що характеризує СТС (умови життя, соціальну політику, соціальний захист). Серед розглянутих країн Україна має найгірший показник, який складає 72,9 роки, тоді як в Іспанії він становить 83,3 роки.

Індекс людського розвитку (ІЛР) (Human Development Index) – це комбінований показник, що характеризує розвиток людини, який щорічно складається ПРООН і використовується для спеціальної серії доповідей ООН про розвиток людини. Суспільний розвиток, згідно з

концепцією ІАР, оцінюється не тільки за національним доходом, а й за досягненнями у галузях здоров'я й освіти, в подоланні соціально-економічної нерівності.

Концепція людського розвитку ґрунтується на соціально-економічних показниках, а запропонований Програмою розвитку ООН індекс людського розвитку визнаний у всьому світі як інтегральний показник стану соціально-економічного розвитку країни, що відображає досконалість соціально-трудових відносин, а також є результатом та наслідком конфліктності в соціально-трудовій сфері. Він є стандартним інструментом для загального порівняння рівня життя різних країн і регіонів. Індекс публікується в рамках програми розвитку ООН у звітах про розвиток людського потенціалу і був розроблений в 1990р. групою економістів на чолі з Махбубом-уль-Хаком. Однак концептуальна структура індексу була створена завдяки роботі Амартія Сена [1].

Індекс людського розвитку (до 2013 р. «Індекс розвитку людського потенціалу») – інтегральний показник, що розраховується щорічно для міждержавного порівняння і вимірювання добробуту (або рівня життя), освіти та здоров'я (очікуваного довголіття) як основних характеристик людського потенціалу.

Цей підсумковий показник вимірюється у трьох основних площинах: очікуваного довголіття (довготривале та здорове життя), досягнутого рівня освіти (доступ до знань), та гідного рівня життя або добробуту. Довге і здорове життя вимірюється середньою тривалістю життя. Рівень знань вимірюється середньою кількістю років, витрачених на освіту дорослим населенням, тобто середньою кількістю років навчання протягом життя у людей віком від 25 років; а доступ до навчання та знань – очікуваними роками навчання для дітей-першокласників, тобто загальною кількістю років навчання, на які дитина, що досягає шкільного віку, може розраховувати, якщо панівні моделі вікових показників зарахування до школи залишаються незмінними протягом життя дитини. Рівень життя вимірюється валовим національним доходом (ВНД) на душу населення в доларах постійної купівельної спроможності рівня 2011 року, конвертованих за коефіцієнтами переходу на паритет купівельної спроможності (ПКС).

Згідно даних 2020 року, загалом до рейтингу увійшло 189 країн. Перше місце в рейтингу зайняла Норвегія, а за нею Ірландія та Швейцарія з найвищими показниками [1].

Також в десятку країн з найвищим коефіцієнтом людського розвитку увійшли: Гонконг, Ісландія, Німеччина, Швеція, Австралія,

Нідерланди та Данія. Закриває рейтинг десятка найбідніших країн світу: Ємен, Еритрея, Мозамбік, Сьєрра-Леоне, Буркіна-Фасо, Малі, Південний Судан, Бурунді, ЧАД, Центральноафриканська Республіка, Нігерія зайнявши відповідно від 179 до 189 місця.

За підсумками 2020 р. Україна зайняла 74-те місце у світі. З 1990-го по 2020 рр. цей індекс для нашої країни підвищився на 0,65 пункту, але все ще суттєво нижчий, ніж в країнах ЄС. Україна знаходиться між острівними державами Карибського басейну Сент-Кітс і Невіс та Антигуа і Барбуда.

За період з 1990 до 2020 р. значення ІЛР України збільшилося з 0,705 до 0,779. За період з 1990 до 2020 року очікувана тривалість життя в Україні збільшилась на 2,1 років, середня кількість років навчання збільшилася на 1,55 роки, а очікувана кількість років навчання зросла на 2,7 років.

Між Україною та іншими країнами залишаються значні відмінності, коли йдеться про благополуччя населення. Значна нерівність виникає у країнах, де фіксується нижчий рівень людського розвитку, та суспільство зазнає більших втрат. Такий показник означає, що українська молодь має менше можливостей та перспектив в діловій сфері в дорослому житті. Для поліпшення ситуації щодо людського розвитку в Україні, потрібні інвестиції в освіту, охорону здоров'я та добробут (рівень життя) населення.

Основними причинами конфліктності у соціально-трудоцій сфері України останніми роками стали [2; 3; 4; 5]:

1) заборгованості (затримки з виплатами) з виплат заробітних плат працівникам (40 %);

2) скорочення працівників та зростання безробіття (30 %);

3) порушення роботодавцями умов колективних договорів, у тому числі режимів роботи та техніки безпеки (15 %).

Соціальна напруженість може виконувати дві основні функції: деструктивну – руйнує відносини між державами і людьми, економічні зв'язки; дестабілізує економіку, соціальні відносини і т.д.; конструктивну – підвищує (тимчасово) мотивацію на подолання труднощів; мобілізує економічні, політичні, людські ресурси. Для характеристики соціальної напруженості в соціально-трудоцій сфері доцільно використати три групи показників, що пов'язані з виникнення соціально-трудоіх конфліктів: 1) показники, що сприяють запобіганню соціально-трудоіх конфліктів; 2) показники, що характеризують причини настання соціально-трудоіх конфліктів; 3) показники, що характеризують динаміку соціально-трудоіх конфліктів.

Бібліографічний список:

1. Human Development Report 2021-22. Uncertain Times, Unsettled Lives: Shaping our Future in a Transforming World. Posted On: September 08, 2022. URL: <https://hdr.undp.org/content/human-development-report-2021-22> (дата звернення: 20.11.2022).

2. Бабенко А.Г. Економіка праці і соціально-трудові відносини: навчально-наочний посібник для студентів вищих навчальних закладів. Дніпропетровськ: Дніпропетровська державна фінансова академія, 2011. 268 с.

3. Колот А.М., Герасименко О.О. Праця XXI: філософія змін, виклики, вектори розвитку: монографія. Київ: КНЕУ ім. Вадима Гетьмана, 2021. 487 с.

4. Лопушняк Г.С., Колот А.М., Власенко М.П. Соціальна безпека України: ключові ризики та загрози. *Вісник Прикарпатського університету. Серія Економіка*. 2019. № 14. С. 116-125.

5. Жарик Б.М. Поняття трудового конфлікту та причини його виникнення. *Правова держава*. 2018. Вип. 29. С. 455-463.

УДК: 352

МЕНЕДЖМЕНТ КОМПАНІАТ «УКРПОШТА»: ВИКЛИКИ ТА УПРАВЛІНСЬКІ РІШЕННЯ В ПЕРІОД ВІЙНИ

Овчаренко І.К., здобувач*,

Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

Війна в Україні та пов'язані з нею події проходять під час значної глобальної економічної невизначеності та волатильності. Її наслідки, ймовірно, будуть взаємодіяти з поточними ринковими умовами та поглиблювати їх. Деякі юрисдикції вже стикаються з наслідками зростання цін на сировину та збільшення вартості сировини в результаті зростання споживчого попиту. Вузькі місця в ланцюгах поставок, які викликані наслідками пандемії, продовжують зберігатися і посилюються через нехватку робочої сили та торгові суперечки. Ці умови можуть значно посилитися через наслідки війни в Україні, підвищенням інфляційного тиску. У контексті політичних та економічних подій останніх років, особливо на тлі військової агресії російської федерації, ступінь непевності, у тому числі щодо майбутнього напрямку реформ, залишається вкрай високим [4].

* Науковий керівник – кандидат економічних наук, доцент О.В. Подольська

Державним підприємством поштового зв'язку в Україні є Акціонерне товариство «Укрпошта». Засновником і акціонером АТ «Укрпошта» є держава в особі Міністерства інфраструктури України [3]. Діяльність АТ «Укрпошта» зазнала значного впливу війни, наразі існує значна невизначеність щодо розвитку військового вторгнення російської федерації на територію України, його тривалості та відповідно впливу на діяльність компанії, її персонал, ліквідність та збереження активів.

Основні специфічні фактори ризику включають:

- безпека основних засобів, яка залежить від розвитку військових подій. Втрати включають як фізичне знищення, пошкодження власності, так і списання через втрати доступу або контролю за майном;
- скорочення обсягів діяльності через зменшення покриття поштової мережі, операційних збоїв, в тому числі через хакерські атаки, та зниження попиту на окремі види послуг;
- можливість залучення запозичень для фінансування операційної діяльності компанії;
- інші фактори.

Військові дії призвели до шокового скорочення операційної діяльності АТ «Укрпошта», особливо в перший місяць вторгнення. На фоні відносно сталих витрат на оплату праці на початку війни і суттєвого зростання транспортних витрат через логістичні затримки і зростання цін на паливо компанія отримала значний грошовий відтік на операційному рівні за лютий-квітень 2022 року. Через військові дії компанія тимчасово втратила контроль над приблизно 12 % своїх поштових відділень, здебільшого в окупованих районах Луганської, Донецької, Херсонської та Запорізької областей [6].

На додаток до цього, відповідно до Постанови уряду № 305 від 17 березня 2022 року, на АТ «Укрпошта» були покладені додаткові зобов'язання щодо безоплатного перевезення майна вітчизняних підприємств, установ та організацій в рамках їх евакуації із зони бойових дій, а також гуманітарну доставку продуктів харчування [1].

Однак, АТ «Укрпошта» має достатні чисті грошові надходження та здатна виконувати свої зобов'язання в осяжному майбутньому. Про це свідчать такі данні:

- обсяг листів, які опрацьовує Компанія, зменщується в 2022 році на 50 % проти минулого року з поступовим відновленням з 2023 року;
- обсяги посилок залишаються на рівні минулого року, не зважаючи на стійкий тренд 30 % зростання до війни;

– зменшення виплат пенсій на 15 % проти минулого року [2], що значно перевищує історичні темпи відтоку. При цьому, компанія змогла зберегти переважно більшість клієнтської бази в умовах війни, оскільки не зупиняла свою діяльність і працювала в тих районах країни, де були часто закриті банківські установи;

– падіння платежів на понад 20 % проти минулого року [2], що спричинене як міграцією населення так і руйнуванням комунальної інфраструктури і подекуди введенням платіжних канікул;

– зростання торгівлі на 30 % проти минулого року, оскільки компанія забезпечила достатній рівень залишків товарів за низькими цінами, в першу чергу товарів першої необхідності;

– проведення заходів з оптимізації персоналу та витрат під нові зменшені обсяги бізнесу, що зокрема дало змогу скоротити фонд оплати праці на близько 20 %;

– проведення заходів щодо отримання більш лояльних умов та строків розрахунків з іноземними поштовими операторами;

– реалізація стратегічних інвестиційних проєктів, таких як «Логістична мережа» та «Сільське відділення», продовжує фінансуватися в основному за рахунок кредитних коштів від міжнародних фінансових установ.

– відсутність намірів кредиторів щодо дострокового погашення зобов'язань.

За оцінкою керівництва, враховуючи вірогідність можливих сценаріїв розвитку подій, грошові потоки від операційної діяльності за 12 місяців до кінця першого півріччя 2023 року є позитивними [5]. Незважаючи на поточні обставини АТ «Укрпошта» продовжує виконувати свої боргові зобов'язання перед кредиторами, включаючи погашення облігацій у травні 2022 року в сумі 74 мільйони гривень разом із відсотками.

Остаточне вирішення та наслідки війни важко передбачити, але вони можуть мати подальший серйозний вплив на українську економіку та діяльність АТ «Укрпошта». Керівництво продовжує докладати зусиль для виявлення та пом'якшення впливу на компанію, однак існують фактори, поза сферою контролю, зокрема про тривалість та серйозність військових дій, а також подальші дії уряду та дипломатії.

Бібліографічний список:

1. Головний правовий портал України.
URL: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/U817_98.html
2. Державна служба статистики України.
URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

3. Закон України «Про затвердження Правил надання послуг поштового зв'язку». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270-2009-%D0%BF#Text>
4. Інтернет газета The Village Україна. URL: <https://www.the-village.com.ua/>
5. Офіційний сайт АТ «Укрпошта». URL: <https://www.ukrposhta.ua/ua>
6. Фейсбук сторінка АТ «Укрпошта». URL: https://www.facebook.com/ukrposhta/?ref=page_internal

УДК: 338.242:631.15

УДОСКОНАЛЕННЯ ГОСПОДАРСЬКОГО МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИМ ПІДПРИЄМСТВОМ

Одерій В.О., здобувач вищої освіти*,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

Успішність та швидкість вирішення завдання становлення ринкових відносин в Україні визначальною мірою залежать від ефективності господарського механізму, що зумовлює необхідність докорінного оновлення усіх підсистем менеджменту відповідно до вимог ринкової економіки. За сучасних динамічних умов все більшого значення набуває проблема удосконалення господарського механізму, який забезпечує результативність операційної діяльності підприємств, що, у свою чергу, створює реальне підґрунтя для успішної реалізації їх виробничих цілей та місії в цілому. Добре налагоджений господарський механізм можна розглядати як важливу передумову адаптації підприємства до ринкових умов та запоруку його життєздатності й успішності у конкурентному середовищі [1, с. 27].

Господарський механізм – це відкрита самостійна система, організація поєднання елементів та зв'язків якої забезпечує задоволення кінцевого споживача, його потреб у належному сервісі та матеріальних благах у тісному поєднанні організаційних, економічних та соціально-психологічних складових [2].

Управління господарським механізмом - це процес проектування, планування, узгодження, контролю всіх засобів, процесів і видів діяльності, необхідних для перетворення праці, капіталу, матеріалів, енергії та професійних навичок в товари та послуги для задоволення потреб зовнішнього середовища [3, с. 30].

* Науковий керівник – доктор педагогічних наук, професор В.М. Нагасв

Об'єктом дослідження було обрано державне підприємство дослідне господарство «Елітне» Харківського району Харківської області. Предметом діяльності господарства є виробництво сільськогосподарської продукції (виращування елітного та репродуктивного насіння сільськогосподарських культур), а також проведення наукових досліджень, апробація їх результатів та впровадження їх у виробництво.

В основі господарського механізму лежить самоокупність витрат з мінімальною собівартістю продукції. На наш погляд, головною причиною росту витрат є відсутність у підприємстві стимулюючого механізму економії прямих виробничих витрат. Сьогодні підприємству необхідно розробити програму зниження вибраності, матеріалоемності та енергоємності продукції, особливо в умовах вступу України до СОТ.

Кінцевою метою діяльності будь-якого підприємства є отримання прибутку. Для досягнення даної мети важливим є не лише виробляти продукції, а і вигідно її реалізовувати. Аналізуючи шляхи реалізації сільськогосподарської продукції ДП ДГ «Елітне», бачимо, що господарству потрібно розширювати рикові канали збуту продукції такі як: біржі, агроторгові дома. Сьогодні в економічній програмі підприємства відсутні ф'ючерсні контракти, операції хеджування, які можуть дозволити підприємству вигідно реалізувати продукції і страхуватися від можливих ризиків.

Попередній аналіз складових господарського механізму ДР ДГ «Елітне» дозволяє нам визначити такі пріоритетні напрямки концептуального розвитку підприємства. По-перше, нова соціально-економічна ситуація потребує реструктуризації з утворенням адекватних організаційно-економічних структур, які орієнтовані на прибуткове ведення господарського механізму. Нами пропонується удосконалена структура управління головною галуззю господарства – рослинництва. Вона буде побудована за гнучкою системою централізації управління і диверсифікації виробництва продукції. Її основу складуть галузеві госпрозрахункові колективи, в яких будуть створені відповідні умови щодо економічної самостійності на макрорівні.

Ефективність господарського механізму у значній мірі залежить від ефективності планової роботи. В умовах конкурентного середовища для ДП ДГ «Елітне» важливо розробити і впровадити комплексну систему планування усіх підсистем операційного менеджменту у вигляді „дерева цілей” з визначенням центрів функціональної відповідальності. Для реалізації даної концепції у ДП ДГ «Елітне» пропонується

розробити програму маркетингу. Для цього у структурі управління необхідно відокремити відповідний центр відповідальності з регламентуванням функціональних повноважень.

Крім того, вважаємо за необхідне для підприємства підвищити рівень організаційного забезпечення господарського механізму. Необхідно впровадити програми з розробки організаційних нових проектів, положень про підрозділи і технологічні процеси, посадові інструкції, оптимізувати організаційні нормативи, забезпечивши високий рівень регламентації управлінської праці.

У виробничій структурі з метою підвищення прибутковості необхідно створити підрозділи по переробці виробленої ними продукції. Це дозволить мати нові робочі місця, що вирішує багато соціальних питань, знижує сезонність використання робочої сили. Як показали наші дослідження за рахунок виробництва борошна в умовах ДП ДГ «Елітне» можна збільшити масу прибутку на 25 %.

Бібліографічний список:

1. Білик О.В. Оцінка конкурентної стратегії сільськогосподарських підприємств. *Вісник ХНАУ*. 2014. № 9. С. 134-137.
2. Горьовий В.П., Срібнюк М.С. Ринкові тенденції аграрного виробництва в Україні. *Економіка АПК*. 2008. № 11. С. 101-106.
3. Нагаєв В.М. Удосконалення системи аграрного менеджменту с.-г. підприємства. *Вісник ХНТУСГ: Економічні науки. Ринкова трансформація економіки АПК*. Х.: ХНТУСГ, 2004. Вип. 31. С. 27-31.

УДК: 331.556.4

ТРЕНДИ МІЖНАРОДНОЇ МІГРАЦІЇ ДО КРАЇН ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ

Олійник О.О., кандидат економічних наук, доцент,
Національний університет водного господарства
та природокористування, Рівне, Україна
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-3941-2286>

У сучасному глобалізованому світі співпраця та мобільність є ключовими елементами стійкого економічного розвитку країни. Міжнародна мобільність забезпечує циркуляцію знань, навичок та ідей у всьому світі, а інтелектуальна міграція передбачає слідування висококваліфікованих працівників за найкращою наукою,

найбільшими ресурсами та найпрогресивнішими технологіями. Залучення та підтримка високоосвічених мігрантів, які здатні генерувати знання та впроваджувати інновації, є запорукою успіху на шляху до забезпечення глобальної конкурентоспроможності. З цієї причини інноваційно-орієнтовані країни інтенсивно конкурують за залучення найкращих фахівців, учених та дослідників, виділяючи значні ресурси на формування сприятливого економічного та професійного середовища для інтелектуальних мігрантів.

За офіційними даними Євростат кількість виданих перших дозволів для мігрантів впродовж останнього десятиліття характеризується тенденцією до зростання [1]. Якщо в загальному для ЄС (28 країн) в 2013 році їхня кількість становила 2357846 одиниць, то в 2018 році зросла до 3240718 одиниць. Структурний аналіз в розрізі країн дозволив виявити лідера – Великобританію. В 2018 році майже 14% усіх перших дозволів мігрантам видавала саме ця країна Європи. Загалом, у Великобританії впродовж останнього десятиліття зростала частка висококваліфікованих працівників, які не є громадянами цієї країни. Сполучене Королівство є важливим навчальним центром, який приваблює велику кількість міжнародних докторантів і, будучи складовою ЄС, лідирувало в ЄС щодо розміщення дослідників, які фінансуються Європейською дослідницькою радою [2]. З виходом Великобританії з лав ЄС тенденція видачі перших дозволів змінилась в сторону зменшення: на 2,17% в 2021 році відносно 2019 [1]. При цьому працевлаштування залишається основною причиною міграції до країн ЄС, нарощуючи свою частку в загальній сукупності з року в рік.

В останні роки в середньому кожен четвертий мігрант приїздить до країн ЄС з бажанням реалізувати свої професійні амбіції. В загальній сукупності з-поміж усіх країн ЄС в 2021 році лідером є Польща – кожен шостий дозвіл був виданий для мігрантів саме в цій країні. Варто відмінити також постійне зростання частки Польщі впродовж досліджуваного періоду. Другий щабель з показником 6,61% займає Іспанія. На третьому місці – Італія (3,79%). Менше одного відсотка в загальній кількості усіх перших дозволів з метою пошуку роботи належало Австрії, Мальті, Люксембургу, Латвії, Кіпру, Греції, Ірландії, Естонії, Болгарії, Бельгії та Данія відповідно.

Структурний аналіз в розрізі країн ЄС демонструє суттєву регіональну неоднорідність. Так, 2021 році в загальній кількості усіх перших дозволів найбільша частка з метою працевлаштування була характерна для Хорватії (98,51%), Литви (75,98%) та Словаччини (75,18%). До країн ЄС, для яких пошук роботи є переважаючою

порівняно з іншими причинами міграції (сімейні причини, навчання та інші причини) можна віднести також Угорщину, Румунію, Чехію та Словенію. Найменше мігрантів приїжджають для працевлаштування в Австрію (8,22%), Грецію (9,57%) та Бельгію (9,84%).

Таким чином, дослідження міжнародної міграція задля працевлаштування не тільки не втрачає, а й посилює свою актуальність серед інших напрямів наукових досліджень. В процесі глобалізаційних перетворень міжнародна мобільність сьогодні все частіше асоціюється з такими темами, як економічна конкурентоспроможність, поширення технічного ноу-хау, підвищення кваліфікації робочої сили [3]. Сприяють цьому, зокрема, глобальні виклики та потрясіння, для прикладу війна в Україні, результатом яких є суттєве зростання міграційних потоків.

Бібліографічний список:

1. First permits by reason, length of validity and citizenship. URL: https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/MIGR_RESFIRST_cust_om_4421832/default/table?lang=en
2. Guthrie S., Lichten C., Corbett J., Wooding S. (2017). International mobility of researchers. A review of the literature. URL: <https://royalsociety.org/~media/policy/projects/international-mobility/researcher-mobility-report-review-literature.pdf>
3. Naumovski L. (2021). The Attraction of Intellectual Migration - Brain Drain or Exodus of Human Capital in Southeast Europe - Western Balkans and North Macedonian Transitional Conditions. *The International Journal of Social Sciences World*. 3(2).

УДК: 349.341

ПРОБЛЕМИ ЗАЙНЯТОСТІ МОЛОДІ НА РИНКУ ПРАЦІ

Остапенко А.О., здобувачка вищої освіти*,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

У сучасних умовах розвитку економіки важливо звернути увагу на проблеми ефективної зайнятості населення в Україні, створення ринку праці та запобігання масовому безробіттю. Ринок праці займає головне місце серед інших ринків і залежить від стану економіки, способу господарювання, структурних змін, технічного та організаційного рівня

* Науковий керівник – кандидат економічних наук, професор С.О. Зайка

підприємництва, а також балансу засобів виробництва і робочої сили. Ринок праці являє собою важливий чинник у подоланні неефективної системи зайнятості населення та нераціональної її структури.

Зайнятість молоді на ринку праці є однією з найбільш актуальних та складних проблем в сучасному світі і дослідженням цих питань присвячено багато публікацій [1-5]. Незважаючи на те, що багато науковців доклали чимало зусиль, щоб поліпшити ситуацію, проблема залишається нагальною та потребує подальшої уваги.

Однією з основних проблем зайнятості молоді є недостатня кількість робочих місць, особливо в сферах, де працюють молоді люди, таких як готельно-ресторанний бізнес, торгівля та інформаційні технології. Це, в свою чергу, призводить до збільшення безробіття та зменшення можливостей для молодих людей знайти роботу.

Ще однією проблемою є нерівномірний розподіл робочих місць між молодими людьми та старшими поколіннями. Багато підприємств надають перевагу досвідченим працівникам з великим стажем роботи, тому що вони вважають, що їх більш надійними та ефективними. Це часто призводить до того, що молодим людям важко знайти роботу, незважаючи на їх кваліфікацію та знання.

Також існує проблема з підготовкою молодих людей до робочої діяльності. Багато випускників закладів освіти не мають достатньої кількості практичного досвіду та знань, щоб знайти роботу в обраній ними сфері діяльності. Це призводить до того, що молоді люди мають вибирати з робочих місць, які не відповідають їх бажанням та кваліфікації, або ж навчатися та здобувати додаткову освіту, щоб отримати потрібні навички.

Крім того, часто молодим людям важко зайнятися підприємницькою діяльністю через бюрократичні перешкоди та відсутність достатньої фінансової підтримки від держави. Це є серйозною перешкодою для розвитку підприємництва серед молоді, яке може стати джерелом нових робочих місць та інновацій.

Для того, щоб вирішити проблеми зайнятості молоді, необхідно приймати комплексні заходи. Держава повинна забезпечувати створення робочих місць та інвестувати у сектори економіки, де можуть працювати молоді люди. Також необхідно підтримувати підприємництво серед молоді та забезпечувати необхідну підтримку для розвитку бізнесу.

Крім того, заклади освіти повинні забезпечувати практичну підготовку молодих людей та враховувати вимоги ринку праці. Це дозволить молодим людям отримати практичний досвід та знання, що забезпечить їм можливість знайти роботу в обраній сфері.

В цілому, проблеми зайнятості молоді на ринку праці є серйозною перешкодою для соціального та економічного розвитку країни. Необхідно приймати комплексні заходи, щоб забезпечити молодим людям можливість знайти роботу та зробити свій внесок у розвиток країни.

Бібліографічний список

1. 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>

2. Zaika S., Kuskova S., Zaika O. The essence and problems of motivation as a factor in the development of modern enterprises. *Підприємництво та інновації*. 2020. № 15. С. 48-52. DOI: <https://doi.org/10.37320/2415-3583/15.8>

3. Заїка С.О. Мотивація та стимулювання як чинники забезпечення стійкого розвитку сільськогосподарських підприємств. *Вісник ХНТУСУ: економічні науки*. 2018. Вип. 191. С. 222-236.

4. Нестерович О. Ринок праці і зайнятість молоді в Україні в контексті євроінтеграційного розвитку. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Право*. 2022. Вип. 70. С. 186-190.

5. Шабанов Р.І. Концептуальні засади соціального захисту від безробіття: монографія. Харків: ХНАДУ, 2015. 360 с.

УДК: 339.920:061.1сс

КОМПАРАТИВНІ ПЕРЕВАГИ УКРАЇНИ В ТОРГІВЛІ З КРАЇНАМИ ЄС

Пеляк А.В., магістр,

Ханова О.В., кандидат географічних наук, доцент,
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна,
м. Харків, Україна

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-0681-4860>

В торгівлі між Україною та ЄС переважають саме товари агропромислового комплексу, в рамках зовнішньо-торговельних відносин України та ЄС важливим питанням залишається аналіз динаміки експорту та імпорту продукцією АПК між Україною та ЄС, а також визначення місця України як поста-чальника агропромислової продукції на європейський ринок. Варто зазначити, що в географічній

структурі зовнішньої торгівлі товарами України провідне місце займають країни ЄС. Тож, з'ясуємо яке місце посідає сільськогосподарська продукція у структурі експорту України в ЄС.

Для цього проведемо аналіз рівня конкурентоспроможності товарних груп та його динаміки за 2011-2020 рр. на основі розрахованого коефіцієнта компаративних переваг.

Розглянемо, які товарні групи України мають компаративну перевагу на європейському ринку. Вихідні дані та розрахований коефіцієнт наведені в таблиці 1.

Незважаючи на те, що розрахунки було проведено за період з 2011 по 2020 рр., в якості базового року було обрано 2019 р., оскільки на результати економіки та, відповідно, статистичні дані 2020 р. значно вплинула пандемія COVID-19. Отже, в 2019 р. Україна мала найбільшу компаративну перевагу в торгівлі наступними групами товарів (де КПі_і>1):

Група 1 «Продовольчі товари та с/г продукція».

Група 2 «Мінеральні продукти».

Група 9 «Метали та вироби з них».

Таблиця 1

Коефіцієнт компаративної переваги груп товарів України на ринку ЄС станом на 2020 р.

Група товарів	Експорт України групи товарів j, МЛН ДОЛ	Імпорт України групи товарів j, МЛН ДОЛ.	КПі _і
1	6149736	3171363	0,819748
2	1639292	57436	4,148391
3	410770	1517392	-1,61749
4	740342	5970075	-2,58384
5	124014	121070	0,02974
6	1115969	821941	0,37854
7	768508	718339	0,083565
8	254513	323594	-0,29725
9	2993404	1249093	1,081853
10	2916042	8033356	-1,25438
11	1098054	557994	0,837943

Джерело: [1]

Якщо розмістити товари у порядку спадання за ступенем конкурентоспроможності групи на європейську ринку, рис. 1, на першому місці є 2 група «Мінеральні продукти», на другому буде 9 група «Метали та вироби з них», та 1 група «Продовольчі товари та с/г продукція».

Що стосується динаміки змін конкурентоспроможності окремих товарних груп за період 2011-2023 рр., можна зазначити, що група 2 має сталу тенденцію до втрати компаративних переваг на європейському ринку. Лише товари першої групи конкурентні на європейських товарних ринках на сучасному етапі та мають високу вірогідність її збереження/зростання в перспективі (коефіцієнт апроксимації дорівнює майже 71 %).

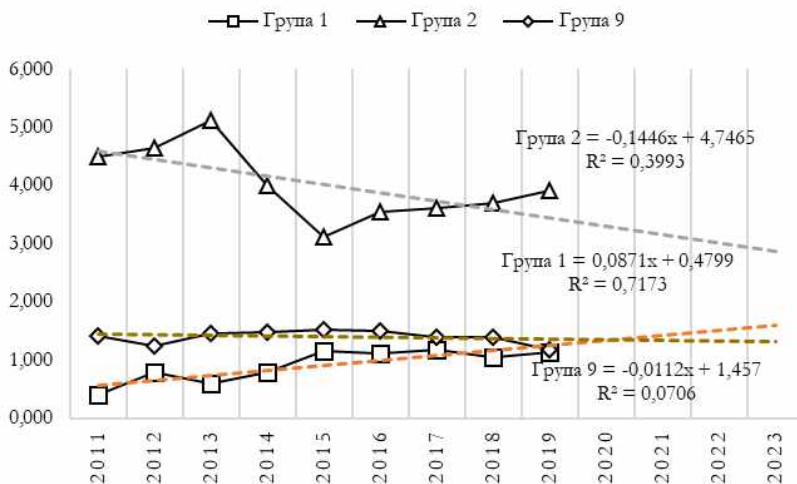


Рис. 1. Тенденції збереження компаративних переваг на європейському ринку найбільш конкурентних товарних груп України [1]

Серед товарних груп, які в 2019 р. мали невелику, але компаративну перевагу, в торгівлі наступними групами товарів (де $KP_{ji} > 0$):

Група 5 «Шкіра, хутро, вироби з них».

Група 6 «Деревина та целюлозно-паперові вироби».

Група 7 «Текстиль, вибори з нього, взуття».

Група 11 «Інші товари».

Що стосується динаміки змін конкурентоспроможності 5, 6, 7 та 11 товарних груп за період 2011-2023 рр., можна зазначити, що групи 6 «Деревина та целюлозно-паперові вироби» та 11 «Інші товари» мають сталу тенденцію зростання компаративних переваг, що підтверджується високим коефіцієнтом апроксимації (80% та 89% відповідно). Товари 5

та 6 товарних груп з високою вірогідністю будуть втрачати свою привабливість для європейських споживачів.

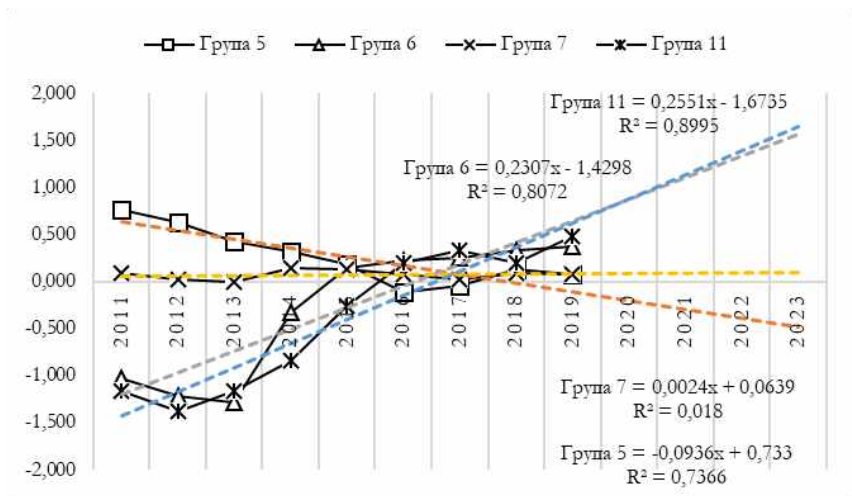


Рис. 2. Тенденції збереження компаративних переваг на європейському ринку найменш конкурентних товарних груп України [1]

Отже, за результатами проведеного аналізу, що негативна тенденція спостерігається у чотирьох групах, до них належать: 2 «Мінеральні продукти», 3 «Паливно-енергетичні товари», 5 «Шкіра, хутро, вироби з них», 9 «Метали та вироби з них»; але слід зазначити, що за останні роки показники 1, 4, 6, 7, 8, 10 та 11 груп демонструють зростання. Таким чином, товари, що наразі не є перспективним напрямом торгівлі, можуть стати такими через кілька років або, з іншого боку, вже конкурентні товари у перспективі закріплятимуть свої позиції та покращуватимуть їх. Проте стосовно груп з негативною лінією тренду, ми можемо говорити, що конкурентоспроможність втрачається, хоча зараз показники можуть бути і позитивними.

Багатообіцяючим є той факт, що в репті семи групах, незважаючи на різкі стрибки, підйоми і падіння все ж таки спостерігається позитивна тенденція. Це 1 група «Продовольчі товари та с/г продукція», 4 «Продукція хімічної промисловості», 6 «Деревина та целюлозно-паперові вироби», 7 «Текстиль, текстильні вироби, взуття», 8 «Вироби із каменю, скла, кераміка», 10 «Машини, обладнання, транспорт» та 11 група «Інші товари».

Таким чином, можна говорити про можливу зміну тенденцій у найближчі роки, проте однозначної відповіді, яка б могла пояснити можливі зміни немає, зниження показника може бути пов'язане з різними факторами. Тим не менш, найбільш конкурентною товарною групою в зовнішній торгівлі з ЄС, яка має високу вірогідність її збереження, є група 1 «Продовольчі товари та с/г продукція».

Бібліографічний список:

1. Trade statistics for international business development
URL: https://www.trademap.org/Bilateral_TS.aspx?nvpm=1%7c804%7c%7c%7c42%7cTOTAL%7c%7c%7c2%7c1%7c1%7c2%7c2%7c1%7c1%7c1%7c1%7c1
(Last accessed: 12.02.2022).

УДК: 658.11

БІЗНЕС У ФОКУСІ ВОЄННОГО СТАНУ: АДАПТАЦІЯ ТА ПРІОРИТЕТНІ ЗАВДАННЯ

Пешков А.М., здобувач третього рівня вищої освіти *,
Полтавський державний аграрний університет,
м. Полтава, Україна

Перші місяці війни були надзвичайно складними для економіки. За результатами опитувань власників та CEO підприємств 46,8 % підприємств повністю або майже повністю припинили роботу з 24.02.2022 року. Тільки 12,4% не змінили або збільшили обсяги робіт у порівнянні з довоєнним часом. За узагальненою самооцінкою власників та CEO, загальні втрати МСП за період війни сягнули \$85 млрд. (не враховуючи недоотриманих прибутків) [1].

Численна кількість суб'єктів господарювання були змушені в короткі строки погасити зобов'язання і забезпечувати наступні поставки матеріальних цінностей за рахунок власних джерел. Тобто, в умовах воєнного стану більшість підприємств перейшли на самофінансування, відмовившись від залученого капіталу. Підприємства, які не мали достатньої кількості власних фінансових ресурсів для покриття заборгованості перед постачальниками та персоналом, суттєво погіршили показники фінансової стійкості та/або зупинили свою діяльність.

* Науковий керівник – кандидат економічних наук, доцент О.В. Лега

Прогнози роботи бізнесу на 2023 значно відрізняються за регіонами. Так, зростання очікують 56 % підприємств центральних регіонів, 46 % підприємств західних регіонів і 45 % підприємств північних регіонів. Найбільше падіння очікують підприємства північних (24 %), центральних (23 %), східних (20 %) південних (17 %) регіонів. При цьому 19 % респондентів з південних та 20 % східних регіонів очікують, що їхній бізнес не працюватиме у 2023 році [2].

Негативними факторами впливу на функціонування бізнесу у фокусі війни – відсутність партнерів та клієнтів та/або їх втрата, збільшення цін на паливе, порушення логістики та процесів постачання, втрата працівників, клієнтів та партнерів, знаходження виробництв на окупованих територіях, руйнація підприємства, зупинка роботи тощо. Крім того, серед головних перешкод для відновлення бізнесу залишаються фінансові проблеми (відсутність достатнього капіталу), непередбачуваність дій держави, недоступність кредитних та грантових програм, оголошених урядом, а також перешкоди з боку регуляторних/фіскальних органів, однак важливість цих перешкод дещо знизилась, порівняно з оцінками листопада [2].

Адаптаційні заходи та перспективні завдання суб'єктів бізнесу у воєнний час включають:

Малі компанії

Шляхи адаптації: скорочення персоналу; зміна звичних бізнес-процесів; коротке планування оперативної діяльності на 1 місяць; вимушене збільшення обсягу роботи працівників, що залишилися; призупинення рекламних комунікацій для адаптації під нові потреби, третина продовжують рекламуватися

Стратегічні завдання: залучення нових платоспроможних клієнтів; пошук партнерів, постачальників, фінансування, зміна фокуса та стратегії [3]

Великі компанії:

Шляхи адаптації: аналіз ситуації та адаптація товарів до нових потреб клієнтів; збільшення обсягів роботи та перерозподіл обов'язків працівників, скорочення персоналу; адаптація до нових умов; у більш ніж третині великих компаній період планування не змінився.

Стратегічні завдання: налаштування логістики; пошук нових постачальників, інвесторів, клієнтів; вихід на міжнародні ринки [3].

Розвиток бізнесу під час воєнного стану це процес, який несе у собі велику кількість невизначеностей та ризиків, проте війна це не перший виклик для бізнесу України. Задля стимулювання такого розвитку держава надала українським підприємцям ряд можливостей для цього [4].

Масштабний національний проєкт із розвитку підприємництва та експорту Дія.Бізнес містить конкретні заходи підтримки українського підприємництва на внутрішньому та зовнішніх ринках – табл. 1.

Таблиця 1

Заходи підтримки українського підприємництва на внутрішньому та зовнішніх ринках в рамках проєкту Дія. Бізнес*

Сутність	Можливості
Експортний напрям Дія.Бізнес	
Онлайн-платформа, яка об'єднає всю актуальну та необхідну інформацію для розвитку та підтримки експортерів: аналіз ринків світу, огляди індустрій, торговельні місії та міжнародні виставки, інструменти для пошуку партнерів тощо.	Новини, події, оцінка готовності до експорту, послуги для альянсів (вибір ринку для розвитку експорту, дослідження обраного ринку, вимоги до продукту на ринку ЄС), послуги для компаній (рекомендації щодо розвитку свого експортного потенціалу), пошук партнерів тощо.
Центри підтримки підприємців Дія.Бізнес в регіонах	
Центри для підприємців вже відкриті у Харкові, Миколаєві, центр для студентів на базі КНУ імені Тараса Шевченка, пілотний формат консультаційного стенду у Черкасах, центри підтримки підприємців в Одесі, Полтаві, Ужгороді, Бучі, Тернополі, Кривому Розі, Кременчуці.	
Підтримка бізнесу в умовах війни	
Інформаційний розділ на Дія.Бізнес про державні та донорські програми, приватні ініціативи підтримки підприємців в умовах війни, що допоможуть зберегти бізнес, робочі місця та підтримати економіку України.	Компенсація за працевлаштування ВПО, Єдина платформа цифрової взаємодії для допомоги в релокації бізнесу, Урядова програма eРобота, Маркетплейс фінансових можливостей для бізнесу на Дія.Бізнес
Фінансування бізнесу	
Всі фінансові можливості та сервіси для розвитку власної справи.	Гранти для бізнесу, Маркетплейс фінансових можливостей для бізнесу, Платформа для залучення імпаکت-інвестування (MVP), Фінансування українських експортерів
Підтримка окремих сфер бізнесу	
Узагальнена корисна інформація про соціальне та жіноче підприємництво, можливості для розвитку аграрного бізнесу та інші корисні поради в конкретних сферах.	
Європейські програми підтримки	
Програма ЄС «Креативна Європа» 2021-2027, Програма ЄС «Горизонт Європа» 2021-2027, Програма ЄС «Цифрова Європа» (2021-2027)	

*узагальнено на підставі [4]

Суттєвим засобом підтримки є кредитування та компенсація відсотків. Перш за все, заслуговує на увагу державна програма «Доступні кредити 5-7-9%». Постановою від 21 жовтня 2021 р. № 1106 запроваджено державну програму фінансового лізингу для суб'єктів мікро-, малого та середнього підприємництва (ММСП), а також ухвалено зміни, які дозволяють залучити більшу кількість учасників до програми.

Важливим засобом підтримки для підприємців є навчання, адже потреба в сучасних знаннях - відмінна риса ділових людей, більшість з яких у сучасних умовах змушена здобувати їх без відриву від виробництва, навчаючись на короткострокових бізнес-курсах. Навчання може відбуватися у формі безкоштовних курсів, тренінгів, семінарів та конференцій, на яких експерти відповідають на запитання підприємців-початківців та розповідають про бізнес-планування, податки, страхові відрахування, маркетинг тощо.

Отже, війна дозволила активувати абсолютно нові види діяльності, які дозволяють багатьом підприємствам не тільки вижити, але й закріпитися на ринку, а в майбутньому завоювати лідерські позиції. Саме тому ті підприємства, які в умовах війни постійно слідкують за зовнішніми викликами і відповідно до них налаштовують операційну діяльність, мають змогу вижити.

Бібліографічний список:

1. Дослідження стану українського бізнесу під час війни: як себе почувають середні, малі та великі компанії. URL: <https://hub.kyivstar.ua/news/doslidzhennya-stanu-ukrayinskogo-biznesu-pid-chas-vijny-yak-sebe-pochuvayut-seredni-mali-ta-velyki-kompaniyi/> (дата звернення: 14.03.2023).

2. Стан та потреби бізнесу в умовах війни: результати опитування в січні 2023 року. URL: <https://business.diia.gov.ua/cases/novini/stan-ta-potrebi-biznesu-v-umovah-vijni-rezultati-opituvanna-v-sicni-2023-roku> (дата звернення: 14.03.2023).

3. Аналіз актуального стану та пропозиції щодо покращення умов для підприємництва в Україні. URL: <https://careerhub.in.ua/doslidzhennya-analiz-aktualnogo-stan/> (дата звернення: 14.03.2023).

4. Дія. Бізнес. URL: <https://business.diia.gov.ua> (дата звернення: 14.03.2023).

ГЕНЕЗИС ПОНЯТТЯ «ІНФОРМАЦІЙНА ПІДТРИМКА»

Романашенко І.О., здобувач третього рівня вищої освіти,*
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

В наш час інформатизація відіграє важливу роль в розвитку світової економіки та суспільства в цілому. Можна стверджувати, що інформаційні ресурси є основою для успішного ведення бізнесу та підвищення його ефективності. Передача інформації є неодмінним і першорядним фактором нормального функціонування організації, а тому є необхідним і важливим організувати збереження, коригування і обмін інформацією.

Інформація та інформаційні технології у стратегічному управлінні підприємством висвітлені в роботах українських економістів: В. Базилевича, Ф. Бутинця, А. Гудзинського, М. Дем'яненко, Т. Камінської, Г. Кірейцева, О. Хоріна, Д. Черваньова та ін. Загальні питання інформаційно-аналітичної діяльності та використання інформаційно-аналітичних технологій у різних сферах діяльності розглядають Г. Гордукалова, Н. Мінкіна, Н. Сляднева, С. Серова.

Значенню і використанню інформаційних ресурсів на підприємствах присвячено роботи таких авторів, як Л. Євчук, А. Берга, В. Годіна, Ф. Митарєва, О. Шуть. Істотний внесок у розробку теоретичних, методологічних та організаційних аспектів інформаційного забезпечення підприємства зробили вітчизняні та зарубіжні науковці: Л. Бушуєва, І. Гусинін, Е. Дешко, З. Козенко, С. Мінаєв, А. Рогачов, Г. Титоренко, В. Філіппов та ін.

Складність і багатоаспектність проблем інформаційної сфери призводять до подальшого теоретичного дослідження її соціально-економічної сутності, впливу на фактори виробництва, систему економічних відносин, розв'язання багатьох практичних проблем, пов'язаних з інформаційною діяльністю, розробленням виваженої державної політики управління процесом інформатизації та використанням її в інтересах усього суспільства.

Складова «інформаційна» має таке значення – ставлення до інформації як до ресурсу, володіння всім арсеналом засобів отримання, передачі, накопичення, зберігання, обробки та видачі інформації споживачеві [1].

* Науковий керівник – кандидат економічних наук, доцент О.В. Смігунова

Інформаційне забезпечення – це надання інформації, необхідної для здійснення будь-якої діяльності підприємства, оцінки стану, вдосконалення, запобігання негативним ситуаціям, ризикам.

Термін «інформація» походить від латинського слова «information», що означає відомості, роз'яснення, виклад. Під інформацією як в економіці, так і в інших науках розуміють рівень зниження невизначеності [2].

У побутовому розумінні інформацією називають будь-які дані або відомості, які когось цікавлять. У техніці під інформацією розуміють повідомлення, передані у формі знаків або сигналів. У кібернетиці – ту частину знань, яка використовується для орієнтування, активної дії, управління, тобто з метою збереження, вдосконалення, розвитку системи [3].

Під час дослідження сучасного підприємства як цілісну складну і відкриту систему, то між його елементами триває постійний обмін інформацією, яка на найвищому рівні представлена у вигляді людської мови, паперових документів, даних в інформаційних системах.

Інформація виступає однією зі складових економічної системи. А також, жодна система не може існувати без інформаційних потоків. Інформаційний потік – це сукупність інформації, необхідної для провадження діяльності фірми.

Керівник повинен вміти оцінювати якісну та кількісну складові своїх інформаційних потреб, а також інших споживачів інформації в організації.

Наявність або відсутність ринкової інформації безпосередньо визначає успіх або невдачу компанії. Проте просто наявність інформації, без аналізу, не має цінності. Цінність інформації полягає не у володінні великою кількістю неї, а вміння обробляти й аналізувати її.

Інформаційна підтримка підприємства – це сукупність усіх документів і даних, що використовуються для обслуговування співробітників і клієнтів та підтримки функціонування незалежно від видів носіїв інформації, а також їх організація, включаючи структуру та взаємні зв'язки інших видів інформаційних масивів і баз даних.

Основною метою інформаційно-аналітичної діяльності підприємства є перетворення первинної інформації (неопубліковані документи, науково-технічна література, довідкова література, прогнозно-аналітичні джерела інформації, матеріали конференцій, тези), на вторинну, тобто підсумкову, інформацію.

Інформаційна аналітика, активно оперуючи інформаційними продуктами і послугами, виконує, насамперед, завдання якісно-змістовного перетворення інформації, функціонально перетинаючись у цьому плані з науковою (виробництво нового знання) та управлінською (розробка варіантів рішень, сценаріїв) діяльністю [4].

Отже, можна сказати, що інформація є важливим чинником підвищення ефективності суспільного виробництва, забезпечення прискореного обігу фінансового, виробничого і товарного капіталу у відтворювальному циклі. Вона впливає на структурну перебудову економіки, характер конкуренції, прискорення трансакцій, появу нових видів продукції.

Бібліографічний список:

1. Єчук Л.А. Стратегічне управління конкурентоспроможністю сільськогосподарських підприємств: монографія. Миколаїв: Видавець Проончук Т.Ю., 2010. 340 с.

2. Макаруч О.Г. Інформаційно-аналітичне забезпечення стратегічного управління сільськогосподарським підприємством. *Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України. Сер. : Економіка, аграрний менеджмент, бізнес.* 2013. Вип. 181(3). С. 160-165.

3. Антонюк В.П., Шамілева Л.Л. Оцінка ефективності використання трудового потенціалу промисловості з урахуванням рівня науко-ємності її галузей. *Економічний вісник Донбасу.* 2017. № 2. С. 196-206.

4. Держевецька М.А. Інформаційно-аналітичне забезпечення як складова інтелектуального капіталу підприємства. *Управління економікою: теорія та практика: Зб. наук. пр.* К.: ІЕП НАНУ, 2017. С. 150-156.

УДК: 331.101.3

УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ

Семейкін В.В., здобувач вищої освіти *,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

Системи управління персоналом відіграють вирішальну роль в успіху організацій, а ефективне управління персоналом є життєво важливим для досягнення її цілей.

* Науковий керівник – кандидат економічних наук, доцент Н.В. Чуйко

Система управління персоналом – це основа, яка керує управлінням людськими ресурсами в організації. Вона охоплює різні аспекти управління людськими ресурсами, такі як найм, навчання, оцінка ефективності, винагорода та пільги. Ця робота спрямована на детальне вивчення системи управління персоналом та її вплив на ефективність організації.

У процесі створення підприємства чи організації закладаються основи системи управління персоналом. Ефективність функціонування кожного підприємства прямо залежить від того, наскільки вдало сформовано систему управління персоналом в умовах зовнішнього та внутрішнього середовища.

Система управління людськими ресурсами має бути завжди готовою до постійної реорганізації, перерозподілу працівників із метою ефективного їх використання та підвищення продуктивності праці [1].

Найважливішим аспектом системи управління персоналом є підбір персоналу, оскільки він визначає якість робочої сили. Важливим фактором, що впливає на конкурентоспроможність, економічне зростання та ефективність виробництва, є кількість та якість на підприємстві людських ресурсів, здатних професійно вирішувати поставлені виробничі завдання. Необхідність якісного підбору персоналу сьогодні абсолютно очевидна. Один неправильно відібраний кадр може негативно вплинути на прибуток підприємства, тому більшість фахівців з підбору персоналу знижують ймовірність помилитись за допомогою добре побудованої організації та перевірених методів [2].

Процес атестації є ще одним важливим компонентом системи управління персоналом. Атестація персоналу є кадровими заходами призначеними для оцінки того, чи відповідає рівень, якість та потенціал особи вимогам діяльності. Атестація спрямована на пошук резервів підвищення продуктивності праці, зацікавленості працівників у своїй роботі та організаційних результатах, оптимального використання економічних стимулів і соціального забезпечення, створення умов для динамічного та всебічного розвитку особистості. Особливість атестації полягає в тому, що в процесі оцінки персоналу використовуються різні методи оцінки характеристик працівників.

Для того, щоб атестація персоналу була ефективною, важливо розробити та затвердити положення щодо процесу їх сертифікації. забезпечить відповідність їхніх знань у галузі та подальший їх професійний розвиток [3].

Важливим аспектом системи управління персоналом є мотивація. Вона є однією з основних функцій управління й полягає в спонуканні персоналу до ефективної, сумлінної діяльності для досягнення цілей організації. Менеджер повинен розуміти, що ні прекрасні складені плани, ні досконала структура організації самі по собі не спонукують людей до роботи. Мотивація покликана забезпечити високоякісне й сумлінне виконання членами організації своїх обов'язків [4].

Система управління персоналом відіграє вирішальну роль в успіху підприємств, які мають добре розроблену та реалізовану систему. Вони, як правило, мають вищу задоволеність співробітників, нижчу плинність кадрів і кращу продуктивність, ніж ті, які її не мають.

Ефективні процеси найму, програми навчання та розвитку, процеси оцінки ефективності, а також пакети винагород і пільг є критично важливими компонентами успішної системи управління персоналом. Однак, організації стикаються з декількома проблемами при впровадженні ефективної системи управління персоналом, такими як: брак ресурсів, опір змінам і відсутність підтримки з боку вищого керівництва. Тому організаціям необхідно визначити пріоритети для розробки та впровадження ефективної системи управління персоналом, щоб досягти своїх цілей і залишатися конкурентоспроможними на ринку.

Бібліографічний список:

1. Шубалий О.М., Рудь Н.Т., Гордійчук А.І., Шубала І.В., Дзямулич М.І., Потьомкіна О.В., Серeda О.В. Управління персоналом: підручник. За заг. ред. О.М. Шубалого. Луцьк. ІВВ Луцького НТУ. 2018. 404 с.

2. Борданова Л.С., Мельничук В.Е., Рощина Н.В., Семенченко Н.В. Управління персоналом: конспект лекцій. Навчальний посібник для студентів, які навчаються за спеціальністю 051 «Економіка» спеціалізацією «Управління персоналом та економіка праці». Київ. КПІ ім. Ігоря Сікорського. 2020. 102 с.

3. Дашко І.М., Крилов Д.В., Михайліченко Л.В. Атестація персоналу як основний метод оцінювання його розвитку. *Економічний простір*. 2022. (179). С. 50-54.

4. Гайдученко С.О. Тексти лекцій з навчальної дисципліни «Мотивація персоналу» (для студентів 5 курсу спеціальності 7.03060101, 8.03060101 «Менеджмент організацій і адміністрування»). Харків. ХНУМГ. 2013. 111 с.

УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ КАДРОВИМ ПОТЕНЦІАЛОМ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Сергеева В.С., здобувач вищої освіти*,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

Стратегічним завданням виробничих процесів в системі менеджменту організацій є ефективне використання кадрового потенціалу, що обумовлюється зростанням попиту на науково кваліфіковані кадри в економіці АПК [1].

Структура кадрового потенціалу являє собою систему якісних характеристик людського фактору як: освіта, знання, кваліфікація, навички, накопичений досвід, особисті якості (розум, здібності, різнобічний розвиток, активність, відповідальність тощо) [2]. Аналіз результатів діяльності аграрного сектора економіки України у пореформений період доводить необхідність удосконалення системи кадрового потенціалу сільськогосподарських підприємств [3].

З метою визначення шляхів вирішення цієї проблеми розглянемо систему кадрового потенціалу на прикладі Приватного підприємства «Агропрогрес» Кегичівського району Харківської області. ПП «Агропрогрес» відноситься до сільськогосподарських підприємств середніх розмірів, в якому питання формування кадрового потенціалу покладено на директора і начальника відділу кадрів. Розглядаючи структуру кадрового потенціалу, можна відмітити, що на підприємстві складалася раціональна професійна структура кадрового складу, де питома вага керівників складає 37,5 %, спеціалістів – 51,4 %, технічних виконавців – 11,1 %. За даними експертного аналізу загальна оцінка системи формування кадрового потенціалу на підприємстві склала у 2022 р. 3,91 бали.

Найменшу оцінку отримали підсистеми: мотивації праці та розвитку соціальної інфраструктури. Враховуючи результати проведеного аналізу пропонуємо для ПП «Агропрогрес» такі заходи з удосконалення системи формування кадрового потенціалу:

– при розробці довгострокової стратегії розвитку кадрового потенціалу особливу увагу необхідно приділити питанню підвищення трудової активності;

* Науковий керівник – доктор педагогічних наук, професор В.М. Нагасєв

– господарство має розробити програму розвитку кадрового потенціалу підприємства із зазначенням центрів функціональної відповідальності і фінансового забезпечення сфер діяльності;

– удосконалення організаційної складової кадрового потенціалу також припускає раціоналізацію управлінських робіт і підвищення продуктивності праці працівників;

– основними напрямками організації кадрового забезпечення ПП «Агропрогрес» є: раціональний розподіл обов'язків, організаційне закріплення процесів поділу та кооперації, розстановка кадрів по ланках системи управління, нормування управлінської праці та оптимальне використання робочого часу;

– одним із пріоритетних напрямків підвищення рівня мотивації у ПП «Агропрогрес» є забезпечення прозорості кадрової політики (можливостей щодо кадрових переміщень в середині установи).

Бібліографічний список:

1. Краснокутська Н.С. Потенціал підприємства як об'єкт управління в перебігу еволюції теорії стратегічного управління. *Вісник СумДУ. Серія: Економіка*. 2009. № 1. С. 169-177.

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. Смоляр Л.Г., Грамотенко О.О. Дослідження тенденції розвитку кадрового потенціалу на промислових підприємствах України. *Економіка та держава*. № 5, 2018. С. 96-99.

УДК: 631.15:316.4

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ ВИРОБНИЧОГО ПОТЕНЦІАЛУ В АГРАРНОМУ СЕКТОРІ

Таран О.М., кандидат економічних наук, доцент,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-6226-4907>

В'юник І.М., здобувач третього рівня вищої освіти,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

Вибір аспектів вивчення потенціалу в теоретичному та практичному плані насамперед зумовлений важливістю його місця та ролі у проведенні виробничої діяльності, його значенням у процесах

відтворення соціально-орієнтованої економіки. Використання наявних резервів є важливим елементом інтенсифікації економіки як країни загалом, так і окремих підприємств зокрема.

У процесі формування економічна система будь-якого рівня для забезпечення усіх потреб з метою отримання прибутку використовує певні ресурси, які називаються виробничими [1, с. 122]. Термін «ресурс» походить з французької та означає «засіб», «спосіб», «дані» (ressource) [2, с. 66].

Кожна економічна школа має своє бачення класифікації виробничих ресурсів, тому на даний час питання визначення єдиного підходу класифікації виробничих ресурсів залишається відкритим.

До складу виробничих ресурсів як факторів виробництва науковці у відповідних періодах відносили різні фактори. Їх складові формувались за законами розвитку: – у період з найдавніших часів і до XVII ст. головним фактором виробництва була земля; – у середньовічний період до XVII-середина XIX ст. основним фактором виробництва була праця; – у капіталістичний період (друга пол. XIX ст.-XX ст.) визначальним фактором виробництва був капітал; – у сучасний період з кінця XX ст. до теперішнього часу основним фактором виробництва є підприємницькі здібності.

Ми погоджуємось із думкою тих науковців, які вважають, що поняття «потенціал» та «ресурси» йдуть паралельно, їх не слід протиставляти. «Потенціал» – це узагальнена характеристика ресурсів, котра прив'язана до місця і часу. Уточнюючи сутність цієї категорії, можна зазначити, що потенціал – це можливості мобілізації засобів та джерел, які є у суб'єктів господарювання, для досягнення певних цілей або вирішення будь-яких проблем чи завдань.

Так, під потенціалом розуміють запаси, засоби, джерела, які є в наявності і можуть бути мобілізовані для отримання певного результату. Інші автори під «потенціалом» мають на увазі взаємодію трудових та матеріальних складових для отримання певного результату виробництва. Третя група науковців вважає, що «потенціал» – це спроможність сукупності ресурсів економічної системи реалізовувати певні задачі.

На нашу думку, в аграрному секторі ресурсний потенціал – це збалансоване використання матеріальних, трудових та інших ресурсів, з їх оптимальною кількістю, яке призводить до підвищення потенціалу аграрного сектора (відповідно й до зниження прибутку), тому у процесі управління потрібно постійно контролювати використання всіх складових процесу виробництва.

Множина виробничих ресурсів з урахуванням їх структури, кількості та якості, а також технічного рівня складає виробничий потенціал, який відображає максимально можливий обсяг виробництва товарів і послуг при умові раціонального та ефективного використання наявних природних, трудових ресурсів та основних виробничих фондів. Для безперервності виробничого процесу потрібні оборотні фонди, які повністю використовуються в кожному технологічному циклі виготовлення продукції [3].

На думку О. Федоніна, І. Репіної та О. Олексик виробничий потенціал – це наявні і приховані можливості [4].

Виробничий потенціал – це сукупність виробничих ресурсів цільового призначення, серед яких основні: промислово-виробничі фонди, трудові ресурси, енергетичні ресурси, технологія, інформація. Також, виробничий потенціал – це «здатність виробничої системи виробляти матеріальні блага, використовуючи ресурси виробництва» [5]. Виробничі ресурси – це здатність отримати певний результат через певні перетворення, тобто вони є частиною потенціалу. На думку Н. Краснокутської, потенціал – «це можливості системи ресурсів, здатностей і компетенцій створювати цінність для зацікавлених сторін» [6, с. 21].

Як вже зазначалось у національному аграрному секторі країни використовуються три групи щодо складових щодо ресурсів: соціальні, виробничі та природні. Соціальна складова – це робоча сила та менеджмент. Виробнича складова – це основні засоби оборотні запаси, фінанси та матеріально-технічні засоби. До природної складової можна віднести земельні ділянки, географічне положення та кліматичні умови, сприятливі для ведення аграрного виробництва кліматичними умовами [7, с. 24].

Для аграрного сектора економіки найважливішим виробничим ресурсом є земельні ресурси, «землі». В інших галузях економіки (за винятком видобувної промисловості) «землі» – це місце розташування виробничих потужностей та адміністративних будівель, а в аграрному секторі країни землі – це «те, без чого втрачається сама сутність галузі, як такої; це основна продуктивна сила виробництва» [8].

Відповідно, основний акцент при розробках та наукових дослідженнях у сільському господарстві повинен робитись на створення екологічних, ґрунтовідновлюваних, зональних і внутрішньозональних систем ведення землеробства. Існує багато показників для оцінювання рівня використання земельних ресурсів: виробництво валової продукції аграрного сектора країни з розрахунку

на одиницю земельної площі; урожайність окремих сільськогосподарських культур з одиниці посівної площі; вихід окремих видів продукції з розрахунку на одиницю відповідної земельної площі в цілому по аграрному сектору країни, окремій його галузі, виду продукції та інші.

В аграрному секторі праця – це важливий ресурс виробничого процесу, носієм якої є трудові ресурси, що є виробниками матеріальних благ. Трудові ресурси – складна соціально-економічна категорія, соціальну сутність якої становлять люди, а економічну – їх робочий час [1, с. 28]. Підкреслимо, що при використанні трудових ресурсів слід враховувати фактор часу та сезонність галузі. Через специфічні умови аграрний сектор зосереджується на певних територіях, що зумовлює концентрацію виробництва та обмеження його розмірів. Як відомо, поєднання робочої сили з виробничими ресурсами утворює процес виробництва, де використовуються засоби виробництва (засоби праці та предмети праці). У вартісному виразі вони становлять виробничі засоби, які поділяються на основні та оборотні [9, с. 203].

Для безперервності виробничого процесу потрібні оборотні фонди, які повністю використовуються в кожному технологічному циклі виготовлення продукції.

Сукупність оборотних фондів та фондів обігу у вартісній формі утворює оборотні засоби. Оборотними фондами є матеріальні ресурси, котрі переносять свою вартість на вартість готової продукції та змінюють свою натуральну форму (насіння, посадковий матеріал, добрива, гербіциди і пестициди, комбікорми, мікробіологічні добавки, паливномастільні матеріали, електроенергію тощо). Частина оборотних фондів утворює матеріальний склад готової продукції, інша частина бере участь у виробничому ресурсі [3].

Отже, на сьогоднішній день не існує єдиного підходу до визначення класифікації виробничих ресурсів та показників визначення ефективності їх використання.

На практиці вкрай необхідна комплексна оцінка рівня виробничого потенціалу. Зважаючи на складність внутрішньої будови виробничого потенціалу, для комплексної оцінки слід використати ресурсний, структурний, вартісний і витратний.

Бібліографічний список:

1. Андрійчук В.Г. Економіка аграрних підприємств. К.: КНЕУ, 2002. 624 с.
2. Багрій П.І., Дорогунцова С.І. Економічний словник. К., 1973. 621 с.

3. Партуга Т.О., Ефективність використання оборотних засобів підприємства. *Національний університет харчових технологій: Агросвіт*. № 13. 2012. С. 62-67.

4. Федонін О.С., Репіна І.М., Олексик О.С. Потенціал підприємства: формування та оцінка: навч. посібник 2-ге вид., без змін. К.: КНЕУ, 2006. 316 с.

5. Добикін О.К., Рижигов В.С., Касьянюк С.В., Кокотко М.Є. Потенціал підприємства: формування та оцінка: навч. посіб. Київ: Центр навч. л-ри, 2005. 208 с.

6. Краснокутська Н.С. Потенціал торговельного підприємства: теорія та методологія дослідження: монографія. Харків: ХДУХТ, 2010. 247 с.

7. Колесник І.А. Ефективність використання земельних ресурсів. *Економіка АПК*. № 5. 2001. С. 47-50.

8. Трегобчук В. Концепція сталого розвитку для України. *Вісник Національної академії наук України*. 2002. № 2. С. 31-40.
URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vnanu_2002_2_7

9. Шваб Л.І. Економіка підприємства: навч. посіб. для студентів вищих навчальних закладів. К.: Каравела, 2004. 568 с.

УДК: 338.24

СТРАТЕГІЧНІ ОРІЄНТИРИ РОЗВИТКУ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ У СУЧАСНИХ УМОВАХ

Ткаченко О.П., кандидат економічних наук, доцент,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-4739-6036>

Повномасштабна військова агресія рф щодо України призвела до кризових явищ у всіх сферах економічної діяльності, викликавши складні політичні, соціально-економічні, гуманітарні наслідки та відчуття постійної нестабільності. За рік повномасштабної війни рф проти України вітчизняна економіка скоротилася більш ніж 35 % [1] через порушення критично важливої транспортної та енергетичної інфраструктури, міграційних процесів, підприємницької, ділової та виробничої активності, торговельної та збутової діяльності. Завдяки світової підтримки та дій уряду стало можливим зупинити руйнівні процеси в економіці. Бізнесу необхідно поступово повертатися до нормальної соціально-економічної діяльності з метою відновлення економіки та продовження оборони країни.

Дослідження впливу наслідків війни на економіку та діяльність суб'єктів господарювання, зокрема сфери ресторанного бізнесу, необхідне з метою з'ясування, як вони вплинули на діяльність закладів ресторанного господарства та визначення стратегічних орієнтирів, як справлятися з новими викликами та проблемами для подальшого відновлення та функціонування.

Останні три роки стан ринку ресторанного господарства дуже складний. Спочатку локдаун змусив заклади ресторанного господарства підлаштувати свою роботу під умови роботи онлайн, розробляти та впроваджувати системи замовлення онлайн, платежів онлайн, служби власної доставки, оптимізація меню під доставку та ін. Завдяки впровадженню заходів ресторанний бізнес відновив свої позиції. На сьогодні ресторатори знову рятують свій бізнес і знаходяться в режимі виживання перед вищими викликами.

Можливість подальшого відновлення та функціонування для ресторанного бізнесу, в першу чергу, визначається регіоном місцезнаходження закладу. Так, на сході (Донецька, Луганська та Харківська області) та півдні (Запорізька, Херсонська області) України заклади ресторанного господарства частково або повністю припинили свою діяльність через активні бойові дії або фізичне руйнування закладів. В деокупованих областях та таких, що не зазнають активних бойових дій, заклади ресторанного господарства намагаються поступово відновлювати свої позиції.

Вітчизняний ринок ресторанного господарства зменшився приблизно на 37 % порівняно з лютим 2022 року [5]. Найбільша кількість функціонуючих закладів ресторанного господарства спостерігається в регіонах, де немає прямої загрози для співробітників і споживачів. У деяких областях падіння ринку становило понад 50 % (Харківська, Миколаївська, Запорізька, Луганська області), у Київській, Одеській, Дніпропетровській областях падіння складало до 30 % [4-5]. Наразі, навести реальні цифри щодо стану ринку ресторанного господарства складно, оскільки через воєнний стан Державна служба статистики України не публікує даних за 2022 рік. Проте, за опублікованими даними, Українською ресторанною асоціацією, від червня минулого року почалося відновлення мережі, відкрилося понад 2 тисячі нових закладів ресторанного господарства у Києві, м. Одеса, м. Вінниця, а також у західних областях [3].

Отже, поступово заклади ресторанного господарства відновлюють свої позиції та адаптують свою роботу до сучасних реалій, працюючи для військових і переселенців, літніх людей і дітей та здійснюючи волонтерську діяльність. При цьому головним завданням

діяльності є врятувати бізнес і продовжувати функціонувати на ринку для якнайшвидшого відновлення у повоєнний час. На сьогодні, за думкою експертів, період стратегічного планування у більшості закладів складає не більше тижня, а для деяких 2-3 дні. Однак, навіть ті заклади ресторанного господарства, що самостійно або об'єднуючи зусилля відновили свою діяльність стикнулися з великою кількістю викликів і проблем [4].

Найскладнішим викликом виявилися проблеми з логістикою та нестачею сировини. На початку повномасштабного вторгнення вкрай складно було передбачити та спланувати обсяги виробництва, доставку продукції, маршрути пересування. Разом з цим, виникли проблеми із постачанням сировини імпортного виробництва, що найбільш гостро постали перед закладами, які спеціалізувалися на приналежності до певної європейської або азійської кухні. А також, сировини вітчизняних виробників через припинення роботи постачальників і підприємств харчової промисловості та знищення фермерських господарств. На сьогодні, можна говорити про стабілізацію ситуації. Ресторатори мають можливість спрогнозувати свою діяльність, скласти оптимальні маршрути. Однією з основних тенденцій буде зниження або повна відмова від імпортної сировини, оптимізація меню через його скорочення та введення простих у приготуванні страв здебільшого домашньої кухні, з постачанням сировини для яких немає проблем [4-5].

Масовий виїзд людей за кордон та на Західну Україну, а також мобілізація спричинили нестачу персоналу та необхідність підвищення кваліфікації персоналу для роботи в умовах воєнного стану. За час війни виїхало понад 4 млн осіб, більша частка з яких є працівниками ресторанного бізнесу, це спричинило проблему забезпечення закладів персоналом. Співробітники, що залишалися не виходили на роботу, через нерозуміння ситуації, що супроводжувалась постійними повітряними тривогами, провадженням комендантської години, складністю добратися на роботу на всій території України. Разом з цим, велика кількість людей виявили бажання підтримати заклади ресторанного господарства і саме завдяки їм заклади почали поступово відновлювати свою роботу [5].

Стрімке падіння дохідності закладів було наступною проблемою. Через введення комендантської години заклади працюють за скороченим часом, що призвело до зниження доходу від 50 до 70%. Серйозним викликом також, стало відключення електроенергії, через пошкодження критичної інфраструктури. Це призвело до подальшого скорочення робочого часу, відсутності можливості готувати й зберігати

продукцію, через використання електричного обладнання. Постійні повітряні тривоги також змушували заклади закриватися. Найбільш затребуваними форматами закладів ресторанного бізнесу стали фаст-фуд, кав'ярні, пекарні, заклади з мінімальною кухнею. Найбільш складна ситуація спостерігалася у закладах, що розташовані у торговельно-розважальних центрах та таких, що здійснювали волонтерську діяльність. Зниження доходу складало до 90%. Відсутність механізму державної підтримки для закладів, які здійснювали волонтерську діяльність, змусили відкривати власні благодійні збори, щоб продовжувати далі таку діяльність [4-5]. На сьогодні спостерігається підвищення економічних показників діяльності, що пояснюється скороченням комендантської години та припиненням відключення електроенергії [2].

Важливою складовою відновлення ресторанного господарства та економіки в цілому є – релокація бізнесу. Однак, разом з успішними прикладами перевезення закладу ресторанного господарства, масового перетікання ресторанного бізнесу в безпечні регіони країни не відбулося. Це пов'язано з тим, що більшість рестораторів планують відновити бізнес у своїх містах. Також, присутня ситуація, коли заклад знаходиться в зоні активних бойових дій або на окупованій території і вивозити просто було нічого [4].

З метою пошуку нових ринків збуту простежується тенденція виходу вітчизняного ресторанного бізнесу за межі країни. Так, багато рестораторів відкривають заклади української кухні у Польщі, Швейцарії, Англії, Іспанії, адаптуючи бізнес під запити та вимоги європейського споживача [4].

За прогнозами експертів та аналітиків ресторанного бізнесу можна визначити стратегічні орієнтири для подальшого його відновлення та функціонування:

- мінімізація витрат, максимальне зниження орендної ставки;
- налагодження швидкої логістики;
- перегляд концепції, оптимізація меню з орієнтацією на домашню кухню, відмова від позицій, що потребують особливих
 - продуктів;
 - орієнтація на доставку;
 - гнучкі графіки роботи: кілька днів на тиждень, неповний робочий день через дотримання правил воєнного часу (комендантська година, повітряна тривога) та з урахуванням графіків відключення електроенергії;
 - налагодження співпраці з благодійними фондами та впливовими особами, які зможуть сприяти фінансуванню для стабільної роботи;

– залишитися попит на фаст-фуд, кав'ярні, пекарні, заклади з мінімальною кухнею, особливо ті, що розташовані в підвальних приміщеннях;

– тимчасове заморожування бізнесу, якщо кошти дозволяють утримувати приміщення та ключовий персонал.

Відновлення та функціонування ресторанного бізнесу є відбиттям позитивних змін в економіці країни. Маємо всі підстави стверджувати, що у повоєнному часі ситуація на ринку ресторанного бізнесу швидко стабілізується, а сучасні реалії вимагають об'єднання зусиль для подальшого відновлення бізнесу.

Бібліографічний список:

1. Експрес-оцінка впливу війни на мікро-, малі та середні підприємства в Україні. Аналітичний звіт. Київ: Програма розвитку ООН в Україні. 2022. 77 с.

2. Мгновенный эффект. Выручка киевских баров подскочила благодаря сокращению комендантского часа. URL: <https://inlnk.ru/4yep7j> (дата звернення: 06.04.2023).

3. Ресторанный бизнес под час війни: де найбільш інтенсивно відкриваються нові заклади. URL: <https://inlnk.ru/w4j921> (дата звернення: 06.04.2023).

4. Ринок HoReCa під час війни: поточний стан та ключові тенденції. URL: <https://inlnk.ru/yOA64y> (дата звернення: 06.04.2023).

5. Як український ресторанний бізнес адаптується до викликів війни: дослідження. URL: <http://surl.li/gdjss> (дата звернення: 06.04.2023).

УДК: 663.93:658(477)-043.86

СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ КАВОВОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Ткачова С.С., кандидат економічних наук, доцент,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-7103-9269>

Корнієнко К.О., здобувачка вищої освіти,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

Чербіло І.Є., здобувачка вищої освіти,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

Український ринок кави до початку 2022 р. розвивався відповідно до світової тенденції зростання виробництва, стабільного збільшення

попиту та загалом зростання обсягу ринку кави, у зв'язку із залежністю вітчизняного виробництва від імпортних поставок сировини. Одним із ключових драйверів зростання ринку кави в Україні стало безмитне ввезення зеленого зерна. Україна не вирощує кавові зерна, але завдяки нульовому миту на зелене зерно, компанії стали обсмажувати каву всередині країни. Релевантність кавового бізнесу виправдовувала себе, оскільки вартість смаженого зерна двічі перевищує ціну зеленого. Аналітики компанії Pro-Consulting визначили основні тенденції, що простежувалися на ринку кав'ярень в Україні у 2021 р.: збільшення попиту на натуральну каву в зернах, замість розчинної; імпорт кави за останні 5 років збільшився на 63 % та продовжував зростати; через швидкий спосіб життя збільшився попит на каву з собою, на винос; збільшення попиту на безлактозне, рослинне молоко під час приготування кави; еко-тренди (своя склянка, відмова від пластикових трубочок та кришок); у великих містах набирали популярність інді-кафе, де можна було не тільки випити кави, а й купити мелену або зернову каву в упаковці, розробленій спеціально для конкретного кафе; для ринку кави характерна незначна сезонність, влітку споживання знижується на 2-4 %; частину ринку у кав'ярень стали забирати заправки WOG, ОККО, Shell та ресторани мережі McDonalds; зростала кількість офіційних імпортерів, зменшувалась кількість контрабанди кави; зростав попит на нові смаки та нові коктейлі; у людей ставало більше вимог до кав'ярень, просто гарної кави недостатньо, потрібен сервіс, атмосфера; підвищення у клієнтів лояльності до конкретних кав'ярень [1]. Найчастішим місцем купівлі зернової та меленої кави були гіпер- і супермаркети – 44 % продажів у натуральному вираженні. Також активно останнім часом зростала частка продажу кави кінцевим споживачам через мінімаркети та магазини біля будинку. За сегментами 22% кави споживалося у кав'ярнях, 24,4 % – в офісах, 52,9 % – у домашніх умовах. Отже, за спостереженнями аналітиків, конкуренція на ринку кави зростала і продовжує посилюватись. У споживачів є можливість обирати кращий напій за якістю за майже однаковою ціною. Експерти Інституту споживчих експертиз разом зі спеціалістами Інституту продовольчих ресурсів Національної академії аграрних наук України влітку 2022 р. провели дослідження і порівняли якість найпопулярніших кавових напоїв «капучино» та «американо» на автозаправочних станціях (АЗС) WOG і KLO, у фаст-фудах McDonald`s та KFC, у великих торгових мережах АТБ та Сільпо, у мережах кав'ярень – «Горький» та «Арома кава». За оцінками експертів, повністю відповідали характеристикам

якості (аромат, смак, консистенція, час осідання пінки) напої «капучино», придбані на АЗС WOG, KLO та в мережі McDonald`s, вони отримали найвищі бали – 17, 15, 13 відповідно. Найбільше загальних балів під час оцінки якості (міцність, аромат, смак, консистенція) здобули зразки кави «американо», придбані на АЗС WOG – 35 балів, другу позицію поділили McDonald`s та Арома кави – по 33 бали [2]. Якість кавових напоїв залежить від якості зерна, води, технічного обслуговування каво машин, кваліфікації бариста. Результати проведеного дослідження, а також численні публікації щодо стану та перспектив розвитку ринку кави в Україні свідчать про те, що АЗС є сильними учасниками цього ринку. Загалом сегмент АЗС України оцінювався приблизно в 2 тис. т на рік та мав тенденцію до зростання. Згідно з даними Nielsen, 70% власників авто купують на АЗС каву та снеки. «Це свідчить про те, що мережі автозаправок зруйнували стереотип заправка – це для машини», і стали місцем, де можна випити кави та провести час... Мережі АЗС, як ніхто інший, дбають про якість кави: контроль стабільності обсмаження, екстрактивності кави, року врожаю, свіжості обсмаження в кращих заправних мережах контролюють щоденно» [3]. Кавовий бізнес України показав себе як стресостійкий, витривалий до глобальних викликів та випробувань. По-перше, це пандемія COVID-19. Втім, за статистикою, вона не призвела до зниження споживання кави. За інформацією Державної митної служби, в 2020 р. до України було ввезено 48,4 тис. т кави, що на 8 % більше, ніж у 2019 р., – загальною вартістю на понад \$166 млн. [3]. Найскладнішим випробуванням стала повномасштабна війна росії проти України. Вимушений переїзд мільйонів українців в інші регіони або за кордон, втрати бізнесу або його значні пошкодження, повітряні тривоги, блекаути, робота на генераторах, логістичні проблеми, комендантська година, небезпека для персоналу і споживачів – це лише частковий перелік складних умов, в яких довелося працювати кавовому бізнесу з 24.02.2022 р. Серед додаткових проблем, які прогнозуються на 2023 р., експерти називають значне подорожчання кави у закладах. Підприємці зазначають, що це пов'язане зі світовим подорожчанням кави. Через неврожаї у Бразилії та Колумбії, які є головними постачальниками кавових зерен, за 2022 р. вартість 1 кг кавових зерен сорту арабіка збільшилася в середньому на 30 %, робусти – на 19 %. Крім того, зростають витрати на доставку кави до України [4]. Ростерії анонсували зростання цін на каву на 30 % навесні та на 45-50 % – восени 2023 р.

Бібліографічний список:

1. Аналіз ринку кав'ярень Києва. 2022 рік. URL: <https://proconsulting.ua/ua/issledovanie-rynka/analiz-rynka-kofeen-kieva-2022-god> (дата звернення: 25.03.2023).
2. Експертиза кави: на заправках, фаст-фудах, у кав'ярнях. URL: https://auto.24tv.ua/tag/porady_tag24 (дата звернення: 25.03.2023).
3. Знаєш, налий мені кави. URL: <http://www.nefterynok.info/stati/znash-naliy-men-kavi> (дата звернення 25.03.2023).
4. Кав'ярням в Україні доведеться суттєво підвищити ціну на каву: в чому причина? URL: https://progroshi.news/news/ekono_mika/kav-yarnyam-v-ukrajini-dovedetsya-sutty.html. (дата звернення: 25.03.2023).

УДК: 658.115.31:005

МЕНЕДЖМЕНТ КОМУНАЛЬНОГО УНІТАРНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Ткачова С.С., кандидат економічних наук, доцент,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-7103-9269>

Манік Є.В., здобувачка вищої освіти,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

Харківський метрополітен є комунальним унітарним підприємством, яке також діє як комунальне комерційне підприємство. Воно є основою транспортного комплексу міста. На даний момент підприємство експлуатує 3 лінії з 30 станціями загальною протяжністю 38,7 км [2]. Комунальне підприємство (КП) «Харківський метрополітен» – це сучасне за призначенням та технічним обладнанням транспортне підприємство, це складний комплекс численних інженерних споруд, які забезпечують швидкісний безпечний рух поїздів і масове перевезення пасажирів. Поліпшення організації перевезень, раціональне використання технічних засобів, забезпечення повної безпеки руху поїздів та відповідного рівня культури обслуговування пасажирів є головними у його діяльності [1]. Підприємство створено з метою якісного задоволення потреб населення у безпечних перевезеннях, задоволення суспільних та особистих потреб шляхом систематичного здійснення виробничої, науково-дослідної, торговельної, іншої, як підприємницької, так і некомерційної господарської діяльності.

Загальна чисельність працівників КП у 2020 р. становила 2171 особу, з них: 9 % – керівники, 43 % – фахівці і службовці, 48 % – робітники. Із загальної чисельності: 40 % – жінки; 70 % – працівники з вищою і базовою вищою освітою; середній вік працівників – 44 роки. Головним джерелом фінансових надходжень КП «Харківський метрополітен» є його основна діяльність – перевезення пасажирів, а також непрофільні напрямки: надання в оренду площ та рекламних місць, реклами (монітори на станціях, оформлення станцій) та субвенції і компенсації з міського та державного бюджету. Дохід від реалізації послуг з перевезень у 2020 р. становив 869,5 млн. грн., що на 32,4 % менше показника 2019 р. – 1285,9 млн. грн. Доходи по метрополітену за всіма видами діяльності у 2020 р. становили 1045 млн. грн., що на 25,6 % менше, ніж у 2019 р. – 1405,2 млн. грн. [2]. Загальні витрати по метрополітену у 2020 р. становили 1303,9 млн. грн., що на 19,7 % менше, ніж у 2019 р. – 1623,3 млн. грн. Відповідно, отримано від'ємний фінансовий результат – збиток у 2020 р. 258,9 млн. грн., у 2019 р. збиток становив 218,1 млн. грн. Основною причиною збитковості менеджмент підприємства вважає втрати доходів від пільгового перевезення пасажирів і неповну компенсацію з міського бюджету. За час дії Програми сприяння безпечній життєдіяльності у сфері соціального захисту населення міста Харкова на 2017-2020 рр. тариф на перевезення одного пасажирів зростав з 3 до 8 грн., але підприємство постійно недотримувало доходів за рахунок пільгових перевезень. У практиці діяльності КП є зовнішні форс-мажорні обставини, які негативно впливають на його результати. Наприклад, за 2020 р. метрополітеном були надані послуги з перевезень 128,1 млн. осіб, що на 39,8 % менше, ніж у 2019 р. (212,8 млн. осіб), з незалежних від діяльності метрополітену причин. 68 днів – з 17 березня по 25 травня 2020 р. метрополітен був закритий на карантин, у зв'язку із пандемією коронавірусу. Враховуючи те, що основним доходом підприємства є дохід від пасажироперевезень, надавати які КП «Харківський метрополітен» був позбавлений можливості, підприємство втратило 295,5 млн. грн. [3]. Отже, результати діяльності КП за період 2019-2020 рр. свідчать про необхідність розробки та впровадження антикризових заходів в управлінні підприємством у взаємодії з органами центральної та місцевої влади. З 24 лютого по 24 травня 2022 р., у зв'язку з початком війни росії проти України та активними бойовими діями, рух метрополітену тимчасово не здійснювався, а станції використовувалися, як бомбосховища [3]. Харківська підземка функціонувала в режимі укріття 89 днів. Результати

діяльності підприємства за 2022 р. поки що не оприлюднені, але, проводячи аналогії з 2020 р., можемо передбачити отримання суттєвих збитків. З початку війни метрополітен у Києві, Харкові та Дніпрі захищав і захищає тисячі українців. Метро стало укриттям, місцем для навчання й роботи, локацією для весіль і концертів, навіть майданчиком для спілкування зі світовими ЗМІ. За час російської агресії метро перетворилося на своєрідний хаб незламності: культурний, гуманітарний, освітній. Так, наприклад, весною та влітку 2022 р. у Харкові педагоги допомагали в організації навчання та дозвілля, а також психологічної підтримки дітей, котрі жили на станціях метрополітену. Так, імпровізований шкільний клас з'явився на станції «Спортивна». На цій та інших станціях метро педагоги консультували школярів з різних навчальних дисциплін та допомагали засвоювати матеріал, який діти вивчають дистанційно. Крім того, з дітьми працювали психологи та соціальні педагоги. Станція метро «Університет» у Харкові стала центром зустрічі Нового року [4]. Метро стало одним із символів українського спротиву та єднання. Враховуючи стратегічну безпекову роль КП «Харківський метрополітен», його важливу соціальну місію, необхідно зробити висновок про необхідність антикризових заходів, фінансової допомоги як від центральних органів влади, так і від органів місцевого самоврядування. Підприємство потребує суттєвих обсягів інвестицій на ремонт та утримання всієї інфраструктури у задовільному стані, на оновлення інфраструктури та рухомого складу, на тактичний та стратегічний розвиток.

Бібліографічний список:

1. Офіційний сайт Комунального підприємства «Харківський метрополітен». URL: <https://www.metro.kharkov.ua/> (дата звернення: 30.03.2023).
2. Комунальне підприємство «Харківський метрополітен. Звіт про управління за 2020 рік. URL: <https://www.metro.kharkov.ua/all-images/doc/zvit-pro-upravlinnya-za-2020-rik.pdf> (дата звернення: 30.03.2023).
3. Вікіпедія. Харківський метрополітен. URL: [https://uk.wikipedia.org/wiki/Харківський метрополітен](https://uk.wikipedia.org/wiki/Харківський_метрополітен) (дата звернення: 30.03.2023).
4. Наступна станція – Незламності. Як українське метро стало точкою опори країни. URL: <https://rubryka.com/article/ukrayinske-metro/> (дата звернення: 30.03.2023).

СТРАТЕГІЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ КОРПОРАЦІЇ «БІСКВІТ-ШОКОЛАД»

Ткачова С.С., кандидат економічних наук, доцент,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-7103-9269>

Тютюнник О.О., здобувачка вищої освіти,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

Торохтій Ю.В., здобувачка вищої освіти,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

Корпорація «Бісквіт-Шоколад» (Корпорація) є одним з найбільших кондитерських підприємств України. Разом з ПРАТ «Агрофірма ім. Г.С. Сковороди», ТОВ «Горговий будинок «Престиж», ТОВ «Артель-Фінанс», ТОВ «Видавничий дім «Губернія» Корпорація входить до складу Групи підприємств, головною метою якої є постійне вдосконалення якості продукції та задоволення потреб споживачів у смачних кондитерських виробках, виготовлених з якісної сировини на сучасному обладнанні [1]. Продукція Корпорації реалізується в усіх регіонах України, а також експортується до 40 країн світу, у т. ч. Західної Європи, Близького Сходу, Америки та Китаю. Планується розширення географії та обсягів експорту продукції. Група підприємств реалізує стратегію сталого розвитку, відповідно до якої приділяє увагу економічному, екологічному та соціальному розвитку. Щодо економічного розвитку необхідно відмітити, що до початку 2022 р. Групою здійснювалась прибуткова діяльність. Так, вартість чистих активів Групи на кінець 2021 р. становила 1,6 млрд. грн., що на 100,6 млн. грн. більше, ніж у 2020 р., в основному, за рахунок збільшення нерозподіленого прибутку. Обсяг чистого доходу від реалізації продукції у 2021 р. становив 2,3 млрд. грн., що перевищило показник 2020 р. на 19,4%. Щодо екологічного розвитку Група підприємств відповідально ставиться до контролю та мінімізації впливу виробничої діяльності на навколишнє середовище та робить все, щоб мінімізувати цей вплив. Особлива увага приділяється раціональному використанню води, управлінню відходами, зменшенню викидів парникових газів, скороченню енергоспоживання та економії енергоресурсів. За позицією Групи підприємств, її сталий розвиток є позитивним наслідком успішної реалізації соціальної та кадрової політики. Колективи підприємств працюють за найвищими етичними

стандартами. Станом на кінець 2021 р. загальна кількість працівників становила 1971 особу, у т. ч. 63 особи, які працюють на керівних посадах. Колективи професіоналів є найбільшою цінністю Групи. Діяльність Групи підприємств у 2020-2022 рр. зазнала суттєвого негативного впливу внаслідок поширення пандемії коронавірусної інфекції COVID-19, а також військової агресії росії проти України та запровадження воєнного стану в країні. Масштаби наслідків цієї агресії поки не можуть бути достовірно спрогнозованими, оскільки військові дії тривають. Корпорація «Бісквіт-Шоколад» була створена в 2004 р. шляхом об'єднання заснованої купцем П. Гільді Г. Борманом в 1896 р. кондитерської фабрики «Харків'янка» і заснованої в 1935 р. «Харківської бісквітної фабрики» [2]. Приватне акціонерне товариство (ПРАТ) «Кондитерська фабрика «Харків'янка» спеціалізується на виробництві цукристих кондитерських виробів. Спеціалізацією ПРАТ «Харківська бісквітна фабрика» є виробництво борошняних кондитерських виробів. Підприємства Корпорації представляють собою сучасне високотехнологічне виробництво з обладнанням європейського рівня. Їх стратегії розвитку спрямовані на інновації, впровадження нових технологій, оригінальних рецептур, підвищення якості та безпеки кондитерських виробів, що дозволило збільшити присутність продукції на міжнародному та національному ринках. Асортимента політика Корпорації постійно оновлюється. Станом на кінець 2021 р. в підприємствах Корпорації здійснювалось виробництво 434 позицій кондитерських виробів. Протягом цього року було введено 58 нових позицій. Поряд з цим, розроблялись нові види розфасовки продукції, зміни дизайну етикетки, вироблялась продукція на приватні замовлення українських та закордонних торговельних мереж та інших покупців. Система менеджменту якості в Корпорації відповідає міжнародному стандарту ISO 9001:2015, виробництво сертифіковане по схемі FSSC. Корпорація «Бісквіт-Шоколад» велику увагу приділяє постійному удосконаленню операційної стратегії з метою підвищення обсягів виробництва та продажів продукції за рахунок реконструкції виробничих ліній та збільшення потужностей, придбання нового сучасного обладнання, впровадження принципово нових технологій та оригінальних рецептур, вдосконалення технологічних процесів виробництва, оптимізації асортименту, поряд з введенням нових позицій, зменшення собівартості продукції, скорочення невиробничих витрат, покращення якості продукції. У зв'язку з цим зусилля Корпорації спрямовуються на оптимізацію логістики, раціональне використання сировини та матеріалів, теплоенергетичних ресурсів, механізацію та автоматизацію виробничих процесів, модернізацію

діючого обладнання. Стратегію сталого розвитку Корпорації, за результатами проведених нами досліджень, пропонується удосконалити за наступними напрямками: 1) забезпечення більш широкої публічності Корпорації (більша кількість публікацій про операційну діяльність та сталий розвиток, про соціальні та благодійні проекти, про екологічні аспекти діяльності (проекти та програми) тощо; 2) більш активна позиція Корпорації в Інтернет просторі – на офіційному сайті, у соціальних мережах – там, де значний час знаходиться цільова аудиторія; 3) враховуючи, що продукція Корпорації є візитівкою Харкова, пропонується активізувати напрям онлайн-торгівлі; 4) розробити віртуальний тур про Корпорацію, її історію та сучасні досягнення, про нову продукцію та нові технології виробництва, фірмову торгівлю тощо. Впевнені, що реалізація запропонованих напрямів удосконалення Стратегії сталого розвитку Корпорації «Бісквіт-Шоколад» позитивно вплинуть на її подальшу діяльність.

Бібліографічний список:

1. Консолідований звіт про управління ПРАТ «Харківська бісквітна фабрика» за 2021 рік.
URL: <https://drive.google.com/file/d/1J5VdQCULJLkeZuRDMnMPp2KVWYyCJwFaf/view> (дата звернення: 27.03.2022).
2. Офіційний сайт Корпорації «Бісквіт-Шоколад».
URL: <https://biscuit.com.ua/uk/about> (дата звернення: 27.03.2022).

УДК: 330.322.54

ПРОБЛЕМНІ АСПЕКТИ ПОБУДОВИ В УКРАЇНІ СПРИЯТЛИВОГО ІНВЕСТИЦІЙНОГО КЛІМАТУ ТА ЕФЕКТИВНОЇ СИСТЕМИ ПРИЙОМУ КАПІТАЛУ

Тодріна І.В., кандидат економічних наук, доцент,
Харківський національний університет
міського господарства імені О.М. Бекетова, м. Харків, Україна

Розвиток в Україні збалансованої, конкурентоспроможної ринкової економіки передбачає пошук оптимальних та ефективних механізмів включення в систему глобальних господарчих зв'язків. Важливе значення має активізація інвестиційного вектору розвитку, зокрема залучення прямих іноземних інвестицій (ПІІ).

Актуалізація питання про інвестування в економіку України визначається багатьма причинами, серед яких можна виділити: відсутність мотивацій до інвестування у багатьох груп внутрішніх інвесторів, низький рівень нагромадження інвестиційних ресурсів практично усіма групами інвесторів, консервативність напрямів інвестування, їх слабка залежність від сучасних потреб трансформаційної економіки. Проте особливо актуалізувала проблематику інвестування безпрецедентна військова агресія Російської федерації проти України. Післявоєнна розбудова країни потребуватиме докорінної структурної трансформації економіки України, яка потребуватиме значних інвестиційних вкладень, мобілізація яких всередині країни практично неможлива. За експертними оцінками у найближчі роки економіка України невзможі розвиватися за рахунок власних коштів, а її потреба у зовнішньому фінансуванні лише на першому етапі відбудови оцінюється в 750 млрд. дол. [3]. В цьому аспекті значно підвищується значення інвестиційної складової економічної безпеки України.

Тому на порядку денному постає створення ефективних механізмів, які б дозволили консолідувати та цілеспрямовано використовувати реально існуючий інвестиційний потенціал національної економіки, зменшити обсяги відтоку капіталу, підвищити інвестиційну складову модернізації української економіки. У зв'язку з цим, формування сприятливого інвестиційного клімату та ефективної системи прийому капіталу з метою стимулювання інвестиційного процесу, активізації структурних зрушень є особливо актуальним.

Теорія інвестицій пройшла складний шлях розвитку.

Перші спроби осмислення й обґрунтування доцільності застосування інвестиційної політики як інструменту впливу на зростання обсягів капіталу були здійснені у працях засновників класичної школи політичної економії А.Сміта та Д.Рікардо.

У працях Дж. Мілля, Ж.-Б. Сея, Ф. Бастія, Т. Мальтуса були поглиблені уявлення щодо сутності інвестицій і вперше сформульовані параметри інвестиційної моделі розвитку економіки. Представники неокласичної теорії (Дж. Б. Кларк, Л. Вальрас, А. Маршалл, Д. Гобсон, А. Пігу, Р. Хутрі) основну увагу в своїх дослідженнях зосередили на мікроекономічному інвестиційному аналізі.

Кейнсіанські підходи були суттєво поглиблені в теоріях представників «неокейнсіанської школи» (Е. Хансена, Р. Харрода, Дж. Хікса), головним змістом яких стала проблема формування моделей інвестиційного регулювання забезпечення економічної рівноваги,

виявлення зв'язків між інноваційними інвестиціями та економічними змінами.

Питання та проблеми розвитку інвестиційних процесів досліджувалися у роботах українських вчених та практиків, зокрема С. Галузи, В. Гесця, Б. Кваснюка, В. Соболева, А. Чухна, О. Яременко.

Розгляд особливостей інвестиційних процесів в економіці України доцільно почати з визначення базових категорій, зокрема інвестиційного клімату. Поняття «інвестиційного клімату» застосовується до аналізу умов та середовища ефективного використання інвестицій. Інвестиційний клімат (ІК) – це сукупність політичних, економічних, соціальних, організаційних, правових, культурних чинників, передумов, що визначають інвестиційну привабливість чи непривабливість а також доцільність (чи недоцільність) інвестування в економіку певної країни, регіон, корпорацію [2, с. 21]. Можна визначити три найбільш характерні підходи до оцінки ІК.

Перший підхід – звужений. Для визначення ІК аналізуються динаміка макроекономічних показників (валового внутрішнього продукту, національного доходу, нагромадження і споживання), регуляторна політика, рівень розвитку фондового ринку.

Другий підхід – факторний. Він базується на оцінці певної сукупності чинників, що впливають на інвестиційний клімат, зокрема економічний потенціал (ресурсна забезпеченість, рівень розвитку інфраструктури; загальні умови господарювання (розвиток галузей матеріального виробництва, розвиток будівельної галузі); політичні чинники (рівень розвитку законодавчої бази, наявність консенсусу у відносинах центру та місцевої влади); соціокультурні чинники (рівень життя населення, рівень розвитку охорони здоров'я, освіти, житлово-комунального господарства, відношення до іноземних інвесторів); організаційно-правові чинники (традиції дотримання законів у даній країні, рівень управлінського професіоналізму, етика підприємництва) тощо.

Третій підхід – ризиковий. Основними складовими ІК визначаються інвестиційний потенціал і ризики.

Отже поняття інвестиційного клімату є складним і комплексним і може розглядатися на макроекономічному і мікроекономічному рівнях. На макроекономічному рівні ІК складається з політичного, економічного і соціального клімату. Вирішальну роль відіграють державна політика по відношенню до іноземного капіталу, традиції дотримання міжнародних домовленостей, схильність до націоналізації

іноземної власності, усталеність державних інституцій, традиції передавання влади, рівень втручання держави в економіку. Серед економічних параметрів іноземні інвестори особливо чутливі до стійкості валютного курсу, рівня інфляції, ціни кредитних ресурсів, прозорості податкової політики. Ключове значення надається чинникам, що впливають на розмір витрат – вартості робочої сили, її співвідношенню із продуктивністю праці.

На мікрорівні інвестиційний клімат знаходить свій прояв через двосторонні угоди фірми-інвестора і суб'єктів господарювання. Таким чином відбувається конкретизація узагальненої оцінки інвестиційного клімату в процесі реальної взаємодії інвестора та реципієнта капіталу [1, с. 67].

Згідно з експертними висновками до негативних характеристик інвестиційного клімату в Україні відносять: нерозвиненість інституцій, що повинні сприяти активізації іноземного інвестування; непередбаченість політичного клімату; слабку мотивацію щодо інвестування; високий рівень фіскального навантаження; високий рівень корупції; низький рівень місцевого менеджменту; низький рівень підготовки інвестиційних проєктів. Сьогодні основним чинником, що визначає усі інвестиційні процеси в країні є війна.

Інвестиційний клімат – категорія, що відображає реально існуючі умови залучення інвестицій з точки зору їх сприйняття іноземним інвестором. Проте, інвестиційний клімат значною мірою є результатом управлінської діяльності держави. Держава може свідомо формувати певне інвестиційне середовище, або здійснювати політику без урахування можливих наслідків для іноземного інвестора, що опосередковано впливає на останнього. Таким чином, кожна країна, відкрита для іноземного інвестування, має певну систему прийому капіталу (СПК). Система прийому капіталу – це сукупність правових норм і інститутів, які втілюють державну політику відносно іноземних інвесторів.

СПК та ІК знаходяться у взаємодії. СПК є одним з ключових параметрів інвестиційного клімату, проте відіграє і певну самостійну роль у відношенні до нього, оскільки здатна змінювати ІК.

В якості основних «больових точок» іноземні інвестори визначають складне адміністрування бізнесу, проблеми із митним оформленням товарів, складне податкове законодавство, високий рівень корупції, рейдерство.. Іноземні інвестори зазначають, що головні зусилля витрачаються не на роботу на українському ринку, а подолання спротиву з боку СПК.

Важливим аспектом ефективності впливу інвестицій на функціонування економічної системи є взаємозв'язок напрямів інвестування та структури економічної системи. Якщо структура інвестицій відповідає технологічній структурі виробництва, то тим самим забезпечується розширене відтворення, але в межах існуючої структури виробництва. Для того, щоб здійснити структурні технологічні зміни та забезпечити розвиток внутрішнього ринку високих технологій, необхідно, щоб інвестиції, забезпечуючи удосконалення усіх видів виробництва, пріоритетне зосереджувались на тих виробництвах і в тих галузях, які визначають прогресивний розвиток економіки, тобто поліпшення її структури на новій інноваційній основі. І навпаки, якщо інвестиції спрямовуються переважно у непріоритетні галузеві напрямки, то її структура може погіршуватися. Різні види залежностей між структурою інвестицій і структурою виробництва та технологічними укладами дають можливість моделювати ці процеси, встановлювати найбільш раціональні і ефективні співвідношення між ними.

Бібліографічний список:

1. Мошляк І.О. Інвестиційний клімат в Україні та напрями його покращення. *Вчені записки Університету «КРОК»*. 2018. (2(54)). С. 65-71.
2. Новак І. Сприятливий інвестиційний клімат як фактор активізації інвестування в Україні. *Вісник ТНЕУ*. 2015. № 2. С. 18-27.
3. Шмигаль розповів, скільки грошей потрібно Україні на перший етап відбудови. URL: <http://www.unian.ua/economics/finance/shmigal-rozpoviv-skilki-groshey-potribno-ukrajina-na-pershiy-etap-vidbudovi-12105042.html> (дата звернення: 07.04.2023).

УДК: 338.43:635(477)

ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ ВИРОБНИЦТВА ПРОДУКЦІЇ ОВОЧІВНИЦТВА

Чердніченко О.О., кандидат технічних наук, доцент,
Національний університет біоресурсів
і природокористування України, м. Київ, Україна
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-8908-4113>

Овочівництво є важливою, розвиненою, ефективною високоприбутковою та конкурентоспроможною галуззю вітчизняного

сільськогосподарського виробництва, яка останніми роками була однією з лідерів у збільшенні експорту. Окрім того, овочі є цінною сировиною для підприємств харчової і консервної промисловості, а на основі їхнього вирощування й переробки формуються агропромислові підприємства та об'єднання. Але значну частку в загальному виробництві овочів займає їхнє вирощування в особистих господарствах населення [1]. Останніми роками овочівництво в Україні розвивалося швидкими темпами. Галузь вважалася інвестиційно привабливою. Під впливом інвестицій змін зазнали технології виробництва, збирання, зберігання, критерії якості врожаю.

До початку війни вітчизняне овочівництво впродовж декількох років характеризувалося майже незмінними посівними площами та обсягами виробництва продукції. Станом на зараз втрати посівних площ під овочами орієнтовно сягають 16,3%. В першу чергу скорочення посівних площ для овочівництва відбулося в зонах бойових дій. Також негативно впливає нестабільність або взагалі відсутність логістики, особливо в тимчасово окупованих областях і в зонах активних воєнних дій, та нестача різних засобів виробництва овочів, зокрема, обладнання для теплиць, парників тощо. Велика кількість компаній-постачальників знаходиться на території активних бойових дій.

Незважаючи на існуючі проблеми, частина агровиробників переорієнтовується на вирощування овочевих культур.

Аналіз структури вирощування овочів виявляє високу диверсифікованість. Проте основними все ж таки є продукти борщового набору, на що впливають традиційні вподобання українців. Окрім звичних овочевих культур вирощують менш розповсюджені види, зокрема артишок, спаржу, батат, селеру тощо. Розширення асортименту та покращення якості виготовленої продукції сприяє підвищенню прибутковості та посиленню позицій підприємств на ринку.

ТОВ «Пономар» із 2018 р. знаходиться в складі «МХП» і є постачальником овочів для ГК «Верес». Переважна частина вирощеної продукції направляється на переробку. Зміни валового збору та врожайності провідних овочевих культур представлені в таблиці 1.

За 2019-2021 рр. підприємство розширювало площі під овочами та здійснювало заходи сприяння підвищенню врожайності культур, що й привело до збільшення валових зборів.

Таблиця 1

Зміни валового збору та врожайності овочів відкритого ґрунту

Культура	2019 р.		2021 р.	
	Валовий збір, т	Урожайність, т/га	Валовий збір, т	Урожайність, т/га
Овочевий горошок	1660,9	3,1	2943,7	3,9
Цукрова кукурудза	8054,0	13,7	11314,5	17,5
Кабачки	2498,9	62,5	2299,6	48,4
Кріп	19,5	3,9	26,1	3,3
Столовий буряк	228,3	45,7	518,7	51,9
Морква	646,1	53,8	782,0	78,2

*за даними статистичної звітності ТОВ «Пономар».

Економічна ефективність діяльності залежить від багатьох факторів, основними з яких є витрати на виробництво та ціни на продукцію (таблиця 2).

На овочі спостерігається сезонна циклічність цін – зростання їх із зменшенням запасів на ранні овочі та зниження при збільшенні надходжень на ринок нового врожаю. Створення в Україні оптових плодоовочевих ринків і підприємств оптової торгівлі, розвиток ярмарків, аукціонів та інших структур оптового обороту, які не є суб'єктами торгівельної діяльності, сформулюють необхідні умови для організації ефективної реалізації овочевої продукції.

Таблиця 2

Економічна ефективність виробництва овочів відкритого ґрунту

Показник	2019 р.	2021 р.	2021 р. у % до 2019 р.
Урожайність, ц/га	200,98	210,57	104,77
Собівартість 1 ц, грн.	431,76	445,27	103,13
Ціна реалізації 1 ц, грн.	451,80	478,96	106,01
Прибуток на 1 ц, грн.	20,04	33,69	168,11
Рівень рентабельності, %	4,64	7,57	x

*за даними статистичної звітності ТОВ «Пономар».

За досліджуваний період спостерігається тенденція підвищення цін на овочеву продукцію (таблиця 2). Так, в середньому ціна на овочі зросла з 451,8 грн за 1 ц в 2019 р. до 478,96 грн в 2021 році. Зростання врожайності на 4,77 % та менший рівень підвищення собівартості, ніж цін, сприяли збільшенню рівня рентабельності в 2021 р., у порівнянні з 2019 р., з 4,64 до 7,57 %.

Для ефективного функціонування овочевого ринку та одержання достатніх прибутків виробниками важливо приділяти увагу розширенню асортиментного складу, покращенню якості та підвищенню цінової конкурентоспроможності власної продукції, удосконаленню організації процесів ефективного зберігання та перевезення, виробництву продукції з високим попитом, реалізації її за прийнятними та вигідними цінами.

Бібліографічний список:

1. Черданіченко О.О., Чайка Є.А. Економічні аспекти виробництва овочів в Україні. *Економіка і управління бізнесом*. 2022. Том 13, № 3, С. 74-83. URL: [http://dx.doi.org/10.31548/economics13\(3\).2022.74-82](http://dx.doi.org/10.31548/economics13(3).2022.74-82)

УДК: 332.2

УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ЗЕМЕЛЬНИХ ВІДНОСИН

Шинкаренко В.Ю., здобувач третього рівня вищої освіти,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна
Павлюк Ю.В., здобувач третього рівня вищої освіти*
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

Управління земельними ресурсами містить постійне вдосконалення земельних відносин, землекористування і землеволодіння, оптимізацію розподілу земель між галузями господарського комплексу та заходи з охорони земельного фонду. Державне регулювання земельних відносин є функцією державного управління земельними ресурсами, яка забезпечується за допомогою нормативних актів, систематичного контролю та застосування засобів впливу на порушників законодавства. Для успішного виконання державного управління та регулювання необхідно проводити об'єктивний аналіз характеристик земельного фонду та тенденцій його використання [1].

Україна володіє одним із найбільших родючих земельних угідь, порівняно з іншими державами світу, але не дивлячись на це, економічна ефективність використання земельно-ресурсного потенціалу в країні є низькою. Українська модель земельних

* Науковий керівник – доктор наук з державного управління, проф. Г.П. Пасемко

перетворень на селі, хоча спрямована на соціальну справедливість, не була успішною в забезпеченні економічної ефективності. Українській державі потрібно створити високоефективний апарат державного управління, щоб адаптуватись до змін в середовищі та зовнішньополітичних процесах. Одна з ключових проблем - недостатнє інституційне забезпечення формування механізмів державного управління земельно-ресурсного потенціалу. Земельна реформа не призвела до формування ефективної ринково-орієнтовної системи землекористування в Україні [2].

Державна політика в аграрній сфері повинна регулювати умови формування та розподілу земельної ренти з метою збереження та поліпшення родючості землі і задоволення суспільних інтересів стосовно використання землі. Оскільки господарська діяльність землекористувачів, спрямована лише на отримання диференціальної ренти II, призводить до виснаження сільськогосподарських земель і підвищує ймовірність втрати корисних властивостей земельної ділянки, державна політика має забезпечувати недопущення переобтяження землі і задоволення суспільних інтересів.

Для досягнення цих цілей доцільним є включення до державної регуляторної політики заходів, що стосуються встановлення правил оренди землі та нормативного визначення їх конкретизації для кожної земельної ділянки та визначення способів виведення деградованих земель з обробітку і подальшого їх використання [3].

Управління земельними відносинами є важливим аспектом для економіки та соціальної сфери. В аграрних відносинах суб'єкти можуть виступати як працівники, власники землі та капіталу, що визначає необхідність регулювання державою. Для реалізації регуляторних можливостей державі необхідно розробляти різні моделі аграрних відносин, в залежності від конкретної ситуації, одна з яких полягає у тому, що суб'єкт виступає як працівник на землі, її власник та власник засобів виробництва. Регулююча роль держави у відносинах з селянами полягає у вирішенні конфліктів між ефективністю та соціальною цінністю селянської праці, підтримці підприємницьких здатностей селян та захисті їх від порушень ринкових принципів [4].

Сільські території України завжди були основою агросектору. Проте, за останні роки ситуація докорінно змінилася - зменшення сільського населення та зникнення сільських господарств викликає потребу в новому підході до розвитку сільської місцевості. Для зупинення процесу зменшення населення та втрати доходів необхідно впровадження концепції сталого розвитку сільських територій,

стимулювання підприємницької активності та диверсифікацію зайнятості сільського населення.

Україна має значний земельний потенціал, державне управління земельними ресурсами повинно бути належним чином регульовано та контрольовано, з метою досягнення економічної та соціальної ефективності використання цих ресурсів [5].

Бібліографічний список:

1. Ясінецька І.А. Особливості раціонального управління земельними ресурсами. *Науковий вісник Ужгородського національного університету: Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. Ужгород: Гельветика, 2016. Вип. 8. Ч. 2. С. 127-130.

2. Пресіч П.Ю. Формування механізмів державного регулювання земельних відносин в українській державі. *Демократичне врядування*. 2015. Вип. 15.

3. Пасемко Г.П. Державне регулювання аграрних відносин в умовах розвитку інституту власності на землю: дисертація на здобуття наукового ступеня доктора наук з державного управління: спец. 25.00.01 «Теорія та історія державного управління». Харківський регіональний інститут державного управління. Харків, 2012. 17-18 с.

4. Пасемко Г.П. Аграрні відносини як об'єкт державного регулювання. *Державне будівництво*. 2008. № 2.

5. Богомаз А.О. Державне регулювання розвитком сільських територій: автореф. дип. роботи на здобуття освітнього ступеня «магістр»: спец. 193 «Геодезія та землеустрій», ЧНУ ім. Петра Могили. Миколаїв, 2019. 17 с.

УДК: 388.43

КОНЦЕНТРАЦІЯ КАПІТАЛУ ТА ІНТЕГРАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ В АГРАРНІЙ СФЕРІ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Шкурупій І.В., магістрант*,
Сумський національний аграрний університет,
м. Суми, Україна

Соціально-економічні перетворення в аграрній сфері України значною мірою забезпечили розвиток великих модернізованих аграрних підприємств, очікуване нарощування виробництва

сільськогосподарської продукції, підвищення ефективності та конкурентоспроможності галузі у національному й міжнародному масштабі. Саме великі агроформування з розмірами землекористування 10,0 тис. га і більше стали ядрами розвитку агросфери у плані концентрації ресурсів, капіталу, інновацій, виробництва, експортного потенціалу. Однак практично весь період трансформаційних змін характеризувався постійним зростанням виробничих витрат, особливо матеріальних, що негативно впливало на процеси відтворення, собівартість продукції, економію енергії та ресурсів.

На відтворення у великих аграрних підприємств впливає специфіка галузі та залежність від природно-кліматичних умов. Економічна наука обґрунтовує щільний взаємозв'язок погодних умов, нестабільності цін і доходів із проявом законів попиту та пропозиції на сільськогосподарську продукцію [1]. Це також зумовлює неспроможність аграрної галузі до самостійного нагромадження та відтворення. Тому існує необхідність певного державного втручання у регулювання відтворювального процесу в аграрних підприємствах. Що ж стосується особливостей класифікації суто аграрних підприємств, то основними класифікаційними ознаками для їх групування є форма господарювання, розмір землекористування (оптимальний та середньостатистичний), характер діяльності (табл.).

Як бачимо, пропонована класифікація аграрних підприємств передбачає виділення не тільки формальних ознак, але й також характер їх діяльності та спеціалізацію. Так, зокрема, науковці-аграрники стверджують про доцільність оптимізації групування підприємств за розмірами відповідно до господарського спрямування. Окрім того, важливим чинником визначення характеру аграрного підприємства, і відповідно, встановлення особливостей щодо управління ним є наявність і тіснота зв'язків із іншими сферами діяльності. За схожим принципом можуть формуватися агрофінансові чи агропросередницькі підприємства. Більшість з них, зазвичай утворюють не унітарне чи корпоративне підприємство, а різного роду об'єднання. Об'єднання підприємств групують за такими ознаками: договірні об'єднання (асоціації, корпорації), статутні об'єднання (консорціуми, концерни), інші об'єднання підприємств (промислово-фінансові групи, асоційовані підприємства, холдингові компанії, тощо).

Класифікація вітчизняних аграрних підприємств та об'єднань

Класифікаційна ознака	Вид підприємств	Групувальна ознака
Форма господарювання в аграрному секторі	агрохолдинги	від 10,0 тис. га і більше с.-г. угідь в обробітку
	великотоварне виробництво	від 3,0 до 10,0 тис. га
	середньотоварне виробництво	кілька тис. гектарів
	фермерські господарства	кілька сот. гектарів
	господарства населення	від 1,0 до 2,0 га
Оптимальний розмір землекористування аграрних підприємств	середні (раціональні)	2,0-2,1 тис. га
	великі	10,0-15,0 тис. га
	об'єднання підприємств	до 100,0 тис. гектарів
	фермерські господарства	плодово-ягідного – 30,0-60,0 га
		овочевого – 25,0-50,0 га
зерново-технічно-тваринницького – 350,0-400,0 га		
За розміром аграрних підприємств для цілей статистики	великі й середні	площа сільськогосподарських угідь, чисельність великої рогатої худоби, свиней, овець або кіз, птиці, кількість працюючих у сільському господарстві, обсяг доходу (виручки) від реалізації продукції
	малі	
За характером діяльності агропромислових формувань	агропромислові	етапи виробництва (виробництво – промислова переробка)
	агропромислово-торговельні	етапи виробництва (виробництво – промислова переробка – збут)
	науково-виробничі агропромислові	етапи виробництва (наука – виробництво – промислова переробка)
	науково-виробничі агропромислово-торговельні	етапи виробництва (наука – виробництво – промислова переробка – збут)

Виробничо-ресурсний потенціал великих аграрних підприємств визначається як сукупність взаємозв'язаних складових: матеріальних, трудових, фінансових, нематеріальних ресурсів, включаючи здатність працівників підприємства використовувати ефективно дані ресурси для досягнення стратегічних та поточних цілей підприємства. Виробничо-ресурсний потенціал підприємств характеризується величиною ресурсів – власних і залучених, підготовлених до використання у

виробництві, можливостями кадрів використовувати ресурси та реальними можливостями підприємства в тій чи іншій сфері діяльності. При оцінці виробничо-ресурсного потенціалу аграрних підприємств й ефективності його використання необхідно чітко представляти структуру потенціалу, основні характеристики складових елементів, їхнє співвідношення й використання в процесі виробництва. Важливо зрозуміти місце й роль матеріальних елементів виробничо-ресурсного потенціалу, зв'язок їх з іншими компонентами.

Економічний механізм поєднує в собі сукупність механізмів, які регулюють техніко-економічні, власнісно-майнові та грошово-кредитні відносини. Перші два види відносин – це внутрішні відносини, що пов'язані з організацією виробництва і збуту продукції, а також із розподілом результатів діяльності між власниками капіталу та між власниками й найманою робочою силою підприємств. Елементами фінансово-економічного механізму є: принципи, фінансові методи та інструменти, форми забезпечення й регулювання, види контролю. Підсистема фінансового забезпечення представлена у формах: самофінансування, акціонування, інвестування, кредитування.

Спроба сформувати фінансовий механізм, який має бути побудований в Україні для суттєвого поліпшення економічної ситуації в аграрній сфері економіки на найближчі роки, тобто, на коротко- й середньострокову перспективу, розпочинається з відбору принципів, на яких має базуватися цей механізм. Доречними, на наш погляд, мають бути принципи: визначеності періоду, на який розроблюється механізм; несуперечливості окремих його елементів, з огляду на майже хронічну обмеженість бюджетних коштів; мінімальності заходів регулювання, з огляду на складність врахування результатів одночасної дії багатьох факторів, що вводяться в систему, складність прогнозування результатів їх дії в часі через інертність великих систем до самоорганізації та удосконалення; відповідності фінансовому забезпеченню та ефективності (окупності вкладених ресурсів).

Інновації та інформація в сучасних умовах динамічних науково-технологічних змін відіграють провідну роль в модернізації та підвищенні ефективності бізнес-процесів на всіх рівнях агропромислового відтворення. Проте, враховуючи використання негативних у соціальному та екологічному плані чинників підвищення конкурентоспроможності великих аграрних підприємств (надконцентрація земельних ресурсів, порушення зональних технологій ведення сільського господарства, порушення пропорцій у

системі «рослинництво – тваринництво», поширення монокультури, виснаження природних, особливо земельних ресурсів, надмірне використання садивних матеріалів та енергетичних потужностей, низька продуктивність виробництва порівняно з передовими аналогами, ігнорування проблем відтворення сільських територій) провідне значення має формування соціально-економічного механізму її досягнення на засадах соціальної відповідальності й державно-приватного партнерства [2, 3].

Агропромислова інтеграція – посилення виробничо-технологічних зв'язків і органічне поєднання підприємств сільського господарства і галузей промисловості, транспорту, торгівлі тощо, які обслуговують сільське господарство, постачають ресурси і доводять його продукцію до споживача. Реальна агропромислова інтеграція, що досягається в агрохолдингах, істотно на якісному рівні відрізняється від такого ж типу інтеграції, притаманної тим аграрним підприємствам, які побудували малопотужні переробні цехи без глибокої переробки сільськогосподарської сировини. Причина – в агрохолдингах здійснюється великомасштабне сільськогосподарське і промислово-переробне виробництво, а тому вони мають змогу скористатись його перевагами і отримати економічну вигоду від ефекту масштабу й концентрації. Адаже великі масштаби виробництва дозволяють застосовувати сучасну високопродуктивну техніку та новітні технології і завдяки цьому істотно підвищувати продуктивність ресурсів, знижувати витрати на одиницю продукції, а отже, підвищувати ефективність виробництва.

Бібліографічний список:

1. Басюркіна Н.Й. Особливості концентрації агропромислового виробництва України. *Економічні інновації: Зб. наук. пр.* Одеса: ІПРЕД НАН України, 2013. Вип. 52. С. 38.

2. Смігунова О.В., Дудник О.В., Міненко С. І. Детермінанти ефективного управління інноваційним розвитком підприємств. *Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». Серія: «Економічні науки».* 2021. № 11. URL: <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2021-11-7728>

3. Красноручький О.О., Міненко С.І. Побудова комплексного механізму управління конкурентоспроможністю аграрного підприємства в умовах еволюції ринкових відносин. *Актуальні проблеми інноваційної економіки.* 2020. № 3. С. 18-24. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/apie_2020_3_5

СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ МОТИВАЦІЇ ПРАЦІ

Шляхтюк В.Р., здобувач вищої освіти*,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

Для успішної діяльності будь-якого підприємства необхідно мати кваліфікованих і професійних працівників. Щоб забезпечити ефективність роботи персоналу, їм потрібно надавати стимули, такі як вища заробітна плата, можливість кар'єрного зросту, матеріальні та моральні блага. Важливо, щоб дані стимули були спрямовані на досягнення цілей підприємства та відповідали інтересам працівників. Така добре спланована система мотивації дозволяє підвищити ефективність роботи персоналу, збільшити продажі та покращити обслуговування клієнтів [2]. Відсутність мотивації може призвести до занепаду підприємства, оскільки невдоволений працівник не буде виконувати роботу належним чином, що може нашкодити репутації підприємства та призвести до його занепаду.

Мотивація праці є складним та довготривалим процесом, що залежить від особистісних рис людини та відповідності її потреб зовнішнім умовам праці [4]. Це сукупність зовнішніх та внутрішніх чинників, які спонукають людину до праці, формують її поведінку та орієнтують на досягнення особистих цілей та цілей підприємства.

Існує два типи мотивації - матеріальна та нематеріальна. Матеріальна мотивація спрямована на задоволення первинних фізіологічних потреб, таких як їжа, одяг, житло, навчання, а також на матеріальні блага, такі як престижний автомобіль, відпочинок на дорогих курортах та відвідування концертів відомих артистів. Розмір та склад заробітної плати є основним відображенням матеріальної мотивації.

Нематеріальні методи мотивації включають гнучкі робочі графіки, гуманізацію праці, співучасть підлеглих, поліпшення якості трудового життя та просування по службі. При наймі нового працівника важливо визначити, який вид мотивації є для нього пріоритетним, оскільки особи, для яких матеріальна мотивація є головним фактором, можуть не проявляти достатньої ініціативи у нововведеннях та творчих розробках [3].

* Науковий керівник – кандидат економічних наук, професор С.О. Зайка

Одним з найбільш ефективних методів матеріальної мотивації є висока заробітна плата, що є винагородою за виконану працю та виплачується в грошовій формі власником або уповноваженим ним органом.

Ще одним важливим кроком у матеріальній мотивації працівників є впровадження системи винагород та премій за досягнення певних цілей, поліпшення виробничого процесу, підвищення репутації підприємства серед споживачів та інші важливі досягнення. Винагорода може бути пов'язана з кількістю років роботи на підприємстві, швидкістю кар'єрного зростання тощо. Якщо працівник знає, що з кожним роком його зарплата зростатиме, він буде старанно та цілеспрямовано працювати. Така система винагород є вигідною для роботодавця, оскільки збільшує ймовірність того, що працівник залишиться на посаді та продовжуватиме працювати ефективно.

Отже, мотивація є ключовим фактором, який впливає на продуктивність та задоволення працівника на робочому місці [2]. Однак, багато підприємств стикаються з проблемами мотивації працівників, що може призводити до низької продуктивності та невдоволення працівників своїм робочим місцем.

Однією з основних проблем мотивації праці є недостатня оплата праці. Якщо працівник не отримує достатньої оплати за свою роботу, він може відчувати невдоволення та несправедливість. Це може призводити до зниження продуктивності та бажання зберігати робоче місце.

Іншою проблемою мотивації праці є недостатність можливостей розвитку та кар'єрного зросту. Якщо працівник не бачить можливостей для свого особистого розвитку та кар'єрного зростання, він може відчувати невдоволення та втрату мотивації. Це може призводити до низької продуктивності та бажання змінити робоче місце.

Нестабільність робочих умов також може впливати на мотивацію працівника. Якщо працівник не може передбачити своє майбутнє на роботі через непевність у рівні зарплати, можливість звільнення, то він може відчувати тривогу та невпевненість у своєму майбутньому на роботі [1]. Це може призводити до втрати мотивації та зниження продуктивності.

Крім того, невідповідність між очікуваннями працівника та реальністю може впливати на мотивацію. Якщо працівник очікує, що його робота буде цікавою, стимулюючою та викликати задоволення, але робота насправді не задовольняє ці очікування, то це може призводити до втрати мотивації та бажання змінити робоче місце.

Для підприємства важливо розуміти, які проблеми мотивації працівників виникають та як їх вирішувати. Для цього можуть бути використані різні методи, такі як збільшення заробітної плати, надання можливостей для розвитку та кар'єрного зростання, створення стабільних робочих умов та забезпечення відповідності між очікуваннями працівників та реальністю.

Також, для покращення мотивації працівників можуть бути використані різні методи винагородження та стимулювання, такі як бонусні програми, надання відпусток, фізичних та психологічних підтримок, забезпечення різноманітної та цікавої роботи.

В цілому, підприємства, які успішно вирішують проблеми мотивації працівників, можуть бути більш конкурентоспроможними та ефективними, забезпечуючи продуктивність та задоволення своїх працівників.

Отже, мотивація працівників - це складний процес, який потребує ретельного аналізу та постійної роботи над покращенням робочого середовища.

Для роботодавців важливо мати ефективний механізм мотивації працівників, який може впливати на успішність підприємства. Це означає, що потрібно визначити пріоритети в роботі, зважати на інтереси всіх співробітників, зосереджуватися на конкретних проблемах, розробляти систему стимулів за продуктивну роботу, враховувати бажання та потреби працівників і прагнути до єдності та задоволеності команди. У разі успішної реалізації такої системи можна досягнути значного успіху, а недоліки в цьому питанні можуть призвести до занепаду підприємства.

Бібліографічний список:

1. 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>

2. Zaika S., Kuskova S., Zaika O. The essence and problems of motivation as a factor in the development of modern enterprises. *Підприємництво та інновації*. 2020. № 15. С. 48-52. DOI: <https://doi.org/10.37320/2415-3583/15.8>

3. Заїка С.О. Мотивація та стимулювання як чинники забезпечення стійкого розвитку сільськогосподарських підприємств. *Вісник ХНТУСГ: економічні науки*. 2018. Вип. 191. С. 222-236.

4. Крайник О.П., Барвінська Є.С. Економіка праці: Навч. посібник. Львів: «Інтелект-Захід», 2003. 208 с.

Секція

*Управління
інноваціями,
інвестиціями та
інтеграційними
процесами в
стабілізації розвитку
суб'єктів економічних
відносин*

SPECIFIC FEATURES AND PREREQUISITES OF THE INNOVATIVE REVIVAL OF UKRAINE AGRICULTURE

Hridin O., candidate of economic sciences, associate professor,
State Biotechnological University, Kharkiv, Ukraine
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-7236-2954>

Zaika S., candidate of economic sciences, professor,
State Biotechnological University, Kharkiv, Ukraine
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-8132-7643>

Zaika O., postgraduate,
State Biotechnological University, Kharkiv, Ukraine
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-7921-3273>

In today's realities, the problem of ensuring the revival of the agricultural sector of the national economy in general and its agricultural sector in particular, which is due to strong integration and globalization trends in the global economic space and the steady strengthening of competition on the world market of agricultural products, remains a very urgent problem for our state. After all, the implementation of innovations is the key to ensuring the high quality of products and their competitiveness in the international market. At the same time, the ability of a business entity to develop on an innovative basis is determined by the presence and power of its innovative potential.

We note that in the agricultural economy of Ukraine until now there is an extremely low general perception of the introduction of innovations. It is explained, for the most part, by the following main reasons [3, p. 7; 7, p. 53]: insufficient awareness by the top management of most enterprises of the importance of their leading role in ensuring innovation processes; the increased degree of risk and responsibility of managers at all levels for decision-making; low technical and technological level of production and insufficient resource base; lack of highly qualified specialists capable of objectively perceiving and effectively implementing innovations; resistance to changes and active opposition to innovations by ordinary employees of enterprises; insufficient level of attraction of investment resources for full financing of innovative projects, etc.

The low level of innovation and investment activity in agricultural production is due to the influence of both internal and external factors, in particular [1, p. 12; 2, p. 35]: insufficient adaptability of the management mechanism of the process of advanced reproduction of production on an

innovative basis to market conditions; lack of own and borrowed funds for full financing of capital investments related to the development and implementation of innovations; peculiarities of the introduction of innovations due to the specifics of agricultural production; low competitiveness of many business entities in the industry, etc.

In agricultural production, innovative processes have pronounced characteristic features, in particular, due to [1, p. 12-13; 4, p. 249; 7, p. 51-52]: availability of a wide range of products; significant differences in the application of innovative production technologies; mostly by the improving nature of the introduced innovations; significant differentiation of individual regions of the country according to agro-technological conditions of production; the powerful influence of natural and climatic factors; pronounced seasonality of production, especially in the field of crop production; the specifics of product storage and logistics; the lack of a mechanism for effective interaction of agricultural producers with scientific and innovative organizations and institutions, which worsens the process of transfer of modern technologies and hinders the diffusion of innovations, etc.

At the same time, in the fields of plant and animal breeding, which are the main ones in agriculture, innovations are connected, first of all, with the need to increase the yield of crops and the productivity of animals, as well as with the constant preservation of the ecological balance in the surrounding natural environment, which is achieved due to the creation on the innovative basis of effective forms and methods of applying modern agricultural technologies and the formation of the appropriate technical infrastructure [5].

The long-term experience of leading agricultural enterprises of Ukraine shows that the most popular are innovations that involve the creation of new or improvement of existing technologies for the production of agricultural products. In second place are innovations in the introduction of new varieties and hybrids of crops, as well as crosses and lines of poultry and animal breeds. And the least widespread are innovations related to the deep processing of products and the introduction of new technology, more advanced mechanisms, and equipment. At the same time, studies prove that the absolute majority of enterprises that master technological innovations on an intensive basis achieve a significant improvement in production and economic indicators of management [5].

Therefore, in order to generally improve the level of innovative development of Ukraine and ensure the maximum possible use of the innovative potential of agricultural commodity producers, it is necessary to implement comprehensive measures aimed at [3, p. 7; 6, p. 102]: formation

of a modern innovation-oriented structure of the national economy; improvement of the regulatory and legal framework for the development of the innovative sphere of Ukraine; improvement of the mechanism of protection of intellectual property rights and procedures for patent protection of innovations; purposeful training, retraining, advanced training of personnel for agriculture; establishing a preferential tax regime for the implementation and implementation of R&D results; promoting the transfer of innovative technologies from various spheres of the economy; formation of the market for innovative products and creation of conditions for its development; state support for the innovative development of territories; ensuring the coherence of all participants in the innovation process; creation of favorable conditions for the most effective cooperation of the scientific and entrepreneurial sectors in the field of innovative activity on the basis of technopolises, technoparks; raising the general level of innovative culture of society, etc.

Therefore, only the systematic and comprehensive implementation of the measures outlined above will create favorable conditions for the rapid revival of the country's scientific and technical potential, ensuring the successful development of innovative activities of agricultural enterprises, and their rapid adaptation to today's market realities. It will also ensure competitiveness in both the domestic and world markets and, as a result, will contribute to the fastest possible revival of the national economy in the post-war period.

References:

1. 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. URL: http://apie.org.ua/wp-content/uploads/2019/12/apie_2019_r02_a02.pdf DOI: <https://doi.org/10.36887/2524-0455-2019-2-2>
2. 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
3. Дзеджула В.В., Спіфанова І.Ю., Цвік О.Г. Інноваційна діяльність як чинник конкурентоспроможності підприємств. *Інвестиції: практика та досвід*. 2017. № 4. С. 5-8. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ipd_2017_4_3
4. 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 : Видавець «Сочинський М.М.», 2016. С. 246-253.

5. Інноваційні ресурсозберігаючі технології: ефективність в умовах різного фінансового стану агроформувань: [монографія] / За ред. професора Г.С. Мазнева. Харків: Вид-во «Майдан», 2015. 592 с.

6. Михайленко Н.О., Манойленко А.М. Проблеми розвитку інноваційної діяльності в Україні та шляхи їх вирішення на основі досвіду економічно розвинених країн. *Причорноморські економічні студії*. 2018. Вип. 28(1). С. 98-102. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/bses_2018_28\(1\)_22](http://nbuv.gov.ua/UJRN/bses_2018_28(1)_22)

7. Полегенька М.А. Особливості інноваційної діяльності в агропромислових підприємствах України. *Агросвіт*. 2017. № 6. С. 49-54. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/agrosvit_2017_6_10

UDC: 316.77

THE APPLICATION OF ORGANIZATIONAL CULTURE MODELS IN PUBLIC AUTHORITIES

Kralia V. Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, State Biotechnological University, Kharkiv, Ukraine
ORCID <http://orcid.org/0000-0003-0990-0788>

Podolska O. Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, State Biotechnological University, Kharkiv, Ukraine
ORCID <http://orcid.org/0000-0001-9768-6173>

In the conditions of global transformations characterized by a high degree of uncertainty, organizations are forced to adapt to the new situation and create acceptable rules of functioning. Organizational culture is becoming one of the mechanisms for managing this process, and this, in turn, requires that its main components be in line with the latest trends in management, flexibility, and adaptability.

Today, many global transformations are taking place, to which organizations have to adapt by choosing the optimal behavior strategy. That is why it is important to study and analyze models and types of organizational culture, as they contribute to the development of organizations. Many researchers have contributed to this issue, and their approaches differ significantly, thus allowing us to identify the leading trends in the development of modern organizations.

Bob Harrison proposed a European model of organizational culture, which reflects an orientation to key resources that are valuable to the organization and allow it to achieve its goals. He identified four types of

organizational culture in his model: power culture, role culture, task culture, and personality culture. Kim S. Cameron and Robert E. Quinn suggest that organizational culture should be viewed through the prism of two criteria: the main indicators of company performance (stability and control or flexibility and discretion) and the focus of the activity (internal, external). When these criteria are superimposed on each other, the following types of organizational culture are distinguished: clan, hierarchical, market and adhocratic. Rob Cole has identified a classification based on the theory of human resource management, which is task-oriented, relationship-oriented, and quality-oriented: bureaucratic, entrepreneurial, natural, and participatory cultures [2, 4].

Professional behavior reflects internal attitudes, norms, values, level of professionalism and development of personal qualities - in essence, these are elements of professional culture. Attempting to influence the improvement of professional culture is a way of constructive influence on professionalism and competence, as well as moral and ethical views of public servants. The desired behavior can be predicted and stimulated by certain attitudes, value systems or professional models that are developed within the professional culture. At the same time, it is necessary to take into account the relationships that have already been established. Implementation of a new philosophy of "Responsive civil service", which declares progressive values and new management technologies, is a long and complex process, and artificially introduced new traditions and ideals begin to conflict with those that have been formed in practice.

State authorities, regardless of their specificity, develop according to the same laws as any organization. Their functional abilities depend not only on their legal status, internal structure and controlled resources, but also on the state of the organizational and corporate environment. The components of the corporate environment, informal (corporate) relations significantly affect the effectiveness of the functioning of state and local government structures and the activities of each individual employee. The degree of employees' internalization of the mission of state administration and local self-government and the level of readiness for its implementation largely depends on the nature of corporate relations.

In the conditions of the activities of state administration bodies, the experience of corporations can be applied with significant adjustments, but the appropriateness of such an analogy is not in doubt. According to most researchers, the term "organizational culture" can be understood to mean the culture of any type of enterprise, including schools, non-profit organizations,

universities, government agencies, and, of course, business structures. At the same time, in relation to enterprises and organizations in the business sphere, concepts such as organizational culture and corporate culture are used interchangeably [1].

The following algorithm of actions may be necessary for a qualitative change in corporate culture [1-5]:

- diagnosis of values and attitudes of civil servants of administrations;
- construction of the optimal, desired image of the authority;
- decomposition of this image into a number of interconnected basic values;
- the promotion of these values, while the factor of the manager and the most authoritative public officials, who must convince by their everyday behavior of the persistence of the adopted norms and values, takes on a decisive role;
- formation of a list of "anti-values" that create a complex of threats to the authority's reputation and obstacles to its effective performance of proper functions;
- clarification of the negative consequences of their approval;
- adjustment of the regulatory framework, which establishes norms of behavior, in accordance with accepted values - the Code of Conduct.

Management of the formation of the system of corporate relations in executive authorities involves the use of technologies that create favorable conditions for the emergence of collectivistic tendencies and reduce the risk of deformation of the corporate environment.

The current guidelines for the practice of creating a new organizational culture for civil servants are the constant regulation of the behavior of civil servants, the creation of organizational prerequisites for the professionalization of their activities, and a focus on innovation and feedback from the public.

References:

1. Захарчин Г.М. Механізм формування організаційної культури машинобудівного підприємства: *монографія Львів : Вид-во Нац. Ун-ту «Львівська політехніка», 2009. 276 с*
2. Гайдученко С.О. Організаційна культура: конспект лекцій для студентів бакалавріату всіх форм навчання спеціальності 281 – Публічне управління та адміністрування; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О.М. Бекетова. Харків: ХНУМГ ім. Бекетова, 2020. 75 с.
3. Баннікова К., Михайлова К. Потенціал організаційної культури в управлінні людськими ресурсами міжнародних компаній: монографія; Нар. укр. акад. Харків: Вид-во НУА, 2019. 232 с

4. Боришкевич І.І. Формування організаційної культури на підприємстві. *Конкуренстоспроможна модель інноваційного розвитку економіки України: матеріали III Міжнар. наук.-практ. конф., м. Кропивницький, 14 квіт. 2020 р. / М-во освіти і науки України, Центральноукраїн. нац. техн. ун-т. Кропивницький: ЦНТУ, 2020. С. 278-280*

5. Колянко О. В. Структура корпоративної культури організації. *Вісник Львівського торговельно-економічного університету. 2021. № 62. С. 81-85.*
URL: <http://journals-lute.lviv.ua/index.php/visnyk-econom/article/view/749>

UDC: 331.1

MAIN ACTIVITIES WITHIN THE SCENARIOS OF PERSONNEL OF FACILITATION IN CONDITIONS OF MILITARY CONDITION

Makovoz O., Dr.sc.(Econ.), associate professor,
National technical university «Kharkiv polytechnic institute»
Kharkiv, Ukraine,
Researcher, Dresden Technical University, Dresden, Germany
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-8728-1500>

Korobov K., PhD student of department of management,
National technical university «Kharkiv polytechnic institute»
Kharkiv, Ukraine,
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-9867-3128>

In the conditions of military aggression and military condition in Ukraine, business was forced to switch working processes from face-to-face formats to online ones. The prevailing number of companies were forced to spontaneously transfer employees to a remote form of work. Therefore managers turned to the experience of companies that have successfully established the processes of personnel in a pandemic. The successful transition to online meetings during the pandemic also suggests that remote public meetings are a viable and legitimate option for participatory planning processes [1, p. 2].

These challenges are compounded by uneven access to digital and other resources. Therefore, teachers have been forced to find or learn how to make remote, digital tools and materials within short timeframes [2, p. 236].

More and more organizations are introducing facilitation methodologies for online meetings. For sure there are more activities might be present in your facilitation scenario, like educational games, which engage not just visual and audial perceptions but kinesthetics as well. However, we are covering basics, which are enough to facilitate business strategic planning, educational workshops, retrospectives, risk management sessions and so on. The last but not least, facilitation sessions could be a part of a bigger event, for example, educational workshop, where trainer is not just gathering people ideas and build their education based on attendees experience, however they may provide some theoretical materials with best practices as well. In this case regular presentation deck could be ingested into educational workshop with the balance between theoretical and practical part of the session. Usually, we used software tools for this, such as MS Power Point or Google docs together with big TV screen or projector. Those are integrated to be online already and do not require any work around. Facilitation in business is the process of group decision-making and plays crucial role in its operations and new services delivery as those are very handy to resolve complex problems one expert cannot resolve. Understanding group dynamics is an indispensable core competency for anyone, whether facilitator, leader, or group member, who wants to help their group tap the enormous potential of participatory decision-making [2, p. 43].

Most of facilitation methods were designed with an idea of face-to-face meetings of larger group of experts. It is much better to keep group dynamic, establish personal eye to eye contact and observe humans behavior in a more efficient way with offline events rather than online, even with web camera switched on. Thus, the experience of successful companies indicates the expediency of introducing methods of personnel facilitation in remote work modes.

References:

1. Milz, Dan, Atul Pokharel, and Curt D. Gervich. Facilitating Online Participatory Planning During the COVID-19 Pandemic. *Journal of the American Planning Association*. 2023. pp. 1-14.
2. Hughes MC, Henry BW, Kushnick MR. Teaching During the Pandemic? An Opportunity to Enhance Curriculum. *Pedagogy in Health Promotion*. 2020; 6(4). pp. 235-238. doi: 10.1177/2373379920950179
3. Kaner S. Facilitator's guide to participatory decision-making. *John Wiley & Sons*. 2014. 363 p.

COOPETITION IN BUDGETING UNIVERSITY EDUCATION, EMPLOYEE PARTICIPATION AND PERFORMANCE: BIBLIOMETRIC ANALYSIS

Samoilikova A., PhD in Economics,
Sumy State University, Sumy, Ukraine

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-8639-5282>

Today the problems of coopetition in budgeting university education, employee budget participation and performance are relevant taking into account economic, financial, and social challenges. Bibliometric analysis is appropriate to determine key tendencies, links and clusters of multidisciplinary research on this issue using the Scopus database tools and the VosViewer software.

A sample of investigated publications was formed as a result of documents search by articles title, abstract and key words (search requests: “budgeting university education”, “financing university education”, “coopetition in education”, “coopetition and education”, “education budget participation”, and “employee budget participation”). A formed sample consists of 2669 documents for 1938-2022 period. A share of publications indexed in the Scopus database on education budget participation is only 18,13 %, on employee budget participation – 4,68 %, on coopetition in/and education – 3,37 %. However, this research issue is relatively new in comparison with the issue on financing university education in general. In particular, 60 % of publications indexed in the Scopus database on the research issue were published in the last 10 years (2013-2022). And only 6 % of articles from the studied sample had been published by 1991. Publication dynamics for the last 30 years (1992-2022) is shown in Figure 1.

In general, the trend of publication activity is positive and growing. A slight drop-in publication activity is observed in 2021 compared to 2020, which can be explained by a change in the work of scientific institutions and educational institutions due to the covid-19 pandemic.

The colour changes from purple (nearly 2008), blue (nearly 2010), dark green (nearly 2012), green (nearly 2014), light green (nearly 2016) to yellow (nearly 2018) in the increasing direction of the study time period. Leaders in this research sphere and publishing activity are the USA, the UK, Canada, Germany, Japan, Spain, Finland, Sweden, Ukraine etc. Also built map (Figure 2) shows links between countries in this context that form 8 clusters of countries.

The other type of bibliometric analysis (co-occurrence of keywords, minimum number of occurrences of a keyword was set on the level of 15, so 368 keywords from 9341 meet the threshold) gave the opportunity to determine clusters of multidisciplinary research on the issue of education budget participation, employee budget participation and cooperation in education (Figure 3).

The following five clusters of multidisciplinary research on the issue of education budget participation, employee budget participation and cooperation in education were found:

1) education and budgeting (red colour): education, higher education, university sector, finance, investment, budgeting, budget control, planning, strategic planning, public policy, governance, management, personal, professional aspects, technology transfer, sustainable development;

2) economics and budgeting (green colour): economics, budget, employment, interpersonal communication, decision making, motivation, cost benefit analysis, financial support, international cooperation, organization and administration, resource allocation, socioeconomic factors, time factors;

3) organization and management (blue colour): organizational objectives, leadership, cooperation, cooperative behaviour, interprofessional relations, academies and institutes, forecasting, organizational innovation, personal management, public relations;

4) financing and government (yellow colour): funding, government, law, legal aspect, quality control;

5) university finance (purple colour): financial management, financing, organized; universities.

STRATEGIC GUIDELINES FOR IMPROVING THE COMPETITIVENESS OF AGRICULTURAL PRODUCTS: PROSPECTS AND CHALLENGES

Minenko S., Doctor of Philosophy in Management,
State Biotechnological University, Kharkiv, Ukraine
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-3033-1911>

Guohe Q., post-graduate student,
State Biotechnological University, Kharkiv, Ukraine
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-3033-1911>

Agricultural production is an important sector of the economy in many countries, providing the population with food and other resources. However, increasing competition and changes in the economic environment require continuous improvement of the competitiveness of agricultural products.

One of the key aspects of increasing the competitiveness of agricultural products is the development of innovative technologies. The use of the most advanced technologies, such as agricultural drones, plant monitoring, and smart integrated management systems, can improve productivity and quality of production, reduce costs, and increase production efficiency.

Another key aspect is the development of marketing strategies and improving marketing competence. The competition in the food market is very strong, so effective marketing strategies that allow you to sell products at a higher price and increase sales are very important. To achieve this goal, it is necessary to understand the needs and expectations of customers, as well as to develop new products and change packaging and brands.

Another important aspect is the development of green energy and environmentally friendly production. Green energy is one of the key trends in the modern economy, and the environmentally friendly production link allows to reduce the environmental impact and gain a competitive advantage. To achieve these goals, it is necessary to use energy-efficient technologies, reduce the use of harmful substances and ensure the use of renewable energy sources.

However, along with the prospects from the development of these strategic guidelines, there are also challenges associated with the lack of land resources, the instability of the political and economic situation in the country, complex environmental issues, and other factors. Therefore, success

in this area requires a comprehensive and systematic approach that involves planning, coordinating and implementing measures aimed at ensuring the sustainable development of the agricultural sector.

More challenges and obstacles for the agricultural sector are expected to emerge in the future, so it is important to prepare for them in advance and develop effective strategies to ensure the sustainable development of the industry and increase its competitiveness.

One of the main strategies to improve the competitiveness of agricultural products is to increase the productivity of land and plants. To do so, it is necessary to improve plant cultivation and protection technologies, use new hybrid varieties and genetically modified crops, and conduct rational land use. In addition, it is necessary to ensure proper storage and processing of agricultural products, which will increase their quality and added value.

Another important strategy is to use environmentally friendly technologies and reduce the environmental impact of production. This can be done by using organic technologies for growing and protecting plants, reducing the use of chemical fertilizers and pesticides, installing water and air purification systems at enterprises, using renewable energy sources, and other measures aimed at reducing the negative impact on the environment.

Other important strategic guidelines are the development of international cooperation and professional development of specialists in the field of agricultural production. The development of international cooperation will provide access to new technologies and markets, attract foreign investors, and increase exports of agricultural products. Professional development of specialists in the field of agricultural production will help to improve the technologies of growing and processing products, apply innovative methods and develop new products, which will contribute to the growth of the industry's efficiency.

Thus, the key strategic guidelines for increasing the competitiveness of agricultural products are the use of the latest technologies, the development of effective marketing strategies, the development of green energy and an environmentally friendly production chain. However, in order to achieve these goals, it is necessary to address challenges and obstacles, such as lack of funding and investment in innovative technologies and green energy solutions, ineffective regulatory mechanisms, and others. Therefore, it is important to cooperate with entrepreneurs in the agricultural sector and provide adequate support for the successful development of this industry, which is key to food security and agricultural production. This is the only way to ensure a balanced development of society, economy and nature.

References:

1. Dudnyk E., and Minenko S. (2019.) Importance and role ahroinnovations in the system formation of the enterprise competitiveness.
2. Minenko S.I. (2020). Krajowe wsparcie agroinowacji (doświadczenie ukraińskie). *Modern transformations in economics and management*, 21.
3. Koliadenko S., Andreichenko A., Galperina L., Minenko S., & Kovylyna M. (2020). Analysis and forecasting of Ukrainian agrarian exports to the EU countries. *Agricultural and Resource Economics: International Scientific E-Journal*, 6(1868-2020-1684), 29-47.

UDC: 330.341

RESOURCE PROVISION OF INNOVATIVE ACTIVITIES OF AGRICULTURAL ENTERPRISES

Bratasenko N., student*,
State Biotechnological University, Kharkiv, Ukraine

Successful innovative activity is a key factor in the development of the agricultural sector. The main task of innovation is to increase the efficiency of the use of resources and increase their potential, which allows enterprises to earn more profit and remain competitive. Studying the problems of innovative activity is a subject of research in economic science since in modern conditions innovation is an important element of the development of agricultural enterprises. The strategy of innovative development is aimed at increasing resource potential and creating conditions for scientific, technical, and innovative activities [1].

Innovations are not only new ideas, but also new methods of production, new products, and services that meet market requirements and satisfy consumer needs [5]. But to successfully implement innovations, proper resource provision is necessary.

Agricultural enterprises, like any other economic entities, need resources to ensure their innovative activities [3]. Innovations can become a key factor in the company's competitiveness, which will allow it to take a stronger position in the market and increase its profits. At the same time, providing resources for innovative activities is an important task for agricultural enterprises, as they often have limited budgets and access to resources.

* *Research supervisor – candidate of economic sciences, professor S. Zaika*

The main resource necessary for the innovative activity of agrarian enterprises is financing. Innovations can require significant costs, including costs for research and development of new technologies, for the purchase of new equipment and for personnel training [4]. In order to ensure the necessary expenses for innovation, enterprises can receive loans from banks or other financial institutions, attract investments, and also attract funds from government programs.

Another important resource is human resources. Innovative activity requires the availability of qualified personnel who are able to develop and implement new ideas and technologies. In addition, it is necessary that personnel have access to training and professional development, as innovations are constantly changing and developing.

No less important resources are technologies and technical equipment. To implement innovative projects, it is necessary to have access to modern equipment and software. Agricultural enterprises can use various technical equipment, such as tractors, combines, planters and other machines, to increase productivity and improve the quality of products.

In addition, an important resource is an access to information and data [4]. Innovation requires the collection and analysis of data that enables the development and implementation of new technologies and approaches. Agricultural enterprises can collect and analyze data about farming, soil composition, weather conditions, and other factors that affect the production of products.

It is important to note that resource provision for innovative activity is a multifaceted and complex process. All these different resources must be available and coordinated for successful innovation.

It is also important to take into account the instability of the market and the change in demand for innovative products, which may require additional efforts and resources from the enterprise.

In modern economic conditions, the formation of a market for innovations requires the expenditure of various resources, such as energy, time, and finances, for the transition from one level of quality to another. The transition from innovations to innovations also requires the expenditure of resources. Commercialization of innovations opens a new market niche in the capital market and stimulates the formation of the market for innovations.

Innovation is a process of constant renewal in all spheres of entrepreneurship, which includes not only technical and technological resources but also any changes that improve the activity of agricultural enterprises [2]. In general, resource provision of innovative activity is a key factor for the company's success in today's competitive environment. The provision of appropriate resources allows the enterprise to effectively develop and introduce new products and services, which contributes to its development and strengthening of market positions.

Therefore, resource provision is a key factor in the successful innovative activity of agricultural enterprises. Providing financing, qualified human resources, modern technical equipment, and access to information and data allows enterprises to develop and implement new technologies, increase productivity and product quality, as well as increase their profits. Successful innovative activity helps agricultural enterprises to remain competitive and highly productive, which is important for the stable development of the agricultural industry.

References:

1. Бухало О.В. Вплив інноваційної діяльності на розвиток ресурсного потенціалу аграрних підприємств. *Науковий вісник Мукачівського державного університету. Сер.: Економіка*, 2015, 2(1). С. 90-95.
2. 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>
3. 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: Видавець «Сочінський М.М.», 2016. С. 246-253.
4. Інноваційні ресурсозберігаючі технології: ефективність в умовах різного фінансового стану агроформувань: [монографія] / За ред. проф. Г.Є. Мазнева. Харків: Вид-во «Майдан». 592 с.
5. Мазнев Г., Бобловський О., Красноручський О., Артеменко О., Заїка С. Адаптація інноваційних агротехнологічних рішень до умов різного забезпечення сільськогосподарських підприємств. *Техніка АПК*. 2008. № 9-10. С. 12-16.

ТЕОРЕТИЧНИЙ БАЗИС СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМИ КЛАСТЕРАМИ

Кашена Н.Б., доктор економічних наук, професор,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-7069-8860>

Чміль Г.Л., доктор економічних наук, доцент,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-3703-9940>

Нестеренко І.В., кандидат економічних наук, доцент,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-3892-8248>

Комплексний механізм державної інноваційної політики передбачає реалізацію концепції функціонування сучасних високотехнологічних кластерів в біоекономіці шляхом поєднання інтересів великого кола суб'єктів підприємницької діяльності. Слід зазначити, що біокластер представляє собою мережу пов'язаних та інтегрованих виробництв агропромислового комплексу, які створені для забезпечення повного циклу переробки сировини і відходів виробництва на засадах біокластерної орієнтації [1, с. 55]. Саме, мережа виробничо-переробних підприємств (біокластерів), які виготовляють екологічну продукцію, використовують відходи виробництва та його побічну продукцію, застосовують «зелені» технології, є основою біоіндустрії України.

Розвиток біоекономіки створює можливості для досягнення інноваційного зростання (дослідження і новації), стійкого зростання (ресурсоефективність і розвиток циркулярної економіки) та інклюзивного зростання (зайнятість, продуктивність, соціальна і територіальна згуртованість) [2, с. 15]. Результатом успішності розвитку високотехнологічних інноваційних біокластерів є забезпечення їх конкурентоспроможності. Основним показником конкурентоспроможності для біокластерів є наявність ефективного процесу комерціалізації, який охоплює пошук, оцінювання, доопрацювання «зелених технологій». Ефективна модель формування інноваційних біотехнологічних кластерів в процесі їх створення та трансферу світових біотехнологій в Україну дозволяє на основі поєднання принципів компліментарності, колабораційності,

мобільності, секторальної диверсифікації та синергізму імплементувати адаптовані до реальних умов ведення бізнесу екологічні виробничі системи.

На основі синтезу сучасних підходів до визначення терміну «біоекономіка», представлених у працях багатьох вітчизняних і зарубіжних авторів, пропонуємо під біоекономікою розуміти інноваційний тип організації і управління, який спрямований на використання біотехнологій, у всіх секторах підприємницької діяльності, для вирішення глобальних проблем суспільства на основі використання поновлювальних ресурсів.

Теорія і практика свідчать, що в умовах глобалізації світових економічних відносин обґрунтованими стратегіями розвитку біоекономіки стає інтеграція еколого-орієнтованих підприємств і формування спеціалізованих біокластерів, як організаційної форми їх ефективного функціонування. М. Портер подає кластер як «групу взаємозалежних географічно суміжних компаній, пов'язаних із ними організацій, що працюють у певній сфері, характеризуються спільністю діяльності й взаємодоповнюють одне одного» [3, с. 71]. Слід зазначити, що «спільність діяльності» обумовлюється збігом економічних інтересів підприємств і призводить до «згладжування» суперечностей. Кластери, зокрема підприємств малого й середнього формату в галузі біоекономіки, можуть утворюватися на основі самоорганізації внаслідок природної інтеграції й кооперації щодо виробництва екологічної продукції або за допомогою стратегічного планування, здійснюваного регіональними або галузевими органами управління.

Методичні основи реалізації стратегії біокластеру включають наступні етапи: затвердження положень, стратегії та програм; підписання учасниками договорів, угод та контрактів; навчання та переїдготовка персоналу підприємств; реалізацію проєктів комунікацій та технологій взаємодії; внесення коректив у документи; координацію діяльності біокластеру та учасників; моніторинг та оцінювання ефективності та результативності функціонування біокластеру та кожного учасника; формування заходів з корегування діяльності та взаємодії [4, с. 72].

Агропідприємства, як потенційні учасники біокластеру, нерідко пропонують подібні або супутні види екологічної продукції та послуг і є конкурентами на ринках, а самоорганізація підприємств у цьому випадку, переважно, здійснюється з ініціативи підприємства-лідера.

Складним аспектом створення біокластеру на початковій стадії є досягнення домовленості між підприємцями з формування активів і стратегій. Об'єднуючими факторами економічних інтересів створення біокластеру виступають домовленості з проведення єдиної цінової політики на ринку екологічної продукції, розширення обсягу надання екопослуг його учасниками, ведення єдиної маркетингової політики, спільного планування впровадження інноваційних технологій, тобто синергетичної взаємодії елементів певної системи підприємств.

Для формування біокластерів регіонального або галузевого характеру мають бути створені відповідні умови, передусім, організаційно-економічного характеру. Результати дослідження свідчать, що такі умови поступово створюються в частині посилення конкурентної залежності між учасниками ринку біотехнологій, наявності єдиної інфраструктури потреби в розширенні асортименту екологічної продукції. Підготовча робота до створення кластерів потребує як стратегічного управління з боку координаційного центру, так і узгодженої діяльності та управління з боку кожного підприємства. Під час виконання своїх функцій ці структури формують єдину регіональну або галузеву (мережеву) базу даних, відпрацьовують методичне підґрунтя біокластеризації, розробляють положення про біокластер, базові економічні нормативи, оцінюють потенціал розвитку, варіанти та форми договірних відносин усередині кластера, готують вибір інноваційних пріоритетів і проєктів, визначають кадрову політику, орієнтири стратегічного планування [5, с. 93].

Таким чином, необхідним вихідним матеріалом під час формування біокластеру вважаються розроблення умов і правил введення інституційних змін і графік внутрішніх оперативних взаємодій у механізмі управління. Під час створення кластерів мають враховуватися сформовані господарські зв'язки між агропідприємствами й суміжних сфер бізнесу. При цьому, потрібно проводити підготовчу роботу, яка має включати: створення структурного ядра з формування кластерних моделей; проведення маркетингової та рекламної роботи; розроблення політики і стратегії в галузі якості виготовлення екологічної продукції; розроблення інформаційної системи й механізмів внутрішньої економічної політики; визначення порядку робочих процедур взаємодії підприємств-учасників високотехнологічного інноваційного біокластеру.

Бібліографічний список:

1. Vdovichena O., Vdovichen A. Synergetic interaction of the principles of bioeconomics in the globaleconomic system. *Scientific bulletin of Polissia*. 2018. № 2 (14). Р. 1.
2. Чміль Г.Л. Стратегічний аналіз діяльності підприємства індустрії гостинності: виклики Covid-19. *Економіка. Фінанси. Право*. 2020. № 8. С. 14-17.
3. Портер М. Стратегія конкуренції: пер. з англ. К.: Основи, 2003. 496 с.
4. Кашена Н. Б., Нестеренко І. В., Чміль Г.Л. Управління інноваційними біокластерами в умовах цифровізації: організаційно-методичний аспект. *Інфраструктура ринку*. 2022. Вип. 69. С. 71–78. DOI: <https://doi.org/10.32782/infrastruct69-13>
5. Нестеренко І.В., Чміль Є.Л. Моделювання облікової політики в контексті забезпечення інноваційного розвитку підприємства. *Цифрова економіка та економічна безпека*. 2022. Вип. 1(01). С. 92–99. DOI: <https://doi.org/10.32782/dees.1-15>
URL: <https://repo.btu.kharkov.ua//handle/123456789/9991>

УДК: 330.341

РЕАЛІЗАЦІЯ ОСВІТНЬО-КВАЛІФІКАЦІЙНИХ ЧИННИКІВ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

Маренич Т.Г., доктор економічних наук, професор,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

Стратегія успішного розвитку національних економічних систем розвинутих держав останніми роками тісно пов'язана з їх лідерством у наукових дослідженнях і розробках, появою нових знань, розвитком високотехнологічного виробництва і створенням масових інноваційних продуктів. Тому формування та сталий розвиток інноваційного потенціалу України вимагає такої стратегічної зорієнтованості, що забезпечить безпеку та суверенітет нашої держави, її конкурентоспроможність у глобалізованому світі.

Метою Стратегії розвитку сфери інноваційної діяльності України на період до 2030 року є розбудова національної інноваційної екосистеми для забезпечення швидкого та якісного перетворення креативних ідей в інноваційні продукти та послуги, підвищення рівня інноваційності національної економіки, що передбачає створення сприятливих умов для розвитку інноваційної сфери, збільшення кількості впроваджуваних розробок, підвищення економічної віддачі від

них, залучення інвестицій в інноваційну діяльність. Очікується, що результатом реалізації цього документа стане, зокрема, збільшення кількості фізичних осіб та суб'єктів господарювання, що займаються винахідництвом, прикладними дослідженнями та науково-технічними розробками, насамперед – за межами державного сектору; збільшення кількості суб'єктів господарювання, що надають послуги із комерціалізації технологічних рішень; збільшення надходжень від продажу та використання (насамперед, експорту) об'єктів інтелектуальної власності, наукоємної продукції; зростання частки підприємств, що займаються інноваціями, зокрема, малих [1].

На сьогодні в Україні створено та функціонують: 40 індустріальних парків (з яких 31 наявний у Реєстрі індустріальних (промислових) парків), 26 наукових парків, 16 технопарків, 24 центри інновацій та технологічного трансферу, 22 інноваційних центри, 38 центрів комерціалізації, 24 інноваційних бізнес-інкубатори, один інвестиційно-технологічний кластер, більше 30 кластерів, одне інноваційно-виробниче об'єднання, інші стартап-школи (суб'єкти господарювання, які надають теоретичні знання та практичні навички у сфері створення та діяльності стартапів), інкубаційні програми (програми для новостворених підприємств, спрямовані на розвиток стартапу), центри інтелектуальної власності (суб'єкти господарювання, що забезпечують реалізацію освітньо-професійних, освітньо-наукових та наукових програм, а також підвищення кваліфікації працівників у сфері інтелектуальної власності), венчурні та інвестиційні фонди, центри науково-технічної та економічної діяльності тощо [1].

Водночас динаміка рейтингів України за підходами до оцінки спроможності до інновацій за 2014–2020 рр. дозволяє зробити висновок про відсутність активної політики та проривів у підтримці інноваційної діяльності як державою, так і бізнесом [2, с. 5]. Аналогічні тенденції спостерігаються і у 2021 році. Національна інноваційна система є ще недостатньо сформованою, співпраця між наукою, промисловістю та університетами (трикутник знань) є слабкою за наявності менш ефективних, не здатних конкурувати на ринку державних підприємств у ряді секторів. Відсутнє чітке розуміння життєвого циклу інновацій, існує багато прогалин в їх підтримці на різних етапах інноваційного циклу [3, с. 8].

При цьому, на думку дослідників, сильними сторонами України є: знаннєві та технологічні результати, інноваційні зв'язки, людський капітал і дослідження, можливості приваблювання талантів, ринкові та

нормативні можливості на ринку праці, інституції, креативність, проникнення високих технологій, навички. Людські ресурси – складова індексів, яка все ще залишається найбільш сильною стороною України. Повільна розбудова привабливої для дослідників та інженерів інноваційної екосистеми поряд із зниженням бюджетного фінансування освіти та науки може знищити цю перевагу нашої країни [2, с. 5].

Стан інноваційної системи України відносно світового рівня на основі міжнародних індексів також свідчить, що Україна має високий освітній та науковий потенціал, здатний продукувати різноманітні нововведення у вигляді ідей, наукових розробок, патентів. Серед конкурентних переваг України варто виділити такі:

- відповідно до Глобального індексу конкурентоспроможності – висока сміливість ринку, якість вищої, середньої та професійної освіти;
- відповідно до Глобального індексу інновацій основою української інноваційної конкурентоспроможності є людський капітал, тобто знання та навички, якими володіють люди, що дають змогу їм створювати цінність у світовій економічній системі. Його ефективна реалізація і є головною конкурентною перевагою [1].

Проте наша держава має дуже обмежену фінансову та інституційну спроможність. Відтак наявні ресурси і потенціал доцільно зосередити на підтримці наукових досліджень, які є однією з основ інноваційного потенціалу, та створенні ефективної інфраструктури, яка сприятиме перетворенню результатів досліджень у продукт, придатний до комерціалізації. Заслугує на увагу досвід Китаю, який багато років успішно використовував модель інноваційної політики, яка спрямована на поширення науково-технічних знань. Зокрема, країна має амбітні плани стати світовим лідером у галузях науки, техніки та медицини. За даними Неустроева Ю.Г. у період з 1991-2015 рр. Китай збільшив свої витрати на інновації у тридцять разів у середньому на 18 % щороку [4, с. 74].

Для побудови інноваційної економіки з розвинутим підприємництвом, інноваціями та високою продуктивністю виробництва в Україні, яка має великий інтелектуальний потенціал, необхідно вирішити ряд проблем. Зокрема, на етапі створення новацій необхідним є покращення якості освіти шляхом наближення її до потреб глобального ринку та потреб у фахівцях, здатних створювати, адаптувати та використовувати технологічні інновації. Підготовкою наукових кадрів, як правило, займаються заклади вищої освіти та

науково-дослідні установи, які повинні створити відповідну сучасну інфраструктуру, інформаційно-аналітичне та методичне забезпечення розвитку інноваційної культури, посилити наукоємність освітнього процесу. Перспективи модернізації вищої освіти в умовах інноваційного прогресу суспільства та становлення інформаційної цивілізації полягають у перетворенні вищої освіти на ключовий фактор досягнення Україною Цілей сталого розвитку ООН до 2030 р., а університетів – на глобально конкурентоспроможні інституції [5, с. 32].

Нині підвищення конкурентоспроможності закладів вищої освіти гальмується відсутністю необхідних умов для діяльності висококваліфікованого академічного персоналу. Спостерігається зниження престижності науково-педагогічної діяльності, неухильне зменшення частки фінансування науки не мотивує молодих людей до зайняття науковими дослідженнями. Невисокий рівень заробітної плати, відсутність соціальних гарантій та можливостей реалізації особистісного потенціалу призводить до відтоку талановитої молоді з вітчизняних ЗВО і наукових установ [5, с. 86].

Отже, Україна має ряд конкурентних переваг (вигідне географічне положення, емний ринок, наявність поглибленої та всебічної зони вільної торгівлі між Україною та ЄС, здатність до інновацій, відносно високий рівень розвитку людського потенціалу, наявність освічених кадрів, наукових шкіл), які дають змогу їй успішно виробляти інтелектуальні продукти, перш за все, інновації. Основою української інноваційної конкурентоспроможності має стати людський капітал, а також знання і результати наукових досліджень. Їх ефективне використання в Україні з можливістю виходу на світові ринки сприятиме сталому розвитку держави.

У межах реалізації освітньо-кваліфікаційних чинників інноваційної діяльності в Україні слід забезпечити відповідність якості освіти вимогам інноваційної економіки завдяки посиленню взаємодії між університетським, академічним і галузевим секторами науки (спільні дослідницькі проекти, магістерські, PhD програми). Потребує збалансування система підготовки кадрів вищої кваліфікації. Необхідно також розвивати систему безперервної освіти та посилювати інноваційну активність як роботодавців, так і працівників. Особливої важливості також набуває співпраця між усіма учасниками інноваційного процесу, які сприяють інноваціям на всіх етапах створення та виведення інноваційного продукту на ринок.

Бібліографічний список:

1. Стратегія розвитку сфери інноваційної діяльності на період до 2020 року: Схвалено розпорядженням Кабінету Міністрів України від 10 липня 2019 р. № 526-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/526-2019-p#Text> (дата звернення: 25.03.2023).
2. Стан науково-інноваційної діяльності в Україні у 2020 році: науково-аналітична записка / Т.В. Писаренко, Т.К. Куранда, Т.К. Кваша та ін. К.: УкрІНТЕІ, 2021. 39 с. URL: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/nauka/2021/06/23/AZ.nauka.innovatsiyi.2020-29.06.2021.pdf> (дата звернення: 25.03.2023).
3. Наукова та науково-технічна діяльність в Україні у 2021 році: науково-аналітична доповідь / Т.В. Писаренко, Т.К. Куранда та ін. К.: УкрІНТЕІ, 2022. 93 с. URL: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/nauka/informatsiyno-analitychni/2022/09/09/Nauk-analitychn.dop.Naukova.ta.nauk-tekhn.diyal.v.Ukrayini.2021-09.09.2022.pdf> (дата звернення: 25.03.2023).
4. Неустров Ю.Г. Механізм інноваційного розвитку та його вплив на систему економічної безпеки України. *Інвестиції: практика та досвід*. 2021. № 10. С. 70-75. URL: http://www.investplan.com.ua/pdf/10_2021/12.pdf (дата звернення: 25.03.2023).
5. Національна доповідь про стан і перспективи розвитку освіти в Україні: монографія / Нац. акад. пед. наук України; [редкол.: В.Г. Кремень (голова), В.І. Луговий (заст. голови), О.М. Топузов (заст. голови)]; за заг. ред. В.Г. Кременя. Київ : КОНВІ ПРІНТ, 2021. 384 с. URL: <https://lib.iitta.gov.ua/726223/1/nac%20dopovid%202021%20color%20%20%281%29.pdf> (дата звернення: 25.03.2023).

УДК: 330.341

ІНКЛЮЗІЯ ІННОВАЦІЙ І СТРАТЕГІЇ СУБ'ЄКТІВ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

Онегіна В.М., доктор економічних наук, професор,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-0794-8032>

Петровський О.О., здобувач третього рівня вищої освіти,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

У сучасному глобальному економічному просторі з високою швидкістю змін впровадження інновацій, підтримка інноваційної активності суб'єктів бізнесу стають не лише завданнями стратегічного

розвитку, а її умовою виживання підприємства в мінливому зовнішньому середовищі. Та інноваційна активність підприємств є залежною від багатьох чинників: політичної стабільності, макроекономічних умов, інституційного середовища, розвитку науково-технічної сфери, інноваційного потенціалу галузі та власне суб'єкта господарювання. Незважаючи на значні наукові надбання, подальша генерація новацій, їх придбання і запровадження сучасних технологічних та продуктивних інновацій суб'єктами бізнесу потребують значних фінансових та людських ресурсів. І якщо транснаціональні корпорації, великі виробники мають доступ до таких ресурсів, то малий і середній бізнес не володіє ними. Таким чином, в інноваційній сфері формуються умови, які порушують інноваційну інклюзію, та фактично, сильний стає сильнішим, а слабкий навіть за ефективного виробництва необхідної ринку продукції витісняється з ринку. Отже, за сучасних умов сформувався практична та наукова проблема щодо забезпечення доступності інновацій, їх інклюзії для малих та середніх виробників.

Проблематика інноваційного розвитку знайшла відображення в працях багатьох як закордонних науковців, П. Друкера, К. Фрімена, Л. Соете [9-10], так і українських, зокрема, Л. Ганущак, Л. Кучер, В. Луньової, Ю. Лупенка, Л. Федулової [1-4, 6] та інших. Зокрема, Л. Кучер, Л. Ороховська та М. Хелдак доводять, що «у цілому по аграрній галузі її по тваринництву зокрема великі підприємства мали вищий інтегральний показник готовності до впровадження інноваційних проєктів, ніж середні та малі підприємства» [2, с. 224]. У нашому дослідженні увага сконцентрована на визначені типу інноваційної стратегії для малих та середніх підприємств з метою інклюзії інновацій.

Термін «інклюзія» набув поширення разом з концепцією інклюзивного розвитку. Як правило, інклюзія розглядалася стосовно створення умов для реалізації можливостей людей, наприклад, як практика або політика забезпечення рівного доступу до можливостей і ресурсів для людей, які в іншому випадку могли б бути відчуженими або маргіналізованими, внаслідок певних вад або обставин [12]. Та умови інклюзії можуть розповсюджуватися не тільки на фізичних осіб, а її включати інших суб'єктів, наприклад, суб'єктів бізнесу, політичні та суспільні організації. Тому пропонуємо розглядати інклюзію інновацій як політику, спрямовану на створення рівних можливостей доступу до них суб'єктів господарювання, які орієнтовані на інноваційну модель розвитку та за об'єктивних умов ресурсного забезпечення не мають доступу до інновацій.

Вітчизняні науковці звернули увагу на необхідність використання інтеграційної стратегії інноваційного розвитку для сільськогосподарських підприємств з недостатніми фінансовою та матеріально-технічною складовими їх інноваційного потенціалу [4, с. 219]. Стратегію, засновану на інтеграційних засадах та обґрунтовану на основі теорії ігор, яку назвали «конкуренцією», запропонували закордонні вчені [7]. Вважаємо, стратегія конкуренції може бути використана суб'єктами малого та середнього підприємництва у вирішенні проблеми інклюзії інновацій. Принципи цієї стратегії (англ. *coopetition*), були запропоновані професорами Нью-Йоркського університету Адамом М. Бранденбургером та Єльського університету Баррі Дж. Налебаффом [7]. Походження назви цієї стратегії від поєднання термінів «кооперація» та «конкуренція» [11]. На основі математичних моделей науковцями було доведено, що співпраця між конкурентами може розширити ринок та збільшити переваги для всіх його гравців навіть за стану конкуренції між ними [7-8].

Сільське господарство як галузь за своєю структурою наближене до моделі досконалої конкуренції. Кількість сільськогосподарських підприємств в Україні у 2020 році налічувала 47,5 тисяч, у тому числі 31,8 тис. фермерських господарств. Аграрні товаровиробники конкурують на ринках ресурсів та продукції. Більше 90% сільськогосподарських товаровиробників є малими та середніми, з площею сільськогосподарських угідь 2000 га та менше [5]. Їх кооперація в інноваційній діяльності, зокрема у замовленні та фінансуванні наукових досліджень та розробок, організації підготовки та забезпеченні готовності персоналу до впровадження інноваційних технологій, сприятиме інноваційному розвитку як окремих товаровиробників, так і всій галузі.

Отже, використання стратегії конкуренції і таким чином поєднання зусиль малих і середніх сільськогосподарських підприємств, фермерів має реальний потенціал для забезпечення їх інноваційної активності на основі розширення можливостей доступу до інновацій та їх запровадження.

Бібліографічний список:

1. Ганущак-Єфіменко Л.М., Єрмошенко М.М. *Економіка та управління інноваційною діяльністю*. Київ: Національна академія управління, 2017. 212 с.
2. Кучер Л., Хелдак М., Ороховська Л. Оцінка готовності аграрних підприємств до впровадження інноваційних проєктів. *Agricultural and Resource Economics*. 2023. Vol. 9. No. 1. Рр. 224-259. <https://doi.org/10.51599/are.2023.09.01.11>

3. Лупенко Ю.О. Пріоритетні напрями інноваційної діяльності в аграрній сфері України. *Економіка АПК*. 2014. № 12. С. 5-11.

4. Онегіна В.М., Луньова В.А. *Стратегії інноваційного розвитку сільськогосподарських підприємств*. Харків: ТОВ «Смугаста типографія», 2016. 273 с.

5. Статистична інформація. Державна служба статистики України. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/>

6. Федулова Л.І. *Інноваційна економіка*. Київ: Либідь, 2006. 480 с.

7. Brandenburger A. M., Nalebuff B. J. *Co-opetition*. McGraw Hill.1997.

8. Brandenburger A. M., Nalebuff B. J. The Rules of Coopetition. *Harvard Business Review*. 2021. URL: <https://hbr.org/2021/01/the-rules-of-co-opetition>

9. Drucker P.F. *Innovation and Entrepreneurship*. Practice and Principles. HarperCollins Publishers, Inc. 1993.

10. Freeman C. & Soete L. *The Economics of Industrial Innovation*: Third ed. Cambridge: MIT Press, 1997.

11. Lutkevich B. What is coopetition (co-opetition). URL: <https://www.techtarget.com/searchcio/definition/co-opetition#:~:text=>

12. Oxford Languages. URL: <https://languages.oup.com/google-dictionary-en>

УДК: 330.131.7

СУТНІСТЬ ЕЛЕМЕНТІВ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ

Абоян С.Ю., здобувач вищої освіти*,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

Інновації виконують особливу функцію в системі відтворення – функцію породження змін, що дозволяє оцінити їх як джерело саморозвитку та самоорганізації підприємницьких систем та як найважливіший внутрішній процес та структуроутворюючий елемент. Інновації, складаючи основу перетворень у соціально-економічних системах, впливають на структуру, визначають темпи та масштаби економічних процесів та супутніх їм структурних змін.

Інновації визначають майбутній розвиток компанії та передбачають досить значні зміни в управлінні підприємством, виробництві, маркетингу. Компанії підходять до інновацій у найширшому сенсі, використовуючи як нові технології, і нові методи роботи, освоюючи нові методи досягнення конкурентоспроможності чи знаходячи кращі способи конкурентної боротьби під час

* Науковий керівник – доктор економічних наук, професор В.М. Онегіна

використання старих способів [1]. Інновації можуть виявлятися у новому дизайні продукту, у новому процесі виробництва, у новому підході до маркетингу чи новій методиці підвищення кваліфікації працівників. У своїй більшості вони виявляються досить простими та некардинальними, заснованими скоріше на накопиченні незначних поліпшень та досягнень, ніж на єдиному великому технологічному прориві.

Поняття «інновація» вперше з'явилося у дослідженнях культурологів та означало запровадження деяких елементів однієї культури до іншої. У процесі вдосконалення традиційних способів життя почали вивчатися закономірності технічних, технологічних, організаційних, економічних та інших інновацій. З економічної погляду поняття «інновація» вперше розглянув австрійський економіст Й. Шумпетер [2, с. 52] у роботі «Теорія економічного розвитку» (1911 р.). Він ввів у науковий обіг термін «інновація» та розібрав питання нових комбінацій змін у розвитку, давши повний опис інноваційного процесу. Й. Шумпетер виділяв п'ять змін у розвитку: 1) використання нової техніки, технологічних процесів чи нового ринкового забезпечення виробництва; 2) використання продукції з новими якістьми; 3) використання нової сировини; 4) зміни в організації виробництва та його матеріально-технічному забезпеченні; 5) поява нових ринків збуту. В табл. 1 наведено кількість інноваційно активних підприємств в Україні за 2016-2020 роки.

За досліджуваній період в Україні спостерігалось зниження інноваційної активності підприємств. І якщо за період 2016-2018 роки їх кількість становила 8173 підприємства (28,1 % в загальній кількості підприємств), то за 2018-2020 роки 2281 інноваційно активних підприємств (8,5% в загальній кількості підприємств). В 2016-2020 роках найбільша кількість інноваційно-активних підприємств була в переробній промисловості 3626 од. (31,8 % в загальній кількості підприємств) за 2016-2018 роки та 1452 одиниць за 2018-2020 роки.

Сам термін «інновація» Й. Шумпетер став використовувати у 30-ті роки ХХ ст. При цьому під інновацією він розумів зміну з метою впровадження та використання нових видів споживчих товарів, нових виробничих, транспортних засобів, ринків та форм організації у промисловості. Згідно з Й. Шумпетером інновація є головним джерелом прибутку: «прибуток, по суті, є результатом виконання нових комбінацій», «без розвитку немає прибутку, без прибутку немає розвитку» [2, с. 58]. Науковець визначає зміст та місце економічної інновації в рамках виробничої функції. Він зазначав, що «виробнича

функція визначає кількісну зміну продукту та факторів, що впливають на нього. Якщо замість суми факторів ми змінимо форму функції, то отримасмо інновацію».

Таблиця 1

**Кількість інноваційно активних підприємств в Україні
за видами економічної діяльності**

	Кількість інноваційно активних підприємств, одиниць		Частка кількості інноваційно активних підприємств у загальній кількості підприємств, %	
	2016-2018	2018-2020	2016-2018	2018-2020
Усього	8173	2281	28,1	8,5
Промисловість	4060	1550	29,5	12,9
Добувна промисловість і розроблення кар'єрів	107	26	21,9	10,7
Переробна промисловість	3626	1452	31,8	13,1
Постачання електроенергії, газу, пари та кондиційованого повітря	143	37	20,0	11,5
Водопостачання; каналізація, поводження з відходами	184	35	15,8	8,9
Транспорт, складське господарство, пошта та кур'єрська діяльність	568	133	15,5	3,6
Інформація та телекомунікації	619	121	31,5	6,4
Фінансова та страхова діяльність	222	12	38,3	6,5

Загалом інновації можна згрупувати за основними ознаками, більшість із яких розглянуті різними авторами, за даними ознаками визначено типи інновацій. Деякі ознаки та окремі види інновацій, виділені за тими чи іншими ознаками, частково дублюють одне одного.

1. Предмет та сфера застосування інновацій. Ця класифікаційна ознака передбачає розподіл інновацій на продуктові (нові продукти та нові матеріали), ринкові (інновації, що відкривають нові сфери застосування продукту та дозволяють реалізувати продукт на нових ринках), інновації – процеси (технології, організація виробництва та управлінські процеси) [3, с. 52].

2. Ступінь новизни. Інновації можуть бути засновані на нових відкриттях або створені на основі нового способу застосування вже запровадженого відкриття.

3. Характер потреб, що задовольняються. Інновації можуть бути орієнтовані на наявні потреби або створювати нові.

4. Місце та роль в процесі виробництва. Можна виділити основні та доповнюючі нововведення. Основні продуктові нововведення створюють нові ринки та лежать в основі нових галузей, що доповнюють продуктові – розширюють ринок у відповідних галузях. Основні технологічні – становлять базис великих технологічних систем, додаткові технологічні – розвивають наявні базисні технології [4, с. 111].

5. Масштаб поширення. Можуть бути виділені інновації, що стали основою нової галузі, що виробляє однорідний продукт та інновації, які знаходять застосування у багатьох галузях та сферах народного господарства. Часто ці два типи інновацій у часі йдуть один за одним.

6. Значимість інновацій. Класифікація за цією ознакою передбачає виділення базисних (галузеформуючих, що проникають в інші галузі, основних) інновацій, інновацій-видозмін (істотне удосконалення базисних) та псевдоінновації, що становлять незначні зміни базисних [5, с. 168].

7. Спрямованість на процес виробництва. Інновації можуть бути розширюючі, що раціоналізують і заміщають. Розширюючі інновації націлені на більш глибоке проникнення у різні галузі та ринки наявних базисних інновацій. Раціоналізуючі інновації, по суті, близькі до змін. Замінні інновації призначені для заміни одних (старих) продуктів або технологій іншими (новими), створеними для виконання тих самих функцій.

8. Глибина змін, що вносяться. Класифікація дозволяє послідовно простежити переходи від інновацій нижчого рівня до вищого, певною мірою розвинути класифікацію за іншими ознаками.

З метою успішної реалізації цілей розвитку та інноваційних стратегій, створення інноваційного клімату, динамічного відстеження інноваційних активностей формується інноваційна система підприємства. Інноваційна система – частина виробничо-господарської системи підприємства, елементи якої найбільше беруть участь в інноваційному процесі та інноваційних трансформаціях. Сукупність елементів інноваційної системи може забезпечити інноваційні перетворення. Таким чином, інноваційна діяльність є досить специфічним, масштабним, складним і різноманітним за своїм змістом процесом, який для ефективного розвитку потребує використання спеціальних форм і методів управлінського впливу. Точне та правильне розуміння сутності основних термінів інноваційної діяльності полегшує подальше дослідження у сфері її управління.

Бібліографічний список:

1. Батюк Л.А., Антощенко В.В. Інноваційно-технологічні чинники глобального економічного розвитку. *Науковий економічний журнал «Інтелект ХХІ»*. Національний університет харчових технологій, ГО «Інститут проблем конкуренції», Видавничий дім «Гельветика», Київ, 2019. № 1. С. 76-80.
2. Шумпетер Й.А. Теорія економічного розвитку: Дослідження прибутків, капіталу, кредиту, відсотка та економічного циклу. пер. з англ. В. Старка. Київ: Вид. дім «Києво-Могила. акад.», 2011. 242 с.
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. Гавриш О.М., Пильнова В.П., Пісковець О.В. Інноваційне підприємництво: сутність, значення та проблеми в сучасних умовах функціонування. *Економіка та держава*. 2020. № 12. С. 109-113.
5. Антощенко В.В. Організаційно-економічний механізм інноваційного розвитку сільськогосподарських підприємств. *Вісник Харківського національного аграрного університету ім. В.В. Докучаєва, Сер. Економічні науки*. 2021. № 2. Том. 1. С. 161-170.

УДК: 336:330.3

РОЛЬ ПСИХОЛОГІЇ ФІНАНСІВ У РОЗВИТКУ ІНВЕСТУВАННЯ В УКРАЇНІ

Барабаш А.В., кандидат економічних наук, доцент,
Уманський національний університет садівництва,
м. Умань, Україна
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-4836-8950>

Розвиток України повоєнного часу неможливий без активізації інвестиційної складової. Стимулювати інвестування в межах країни, безумовно, здатні традиційні фінансово-економічні інструменти: створення спеціальних і вільних економічних зон, гармонізація податкової системи з зарубіжним податковим законодавством, а також відповідно до внутрішніх переваг і запитів, розробка та впровадження дієвої системи пільг і преференцій тощо. Однак більше уваги слід приділити прихованим від звичайного погляду аспектам психології фінансів, що здатні надати розуміння психологічних факторів впливу на інвестиційні процеси, моделей поведінки потенційних інвесторів, а також їхніх упереджень. Це в подальшому сприятиме формуванню належної стратегії залучення інвестиційних ресурсів.

Психологія інвестування, що є одним з об'єктів психології фінансів, спирається на низку емоційних і когнітивних факторів, що впливають на рішення та поведінку інвесторів. Існує кілька теорій і емпіричних досліджень, що дають змогу зрозуміти психологію інвестування, опорною з яких є поведінкові фінанси. Відповідно до неї, на рішення інвесторів впливають їхні когнітивні упередження, такі як надмірна самовпевненість, неприйняття втрат і стагна поведінка. Саме вони можуть призвести до нераціональних інвестиційних рішень і сприяти неефективності ринку, а також спонукати інвесторів до уникнення інвестиційної діяльності [1].

Наступною є теорія перспектив. Це психологічна теорія, відповідно до якої люди приймають рішення в умовах невизначеності. А ще вони чутливіші до втрат, аніж до прибутків, і, стикаючись з потенційними втратами, схильні приймати рішення з якомога меншим ступенем ризику [2].

Не менш важливим у плані провадження інвестиційної діяльності є емоційний інтелект. Від відповідає за здатність розуміти власні емоції та емоції інших і керувати ними. Дослідження показали, що емоційний інтелект позитивно пов'язаний з фінансовою діяльністю й успішністю інвестицій [3].

Важливо також розуміти, що участь в інвестуванні будуть брати різні типи інвесторів, для яких важливі будуть часто протилежні аспекти інвестиційних пропозицій, а ще їх різнитиме готовність до ризику. Так, першим типом є агресивний інвестор. Він жорсткий і нетерплячий, а ще хоче вагомих результатів. Інвестор такого типу схильний до високого рівня ризику, але на нетривалу перспективу. Тобто такий типаж інвесторів готовий вкладати кошти за доволі стримуючих умов, якщо він розуміє, що винагорода буде суттєвою.

Гнучкий інвестор є прагматичним, відкритим і адаптивним. Природним чином уникаючи упереджень, здатен стримувати імпульси, схильний до збалансованого ризику та винагороди. Тобто для даного типу інвесторів важливо розуміти ті привілеї і гарантії, які він отримує в процесі інвестування.

Обережний інвестор за своєю економічною природою обачний, навіть дещо боязкий. Для нього важливо отримати серйозні гарантії збереження коштів, а також розуміти, за допомогою яких інструментів його ризику будуть мінімізовані.

Нервовий інвестор може бути агресивним, прагматичним або обережним. Доволі часто він приймає нераціональні інвестиційні рішення, адже, з одного боку, схильний ризикувати, забуваючи про гарантії безпеки, а з іншого їх вимагає разом із мінімізацією ризиків.

Останній тип інвестора це торговець або трейдер. Такі інвестори схильні до поспіху та короткострокових вкладень, які надають швидкі прибутки. Тобто на тривалу перспективу вкладення коштів він не розглядає [4].

Також варто зауважити, що на перебіг інвестиційних процесів впливає низка окремих психологічних факторів. Беззаперечним лідером є когнітивні упередження, тобто помилки в мисленні, що можуть призвести до нераціонального прийняття рішень, в основі яких ненадійна фінансова інформація. Емоції, такі як страх, жадібність і занепокоєння можуть впливати на те, як інвестори сприймають і реагують на зміни в інвестиційному середовищі. Особисті цінності та переконання, відповідно яких інвестор може віддавати пріоритет певній відповідальності (наприклад, екологічній) під час прийняття інвестиційних рішень. Не менш значимим є соціальний вплив, що здійснюють на інвесторів думки та дії інших, особливо тих, хто входить до їхнього соціального кола або тих, кого вони вважають експертами в цій галузі. Минулий досвід, одержаний у попередній співпраці, залежно від того, негативним чи позитивним він був, здійснює прямиий вплив на рішення у теперішньому часі. І ще одним лідером думок є доступ до інформації [5].

Працюючи над інвестиційною стратегією України на повоєнну перспективу, важливо врахувати зазначені психологічні фінансові аспекти та розробити декілька варіантів інвестиційних пропозицій, здатних залучити всі названі типи інвесторів. І, безумовно, важливими аспектами мають стати репутація держави та відкритість. Тобто, аби залучити кошти, всі фінансово-економічні процеси в державі мають бути максимально чіткими та прозорими, а інформація – доступною.

Бібліографічний список:

1. Barberis, N., & Thaler, R. (2003). A survey of behavioral finance. *Handbook of the Economics of Finance*, 1, 1053-1128.
2. Kahneman, D., & Tversky, A. (1979). Prospect theory: An analysis of decision under risk. *Econometrica*, 47(2), 263-292.
3. Lopes, P.N., Salovey, P., Côté, S., & Beers, M. (2005). Emotion regulation ability and the quality of social interaction. *Emotion*, 5(1), 113-118.
4. Hall Larry Investor Psychology. Seeking Alpha. Jan. 08, 2019. URL: <https://seekingalpha.com/article/4232088-investor-psychology> (дата звернення: 06.04.2023).
5. Ritter, J.R. (2017). Behavioral finance. *Pacific-Basin Finance Journal*, 43, 149-166. DOI: 10.1016/j.pacfin.2016.06.008.

ОРГАНІЗАЦІЙНА КУЛЬТУРА ТА ЇЇ ВПЛИВ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ УПРАВЛІННЯ ОРГАНІЗАЦІЄЮ

Бурнос Г.В., Саприкіна О.В., Яковлева С.М.,

здобувачі вищої освіти*;

Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

Аналізуючи поняття організаційної культури можна прийти до висновку, що організаційна культура складається з організаційних атрибутів – явних та прихованих норм, зразків поведінки, історичних передумов, тощо, при умові, що вони сприймаються більшістю членів організації та справляють вплив на їх поведінку. Відповідно до цього було визначено наступний перелік найбільш суттєвих ознак культури організації [1]:

- культура організації соціальна, адже на її становлення справляє вплив більшість її членів, або навіть всі;
- культура організації регулює поведінку членів колективу;
- культура організації створюється людьми;
- культура організації усвідомлено або не усвідомлено приймається всіма членами колективу;
- культура організації наповнена традиціями, адже вона проходить певний історичний процес розвитку;
- культура організації здатна змінюватись;
- культура організації пізнається;
- культура організації усвідомлюється і не усвідомлюється;
- культуру організації не можна пізнати за допомогою якогось одного підходу, адже вона багатогранна;
- культура організації є результатом і процесом, адже вона постійно розвивається.

Треба мати на увазі, що не всі базові припущення та цінності які покладені в основу культури організації, поділяються її членами у повному обсязі. Існує можливість формування груп, поділяючих ці компоненти культури лише частково. Культура таких груп одержала назву «субкультури» або «контркультури» [1-4].

Роль культури організації (організаційної культури) у її внутрішньому середовищі надзвичайно велика: вона (культура)

* Науковий керівник – кандидат економічних наук, доцент О.В. Подольська

справляє безпосередній вплив на ефективність та продуктивність функціонування організації (фірми). Тому не дивно що процвітаючі фірми завжди і скрізь відзначаються високим рівнем культури [3].

Досвід таких фірм навчає, що урахувавши роль культури у діяльності організації, треба урахувати наступні п'ять моментів [4]:

– культура відображає відносини не лише між членами організації, але і комплекс припущень про призначення організації;

– культуру не можна ототожнювати з поняттями «соціально-психологічний клімат», «цінності», «стиль керівництва» тощо. Адже культура – явище більш глибоке і саме воно визначає те, якими є «соціально-психологічний клімат», «цінності», «стиль керівництва» та «стиль».

– культура не піддається простому маніпулюванню, адже вона складається роками і навіть десятиліттями і сама визначає стиль управління.

– сильної або слабкої культури не буває, а сильні або слабкі її компоненти. Тому культура буває ефективною або не ефективною: ефективна культура може мати у своєму складі, як сильні, так і слабкі компоненти, неефективна культура поряд із слабкими компонентами можуть бути і сильні. Отже більш правомірним є використання значень «ефективні» або «неефективні».

– не всі аспекти культури безпосередньо впливають на ефективність та продуктивність функціонування організації, але існує багато невидимих, опосередкованих шляхів їх впливу.

Отже, марно у спеціальних наукових виданнях організаційну культуру згадують за ступенем її важливості поряд із структурою організації. Якщо першу називають «Хрестом організації», то організаційна культура розглядається як «Душа організації». Не можна пройти також осторонь і взаємозв'язку між структурою та культурою організації. Зважаючи на важливу роль організаційної культури, яку вона відіграє у внутрішньому середовищі організації, завжди необхідно керівнику-менеджеру розуміти і тримати на контролі фактори, які обумовлюють її становлення та розвиток.

Бібліографічний список:

1. Мінчак Н.Д., Слімаковська І.І. Організаційна культура підприємства як складник ефективного управління. *Науковий вісник НАТУ України. Серія Економічна*. 2018, т. 28, № 9. С. 61-64.

2. Подольська О.В., Оберемок В.В. Мотивація та стимулювання персоналу на підприємствах *Український журнал прикладної економіки*. 2018. Том 3. (№ 3). С. 62-67.

3. Подольська О.В., Оберемок В.В. Напрямки підвищення ефективності управління персоналом на підприємствах *Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка: Економічні науки*. Харків, 2018. Вип. 193. С. 284-290.

4. Кошельник В.М. Сутність та значення організаційної культури у системі управління підприємством в умовах транзитивної економіки. *Менеджмент*. URL: http://www.nbuu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Vchetei/2011_3/NV-2011-V3_47.pdf

УДК: 330.341.1:631.1

ОБ'ЄКТИВНІ ПЕРЕДУМОВИ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ АГРОТЕХНОЛОГІЙ ВИРОБНИЦТВА СОНЯШНИКУ В УКРАЇНІ

Гончаренко В.Є., здобувачка вищої освіти*,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

Продовольча безпека країн, повноцінне забезпечення продовольством їх населення, нажаль, усе ще залишається однією з найважливіших невирішених загальносвітових проблем, яка щороку лише загострюється. Україна має увесь необхідний ресурсний потенціал для максимального задоволення потреб населення не лише нашої країни у якісних продуктах харчування, але й інших країн світу, що стимулює розвиток аграрно-продовольчого сектору. Виробництво товарного соняшнику, при цьому, є стратегічно важливим напрямом розвитку сільського господарства, оскільки насіння соняшнику та продукти його переробки є високорентабельними та конкурентоспроможними товарами як на внутрішньому, так і на світовому ринках [1, с. 14; 3, с. 56].

Соняшник знаходиться у переліку основних сільськогосподарських культур України, ефективність вирощування якої є вельми високою. З початку ХХІ сторіччя соняшник став однією з головних олійно-білкових культур світового землеробства, важливим джерелом виробництва олії і шроту. Україна залишається одним з найбільших виробників насіння соняшнику і соняшникової олії у світі та постачальником їх на світовий ринок. Соняшник за значимістю для

* Науковий керівник – кандидат економічних наук, доцент О.В. Грідін

аграрної сфери національної економіки не поступається таким культурам, як пшениця, кукурудза та соя. Порівняно з іншими олійними культурами, на соняшникову олію припадає близько 95-98 % від загального виробництва олії в Україні. Його вирощування розповсюджене переважно у північних і центральних степових районах країни. Він займає понад 4,0 млн га посівних площ, що становить більш ніж 15,0 % від загальної площі усіх сільськогосподарських культур [5, с. 368-369].

Хоча соняшник є достатньо високо ефективною сільськогосподарською культурою, його рентабельність є значно нижчою, порівняно з дохідністю трейдерів та переробних підприємств. У зв'язку з високою економічною ефективністю виробництва насіння соняшнику та продуктів переробки його вирощування здійснюється в усіх природно-економічних зонах України, що через занадто значну питому вагу культури у структурі посівних площ, призвело до суттєвого зниження родючості ґрунтів та порушення сівозмін.

У світі впродовж останніх кількох десятиліть зростає інтерес до вирощування соняшнику, головним чином, унаслідок підвищення світового попиту на продукти його переробки (олія, шрот, макуха). Як відомо, соняшникова олія – це поживний висококалорійний продукт, що має добрі смакові характеристики та знаходиться у доступному ціновому сегменті для багатьох споживачів, широко застосовується в харчовій промисловості. Останнім часом, завдяки продуктивній селекційній роботі, вміст олії в насінні соняшнику значно збільшився до 50-53 % в районованих сортах і гібридах, а також до 60 % в селекційних. Соняшникова олія з кожним роком стає все більш поширеною у харчовій культурі багатьох країн світу, що обумовлює розширення посівних площ та обсягів виробництва насіння соняшнику. В усіх категоріях господарств України посівні площі під соняшником лише за останні 10 років збільшилися майже на 2 млн гектарів. У 2021 році було найбільше посіяно соняшнику господарствами усіх форм власності Кіровоградської області – 599,8 тис. га, Дніпропетровської – 598,1 тис. га, Харківської – 565,6 тис. га, Запорізької – 531,1 тис. га, Миколаївської – 491,4 тис. га і Луганської – 427,1 тис. га. Наразі, соняшник вирощують близько 22 тис. підприємств різних організаційно-правових форм. Проте, фактично, більшість із них отримують урожайність на рівні в межах лише 1,5-1,6 т/га [4].

Внутрішній потенціал України при виробництві соняшнику реалізовується не у повному обсязі, відповідно залишаються

невикористаними резерви нарощування обсягів виробництва, головним чином за рахунок упровадження інноваційних агротехнологій, що передбачає використання високопродуктивних гібридів й сортів посівного матеріалу, а також комплексному захисту рослин і оптимальному мінеральному та органічному живленню. За оцінками експертів урожайність соняшнику в Україні може досягти рівня 3 т га і навіть більше [4].

Товарний соняшник з року в рік має стабільний ринковий попит, що свідчить про його високу ліквідність та експортну привабливість. Для нарощування обсягів виробництва соняшнику велике значення має [2, с. 35; 3, с. 58-59; 5, с. 371-372]: удосконалення регіонального розміщення посівів цієї культури, виходячи з її біологічних особливостей, вимог до умов, технологій вирощування, підбору високо районованих сортів, застосування відповідних засобів захисту тощо; створення умов для підвищення інтенсифікації вирощування соняшника при одночасному скороченні його частки у структурі посівів, а також концентрація у регіонах із найбільш сприятливими природно-кліматичними умовами; неухильне дотримання науково-обґрунтованих сівозмін; застосування новітньої техніки та впровадження сучасних інноваційних ресурсозберігаючих агротехнологій виробництва, що забезпечують підвищення урожайності та покращення параметрів якості отриманої продукції; посилення коопераційної та інтеграційної взаємодії тощо.

Зростання попиту світового продовольчого ринку на соняшникову олію буде й надалі стимулювати збільшення виробництва насіння соняшнику в Україні, як це вже відбувається впродовж останніх кількох десятиліть. Проте, на відміну від попередніх років, коли це відбувалося здебільшого екстенсивним шляхом, внаслідок розширення і перерозподілу посівних площ від одних сільськогосподарських культур до інших, наразі цей ресурс є вкрай обмеженим. Кормова група культур в Україні зменшена до мінімуму, відповідно збільшення виробництва насіння соняшнику має відбуватися саме шляхом застосування інноваційних агротехнологій.

Бібліографічний список:

1. 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. URL: http://apie.org.ua/wp-content/uploads/2019/12/apie_2019_r02_a02.pdf
DOI: <https://doi.org/10.36887/2524-0455-2019-2-2>

2. 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

3. Зінгасва Н.Є., Матвієнко С.А. Формування та функціонування вітчизняного ринку соняшнику. *Вісник Одеського національного університету. Серія : Економіка*. 2016. Т. 21, Вип. 5. С. 56-60. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vonu_econ_2016_21_5_13

4. Кернасюк Ю. Кон'юнктура ринку соняшнику. URL: <http://agro-business.com.ua/agro/ekonomichni-hektar/item/23724-koniunktura-rynku-sonyashnyku.html> (дата звернення: 10.03.2023).

5. Шарковська С.В. Теоретичні засади розвитку ринку соняшнику в Україні. *Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України. Серія : Економіка, аграрний менеджмент, бізнес*. 2017. Вип. 260. С. 367-374. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvnu_econ_2017_260_42

УДК: 347.77/78(477)

ІНТЕЛЕКТУАЛЬНА ВЛАСНІСТЬ В УКРАЇНІ ТА СВІТІ: КОНТРАФАКТ І ПІРАТСТВО

Гордєєва І.О., кандидат технічних наук, доцент,
Український державний університет науки і технологій,
м. Дніпро, Україна
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-2019-2527>

Тематика захисту економік від так званого «сірого бізнесу», контрафактної та піратської продукції безумовно залишається актуальною останні два десятиліття, як для міжнародного, так і для українського бізнесу.

Передумовами прогресування цих явищ є стрімкий розвиток платформ електронної комерції. Розмита регламентація відносин у сфері охорони та захисту прав інтелектуальної власності (ІВ) в інтернет-середовищі активізує поширення піратства та розповсюдження нелегальних копій ІВ. А сам процес захисту прав власників авторських прав, торгових марок та патентів у цифровому просторі складний та не достатньо ефективний.

Метою дослідження є аналіз сучасного стану захищеності прав інтелектуальної власності (ІВ) в умовах боротьби з піратством, нелегальними копіями ІВ, контрафактними товарами в Україні та світі.

У звітах Всесвітньої організації інтелектуальної власності (WIPO), Організації економічного співробітництва та розвитку (OECD) і Відомства з інтелектуальної власності ЄС (EUIPO) зазначається, що втрати від торгівлі контрафактними та піратськими товарами у світі за різними роками становили: в 2019 році – 464 мільярди доларів (2,5% світової торгівлі) [1, с. 8]; в 2016 році – 509 мільярдів доларів (3,3% світової торгівлі) [1, с. 8]; в 2013 році – 461 мільярд доларів (2,5% світової торгівлі) [1, с. 8]; у 2007 році – 250 мільярдів доларів (майже 2% світової торгівлі) [2], у 2006 році більш ніж 200 мільярдів доларів [2]. Як зазначається у звіті [1, с. 8], обсяг торгівлі підробками залишився значним, а втрати у порівнянні близькі до ВВП країн з розвинутою економікою, таких як Австрія чи Бельгія. А одна реалізована контрафактна одиниця товару витісняє з ринку як мінімум одну одиницю легальної продукції [3].

Наведена статистика базується лише на глобальних митних вилученнях і не включає контрафактні товари, які не були вилучені. Представлені цифри підтверджують негативну динаміку зростання обсягу торгівлі контрафактними та піратськими товарами на світовому ринку.

За останнє десятиліття суми втрат практично не змінилися, а отже незаконна торгівля підробками залишається серйозною проблемою для сучасних, відкритих і глобалізованих економік. Важливим у зростанні цих цифр є і те, що воно відбулося під час уповільнення загальної світової торгівлі.

За даними Global Brand Counterfeiting Report, витрати на боротьбу з контрафактними товарами в світі зросли з 98 мільярдів доларів у 2013 році до 1,13 трильйони доларів у 2020 році. Це свідчить про те, що проблема контрафакту та піратства є серйозною не тільки для України, а і для світу.

У огляді Торгового представництва США (USTR) відомих ринків контрафакту та піратства за 2020 рік, відзначена і Україна та її ринок 7-й кілометр, що на околиці міста Одеси [4, с. 46]. Як зазначається у звіті Ринок 7-й кілометр є одним з найбільших оптово-роздрібних ринків Європи та важливим внеском у місцеву економіку. Проте продавцям на цьому ринку доручають продавати великі обсяги підроблених товарів з Китаю та інших країн Азії [4, с. 46]. У звіті також зазначено, що оглядачами USTR не зафіксовано повідомлень про примусову діяльність з боку української влади, але і мір щодо боротьби з контрафактом теж не зафіксовано. Отже, оглядачами USTR зроблено висновок, що продавці продовжують безкарно займатися продажем контрафакту [4, с. 46].

Слід зазначити, що поширення контрафактної та піратської продукції завдає шкоди правовласникам об'єктів ІВ, виробникам та продавцям оригінальних товарів, які несуть не тільки фінансові збитки, а потерпають від втрати їх репутації виробників. Страждають і національні інтереси, оскільки дане явище веде не тільки до втрати країною інвестиційної привабливості, а також і до втрати бюджетних надходжень та робочих місць, що у свою чергу підриває стабільність економічного розвитку.

Безумовно, що поширення контрафактної продукції, порушення прав ІВ потребують впровадження ефективних заходів з розкриття і припинення цих порушень, зміцнення відповідальності та запровадження механізми боротьби з піратством та нелегальними копіями. Для успішного вирішення цих питань необхідно поснати зусилля держави, наукових установ, бізнесу та громадськості, створити сприятливі умови для інноваційної діяльності та підтримки ІВ.

Бібліографічний список:

1. Illicit Trade Global. Trade in Fakes. A worrying threat. report OECD/EUIPO 2021, 92 p. URL: https://euipo.europa.eu/tunnel-web/secure/webdav/guest/document_library/observatory/documents/reports/2021_EUIPO_OECD_Report_Fakes/2021_EUIPO_OECD_Trade_Fakes_Study_FullR_en.pdf (дата звернення 29.03.2023 р.).

2. Counterfeiting and Piracy Endangers Global Economic Recovery say Global Congress leaders. URL: https://www.wipo.int/pressroom/en/articles/2009/article_0054.html (дата звернення 29.03.2023 р.).

3. Манєвська А.О., Перерва П.Г., Ткачов М.М. Дослідження українського ринку контрафактної продукції. *Законодавство України у сфері інтелектуальної власності та його правозастосування: національні, європейські та міжнародні виміри*. Матеріали 9-ї Всеукр. наук.-практ. конф. молодих вчених та студентів з проблем інтелектуальної власності (24 вересня 2021 р.). Київ, 2021. С. 228-234. URL: <https://drive.google.com/file/d/1P1DKAkA9dD0usglVUI74edvGWXBB9fv/view> (дата звернення 28.03.2023 р.).

4. 2020 Review of Notorious Markets for Counterfeiting and Piracy. United States Trade Representative (USTR). URL: [https://ustr.gov/sites/default/files/files/Press/Releases/2020%20Review%20of%20Notorious%20Markets%20for%20Counterfeiting%20and%20Piracy%20\(final\).pdf](https://ustr.gov/sites/default/files/files/Press/Releases/2020%20Review%20of%20Notorious%20Markets%20for%20Counterfeiting%20and%20Piracy%20(final).pdf) (дата звернення 28.03.2023 р.).

ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВА ЯК ФАКТОР ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ

Дерев'янюк В.А., здобувач вищої освіти*,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

Інноваційна спрямованість стає невід'ємною характеристикою сучасної економіки, основною умовою становлення ефективної моделі економічного зростання. Перехід економіки країни на інноваційний шлях розвитку визначає динаміку економічного зростання та рівень конкурентоспроможності підприємств усередині галузей та у світовому господарстві в цілому. До пріоритетних завдань розвитку економіки промислових підприємств відносять забезпечення сталого економічного зростання, підвищення обсягу інвестицій з метою розвитку, формування ефективної інфраструктури господарювання, зростання інноваційного потенціалу, підвищення ефективності управління рівнем ділової активності та ін. Інноваційна діяльність розглядається, як найважливіше джерело розвитку, що дозволяє підвищувати конкурентоспроможність економіки, а інновації є своєрідним індикатором ділової активності, визначаючи перспективні сектори, що швидко розвиваються, за умови сприятливого інноваційного та інвестиційного клімату.

Комплексний характер інновацій, їх багатосторонність та різноманітність областей та способів використання потребують їх класифікації. У табл. 1 представлені класифікаційні групи інновацій, що дозволяють визначати напрями інноваційного процесу, що вимагають коригування чи підтримки, а також виявляти неоднорідність інновацій та підбирати методи управління кожною з них, адекватні особливостям кожного інноваційного процесу.

Виходячи з перерахованого вище, можна сформулювати визначення інновації наступним чином: інновація – це реалізація нововведення в будь-якій сфері суспільного розвитку з метою створення нової цінності, що сприймається споживачем, набуття конкурентної переваги її творцем, забезпечення позитивних техніко-економічного, соціального, екологічного ефектів та стимулювання безперервного науково-технічного прогресу.

* Науковий керівник – доктор економічних наук, професор В.М. Онегіна

Класифікаційні ознаки інновацій

Класифікаційна ознака	Класифікаційні угруповання інновацій
Галузь застосування	управлінські, організаційні, соціальні, промислові і т.д.
Етапи НТП, результатом яких стали інновації	наукові, технічні, технологічні, конструкторські, виробничі, інформаційні
Ступінь радикальності	базисні, системні, що приростають, псевдо інновації
Темпи здійснення інновацій	пвидкі, уповільнені, загасаючі, наростаючі, рівномірні, стрибкоподібні
Масштаби інновацій	трансконтинентальні, транснаціональні, регіональні, великі, середні, дрібні
Результативність інновацій	висока, низька, стабільна
Ефективність інновацій	економічна, соціальна, екологічна, інтегральна
Причини виникнення	стратегічні та реактивні (адаптивні)
Характер зв'язку з науковим знанням	висхідні та низхідні

Передова зарубіжна та вітчизняна практика довела, що нині основними чинниками розвитку будь-якої господарської системи є інноваційні, серед яких – нова техніка, системні технології нового типу, нова організація праці та виробництва, нова мотиваційна система. Зміст інноваційного чинника економічного зростання можна систематизувати виділенням особистісного, матеріально-технологічного та інформаційного елементів. Особистісна складова є підвищення якості робочої сили, а саме, – підвищення рівня культури, кваліфікації працівників; покращення стану їхнього здоров'я; застосування досконаліших технологій управління людьми, вкладених у розкриття їх творчого потенціалу. Матеріально-технічна складова є підвищення якості основного капіталу, використовуваних матеріалів; вдосконалення технології виробництва, організації збуту тощо. Інформаційну складову можна визначити як створення «електронної системи», що пронизує виробничі процеси, бізнес-процеси [1, с. 40; 2, с. 155]. В табл. 2 проаналізовано обсяг реалізованої інноваційної продукції в Україні (товарів, послуг) за видами економічної діяльності.

За даними державної служби статистики (табл. 2), обсяг реалізованої інноваційної продукції (товарів, послуг) в Україні за 2020 рік становив 59509 млн. грн (1,1 % до загального обсягу реалізованої продукції). Найбільшу частку інноваційної продукції спостерігалось в переробній промисловості на суму 44498 млн. грн. Найбільшу частку інноваційної продукції в загальному обсязі

реалізованої продукції зафіксовано в сфері наукових досліджень і розробок – 25%, що на 8,3 в.п. менше ніж в 2018 році (5057,3 млн. грн).

Таблиця 2

**Обсяг реалізованої інноваційної продукції в Україні
(товарів, послуг) за видами економічної діяльності**

	Обсяг реалізованої інноваційної продукції (товарів, послуг)			
	млн. грн		% до загального обсягу реалізованої продукції підприємств відповідного виду економічної діяльності	
	2018	2020	2018	2020
Усього	39121,4	59509,0	0,7	1,1
Промисловість	27329,6	50485,8	0,9	1,9
Добувна промисловість і розроблення кар'єрів	315,1	5817,8	0,1	1,8
Переробна промисловість	26864,2	44498,0	1,4	2,4
Постачання електроенергії, газу, пари та кондиційованого повітря	126,2	169,9	0,0	0,0
Водопостачання; каналізація, поводження з відходами	24,0	к/с	0,1	к/с
Транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність	1314,1	1602,3	0,3	0,4
Інформація та телекомунікації	766,2	962,9	0,7	0,7
Фінансова та страхова діяльність	1732,0	191,3	4,2	0,6
Наукові дослідження та розробки	5057,3	4084,0	33,3	25,0

Джерело: складено автором за даними [3]

В економічній науці виділяється два типи економічного зростання – екстенсивний і інтенсивний. Перший тип розвитку визначає збільшення доходів та чистого прибутку за рахунок управління кількісними факторами-ресурсами, наприклад, нарощування виробничих потужностей, збільшення витрат на маркетинг та рекламу. Інтенсивний тип розвитку зумовлює економічне зростання за рахунок використання якісних факторів, що втілюють нові досягнення науки та є основним джерелом підвищення рівня та якості життя населення [4, с. 168].

Виходячи з сутності економічного розвитку, процес інноваційних змін циклічно повторюється з появою технологічних, продуктових, управлінських інновацій і має випереджувальний

характер. У зв'язку з цим концепція економічного зростання передбачає включення узгодженої за часом та збалансованої за ресурсами взаємодії інноваційних циклів із економічними змінами.

Кожен етап економічного зростання має свої обмеження за величиною активів, чисельністю працюючих, фінансового потенціалу, технологічних та інформаційних можливостей. У міру досягнення зазначених граничних величин проявляється дія закону зниження ефективності продуктивності факторів виробництва, що може служити індикатором для початку чергового етапу економічного зростання підприємства [5, с. 10].

На промислових підприємствах вплив інноваційного чинника на економічне зростання проявляється у наступному: посиленням інтенсивних факторів розвитку виробництва, які сприяють широкому впровадженню науково-технічного прогресу в усіх галузях економічної діяльності; визначальною роллю науки у підвищенні ефективності розробки та впровадження нової техніки; необхідністю суттєвого скорочення термінів створення, освоєння нової техніки, підвищення технічного рівня виробництва; специфікою процесу науково-технічного виробництва, що виражається в невизначеності результатів, багатоваріантності досліджень, наявності ризику та можливості отримання негативних результатів; збільшенням витрат та погіршенням економічних показників підприємств при освоєнні нової продукції; швидким моральним старінням техніки та технологій; об'єктивною необхідністю прискореного впровадження нової техніки та технологій тощо.

Таким чином, якісне економічне зростання промислових підприємств виявляється у побудові більш гнучкої організаційної структури з проблемно-цільовою орієнтацією, впровадженні нових технологій та методів управління персоналом, застосуванні якісно нових та ефективніших технічних засобів виробництва.

Бібліографічний список:

1. Саїнчук Н.В. Сучасний стан інноваційної діяльності промислових підприємств в Україні. *Науковий вісник Чернівецького університету. Серія Економіка*. 2019. № 809. С. 39-47.
2. Артеменко А.К., Антощенкова В.В., Пономарьова М.С. Мотивація та стимулювання праці в ефективному управлінні та інноваційній діяльності підприємства. *Вісник ХНАУ ім. В.В. Докучаєва, Серія «Економічні науки»*. 2020. № 1. С. 152-164.
3. Офіційний веб-сайт Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>

4. Онегіна В.М., Антощенко В.В., Кравченко Ю.М. Сучасний стан та перспективи інноваційного розвитку сільськогосподарських підприємств, які спеціалізуються на виробництві продукції тваринництва. *Український журнал прикладної економіки*. 2021. № 4. С. 164-170.

5. Antoshchenkova V., Antoshchenkov R., Anisimova O. Enhancing competitiveness as a key factor in improving living standards Vectors of competitive development of socio-economic systems : monograph. Ed. by O. Mandych, T. Pokusa. Academy of Management and Administration in Opole, 2020. P. 4-10.

УДК: 336.7

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ АНАЛІЗУ ЕФЕКТИВНОСТІ ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЄКТІВ

Дороніна В.І., здобувач вищої освіти*,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна.

У період становлення ринкової економіки в Україні активізація інвестиційної діяльності підприємств відіграє ключову роль. У зв'язку з цим, актуальними стають проблеми управління інвестиційними процесами. Необхідною умовою сучасного розвитку економіки України є висока інвестиційна активність, що досягається шляхом збільшення інвестиційних ресурсів і ефективного його використання в пріоритетних галузях. За умов стабілізації економіки, що сприятиме активізації інвестиційних процесів в різних сферах господарства і, насамперед, у промисловості та сільському господарстві, постає проблема визначення оптимальних методичних підходів до вивчення питань інвестування українських підприємств.

Інвестиції нами розглядаються у розумінні капітальних інвестицій, складовою частиною яких є капітальні вкладення тобто інвестиції, які спрямовані на створення і відновлення основного капіталу. До складу капітальних інвестицій в основні засоби входять: придбання (або виготовлення) нового обладнання, в тому числі витрати на його доставку, установку та пуско-налагоджувальні роботи; модернізація діючого обладнання; будівництво та реконструкція будівель і споруд; технологічні установки, що забезпечують роботу обладнання; нове технологічне оснащення та модернізацію наявного обладнання [1, с. 26].

* Науковий керівник – кандидат економічних наук, доцент С.Є. Ткаченко

У кожному випадку рішення про будівництво заводу або про придбання машин та устаткування буде прийматися за результатами розрахунку майбутніх витрат і можливого прибутку. Підприємство повинно порівнювати вигоди від експлуатації нового заводу або устаткування, тобто приріст прибутку, з рівнем витрат на інвестиції. Однак, оскільки доходи з'являться лише в майбутньому, а витрати виникають з початку будівництва заводу або під час закупівлі устаткування, підприємство повинно порівнювати величину майбутніх надходжень прибутку з поточними витратами [1, с. 112].

Для підприємства, що діє в соціально-орієнтованій ринковій економіці, головною установкою може бути досягнення максимального результату, що має вираз у цінності вкладеного капіталу. Цей взаємозв'язок можна також визначити як процес конкретизації головної мети підприємства.

У рамках стратегії розвитку (стратегічного планування) для розробки інвестиційного плану й оцінки інвестиційних проєктів можуть бути поставлені та розглянуті шляхи реалізації наступної мети: досягнення мінімального та необхідного інвесторам відсотка на капітал, збільшення рентабельності власного капіталу, зменшення терміну окупності інвестицій. Для оцінки великих обсягів інвестицій, що мають найважливішого значення для майбутнього розвитку підприємства, виокремлюють цільові показники: рентабельності продукції, ліквідності та відновлення асортименту, підвищення ефективності господарської діяльності та стабільності фінансового стану [2, с. 71].

Під час розробки стратегії, бізнес-плану й інвестиційного плану підприємства, спочатку враховуються економічні інтереси власників, інвесторів, працівників підприємства, споживачів продукції та інтереси постачальників.

Наступним кроком після аналізу ситуації визначають головну мету та стратегію підприємства щодо реалізації інвестиційного проєкту.

На наступному етапі визначаються завдання щодо поліпшення використання виробничого потенціалу, включаючи матеріальні, трудові, фінансові ресурси, інновації й інвестиції. Нарешті, на завершальному етапі розробляються довгостроковий і оперативний бізнес-плани підприємства, складовою частиною яких є інвестиційний план. На кожному етапі реалізації обраної стратегії доцільно вносити в бізнес-план та інвестиційні плани коригування, які виникають у процесі моніторингу реальної ситуації [2, с. 172].

Таким чином, задум бізнес-плану реалізується поетапно: спочатку ставлять мету, а потім визначають вигідну ринкову позицію для

підприємства, розробляють комплекс заходів щодо досягнення поставленої мети.

Бізнес-план має потребу в ретельному обґрунтуванні. З цією метою його розвертають у систему приватних завдань: товарно-ринкового, інноваційного, інвестиційного, розвитку виробничого потенціалу, фінансового та інших, які потім реалізують через розробку відповідних розділів бізнес-плану. Ступінь деталізації окремих етапів реалізації інвестиційних проєктів визначається підприємством самостійно. Якщо необхідно тільки продемонструвати ідею та ефективність проєкту, то досить в інвестиційні проєкти додати попереднє обґрунтування інвестиційного задуму та попередню оцінку його економічної ефективності. Якщо ж розробляється детальний інвестиційний проєкт, то керівництву варто детально розкрити всі етапи його розробки.

Складовою частиною такого інвестиційного проєкту є календарний план виконання окремих етапів, що повинен містити дату початку та дату закінчення цих етапів, витрати на їхнє виконання, економічне обґрунтування й оцінку його ефективності [3, с. 17-22].

Концепцію щодо визначення порядку розроблення форм економічних документів (планових, звітних, аналітичних) та порядку здійснення господарських операцій засновано на використанні методу безперервного документування на всіх підприємствах незалежно від форм власності. Тому визначення економічних механізмів та порядку організації первинних документів на підприємствах є важливою ланкою системи організації інвестиційної діяльності. При цьому слід зазначити, що розробка економіко-організаційних механізмів господарських операцій щодо здійснення інвестиційних проєктів, як фактів підприємницької та іншої діяльності, що впливають на стан майна, капіталу, зобов'язань та фінансових результатів дозволить визначити важливе місце та роль первинних документів, які складаються в момент проведення господарської операції [3, с. 32-34].

Проблема оцінки ефективності інвестиційних проєктів завжди була і залишається однією з найважливіших економічних проблем, у ході дослідження яких з'явилися теорії ефективного суспільного виробництва та капітальних вкладень, метою яких було визначення економічної ефективності з урахуванням специфіки процесу відновлення різних галузей народного господарства.

Необхідно зауважити, що в сучасних умовах в Україні виникла потреба у дослідженні та розробці найбільш прогресивних можливостей підвищення та оцінки ефективності інвестиційних

проектів, які виникають завдяки організації сучасного інвестиційного процесу та стають необхідними для прийняття управлінських рішень з урахуванням усіх техніко-економічних аспектів на всіх стадіях інвестиційного циклу від проектування до засвоєння виробничих об'єктів [3, с. 98-99]. При цьому, першочергового вдосконалення потребують методичні аспекти визначення необхідного обсягу та оцінки економічної доцільності інвестицій, їх теоретичної сутності та прогнозування за умови реальної тривалості інвестиційного процесу з метою ефективного інвестування підприємства.

В сучасних умовах під час оцінки ефективності інвестиційних проектів стають необхідними: економічний аналіз грошових потоків, випуску продукції, ресурсів і коштів; аналіз впливу інвестиційних проектів на результати господарської діяльності та зміну фінансового стану підприємства; виявлення впливу використання інвестиційних проектів на навколишнє середовище; аналіз впливу факторів часу та інфляції на інвестиційні процеси; оцінка ризиків, пов'язаних з реалізацією проекту; факторів доцільності, результативності та прибутковості, а також необхідності зіставлення результатів і витрат з орієнтацією на досягнення необхідної норми прибутку. Як свідчить практика, визначення та оцінка показників економічної ефективності інвестиційних проектів є складовою частиною їхнього економічного аналізу, ключові питання якого починаються з аналізу попередньої роботи підприємства та його поточних положень, яке зводиться до розрахунку та інтерпретації розрахунку основних коефіцієнтів, які відображають ліквідність, кредитоспроможність, прибутковість підприємства та ефективність його менеджменту, вивчення звітності підприємства за попередні роки та порівняння основних показників його діяльності [3, с. 115-117].

Ефективність інвестиційного проекту – це категорія, яка відображає його відповідність поставленій меті та інтересам учасників проекту. Сьогодні можна одержати інвестиції тільки на конкурентній, платній, зворотній і терміновій основах як за рахунок коштів державного й обласного бюджетів, так і від комерційних структур, як вітчизняного, так і іноземного походження. В умовах ринку можуть бути прийняті до реалізації інвестиційні проекти з високим рівнем рентабельності і строком окупності до 2-3 років. Реалізація великих інвестиційних проектів зі строком окупності вище 3 років у цей час є неможливою без гарантій держави та підтримки в період реалізації у формі пільгових кредитів, податкових пільг, гарантій тощо.

Бібліографічний список:

1. Верба В.А. Проектний аналіз: підручник. К.: КНЕУ, 2000. 322 с.
2. Бардин Г.О. Проектний аналіз: підручник. К.: Знання, 2006. 415 с.
3. Майорова Т.В. Інвестиційна діяльність: навчальний посібник. К.: ЦУА, 2003. 376 с.

УДК: 330.341.1:631.11

ПАРТНЕРСТВО ЯК ОДИН З КЛЮЧОВИХ ЕЛЕМЕНТІВ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЯМИ В АГРАРНОМУ СЕКТОРІ

Єфремова Н.О., кандидат економічних наук, доцент,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-9358-4743>

Інновації – складний процес, який вимагає співпраці між різними учасниками ланцюжка створення вартості сільського господарства, включаючи агробізнес, дослідників, політиків, споживачів. Інновації мають вирішальне значення, щоб не відставати від мінливих вимог ринку, підвищувати ефективність і продуктивність, вирішувати еколого-соціальні проблеми [1, 2].

Одним з важливих елементів в управлінні інноваціями в аграрному секторі економіки є побудова партнерства. Партнерство може відігравати вирішальну роль у допомозі підприємствам досягти своїх інноваційних цілей. Завдяки партнерству з іншими організаціями підприємства можуть ділитися ресурсами, знаннями та досвідом, а також співпрацювати в проєктах досліджень і розробок [3].

Партнерство має важливе значення для управління інноваціями в сільськогосподарському секторі, оскільки воно дає змогу об'єднувати ресурси, знання та досвід різних зацікавлених сторін. Працюючи разом, партнери можуть розподіляти ризики та витрати, використовувати сильні сторони один одного та генерувати нові ідеї та рішення. Наприклад, фермери можуть надати розуміння практичних проблем, з якими вони стикаються, дослідники можуть привнести науковий досвід, а агробізнес може забезпечити фінансування та доступ до ринку.

Крім того, партнерство може допомогти зміцнити довіру та полегшити спілкування між зацікавленими сторонами. Співпрацюючи, партнери можуть створити спільне бачення та спільні цілі, узгодити

стимули та встановити чіткі канали зв'язку. Це може допомогти запобігти непорозумінням, зменшити конфлікти та збільшити шанси на успіх.

Основні види партнерства [4]:

– державно-приватне партнерство передбачає співпрацю між державними установами, університетами та компаніями приватного сектора. Вони можуть сприяти дослідженню, розробці та комерціалізації нових технологій та інновацій;

– галузеві партнерства передбачають співпрацю між підприємствами в одній галузі чи секторі. Вони можуть сприяти обміну передовим досвідом, технологіями та інноваціями;

– партнерство, яке передбачає співпрацю університетів та агробізнесу. Вони можуть допомогти полегшити передачу знань і досвіду з наукових кіл у виробництво, а також підтримати розвиток і комерціалізацію нових технологій та інновацій.

Розбудовуючи партнерські стосунки, важливо визначити партнерів, які відповідають бізнес-цілям і цінностям, мають ресурси, досвід, щоб сприяти успіху партнерства. Чітка та ефективна комунікація, чітко визначені ролі та обов'язки можуть допомогти забезпечити продуктивне та успішне партнерство.

То ж, партнерство є важливим елементом управління інноваціями в аграрному секторі, оскільки воно забезпечує співпрацю, спільне використання ресурсів і зміцнення довіри між зацікавленими сторонами. Працюючи разом, партнери можуть генерувати нові ідеї та рішення, підвищувати ефективність і продуктивність, вирішувати екологічні та соціальні проблеми.

Бібліографічний список:

1. Hnatkivskyi B. Organizational and Economic Mechanism for the Formation of the Innovative Strategy of Agricultural Enterprises. *Innovation and Sustainability*. 2022. No. 3. P. 132-138.

2. Єфремова Н.О. Особливості імплементації маркетингових інновацій в операційний менеджмент комерційно-підприємницької діяльності суб'єктів агробізнесу. *Галицький економічний вісник*. 2019. № 6. С. 63-68.

3. Єфремова Н.О. Організаційно-економічний механізм управління інноваційною діяльністю аграрних підприємств. *Галицький економічний вісник*. 2023. № 2.

4. Стадник В.В., Головчук Ю.О. Управління інноваціями на основі розвитку партнерських відносин підприємства: монографія. Кам'янець-Подільський: ТОВ «Друкарня «Рута», 2020. 232 с.

РОЛЬ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ СТІЙКОГО РОЗВИТКУ АТ «УКРЗАЛІЗНИЦЯ» В УМОВАХ МОБІЛІЗАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ

Качковський О.Д., здобувач третього рівня вищої освіти *,
Державний податковий університет,
м. Ірпінь, Київська область, Україна

В умовах сьогодення проблеми із низьким рівнем залучення іноземних інвестицій в державі поставили на порядок денний питання подальшого успішного функціонування залізничної галузі. Серед основних причин цього стали карантинні заходи, пов'язані із епідемією Covid-19 та повномасштабне російське вторгнення в Україну у 2022 році, що вже завдало і продовжує завдавати надзвичайно великої шкоди українській економіці. Знищено велику кількість об'єктів інфраструктури та промислових підприємств, значна частина малого та середнього бізнесу або релокувала свої організації, або закрила їх назавжди.

Наразі функціонування вітчизняної економіки відбувається в умовах мобілізаційної економіки, коли вкрай необхідне владне управління сконцентрованими економічними ресурсами країни з метою отримання необхідних економічних результатів за оптимальних витрат та в найкоротший термін. Тому величезне значення має подальша нормальна робота стратегічно важливих підприємств енергетичного, залізничного та інших секторів економіки для наповнення бюджету та подолання викликів, які сьогодні стоять перед нашою державою.

АТ «Укрзалізниця» – державне підприємство, яке підпорядковується Міністерству інфраструктури України (Мінінфраструктури України), утвореному шляхом реорганізації Міністерства транспорту та зв'язку України.

Завдяки наявності розвинутої залізничної мережі та інтенсивної її експлуатації, АТ «Укрзалізниця» за останні п'ятнадцять довоєнних років активно розвивалося та було монопольним і державо важливим підприємством для економічного розвитку та діяльності країни. До початку воєнних дій загальна протяжність її доріг сягала 22 тисячі кілометрів, де працювало 230 тисяч співробітників, а АТ «Укрзалізниця» було одним з найбільших роботодавців країни [1].

* Науковий керівник – доктор економічних наук, професор А.В. Слюсарєва

Сьогодні, на жаль, українська залізнична інфраструктура південно-східного регіону країни зазнала значних руйнувань. За воєнного часу АТ «Укрзалізниця» перетворилась на найважливішу логістичну компанію країни. Залишаючись однією з найважливіших базових галузей економіки країни, залізнична сфера забезпечує її внутрішні й зовнішні транспортно-економічні зв'язки та потреби населення у перевезеннях. Нею доставляються гуманітарні вантажі у південно-східну частину країни. Вона евакуює мільйони людей, які рятуються від бойових дій. Також зросла роль залізниці й щодо транспортування товарів на експорт. Перед війною 50 відсотків експортно-імпортних операцій країна реалізувала через порт Одеси. З часу блокади росіянами морських шляхів Україна збільшила рух пшениці, вугілля, сталі та продуктів хімічної промисловості на Захід саме залізницею [2].

Все це підтверджує значимість стабільної та ефективної роботи такого стратегічно важливого підприємства, як АТ «Укрзалізниця», для економіки України в цілому.

Умови мобілізаційної економіки в Україні накладають особливі вимоги до компаній, зокрема до АТ «Укрзалізниця». За нестабільної ситуації в країні та мобілізації всіх наявних ресурсів, розробка дієвої інвестиційної політики АТ «Укрзалізниця» стає надзвичайно важливою для розвитку української економіки та забезпечення її конкурентоспроможності на міжнародному ринку. Це спонукає необхідність вдосконалення формування інвестиційної політики АТ «Укрзалізниця», як одного із важливих завдань, що стоять перед економічною наукою та практикою.

Умови мобілізаційної економіки в Україні, звичайно ж, включають і підвищення рівня обороноздатності. За таких обставин інвестиційна політика АТ «Укрзалізниця» має бути націлена на забезпечення стабільності компанії та її фінансової здатності.

Дослідженню процесів формування інвестиційної політики та забезпечення розвитку залізничного транспорту приділена увага таких вітчизняних науковців як: О. Дикань [3], Г. Ейтутіс [4], В. Овчиннікова, І. Токмакова та ін. Зокрема, вченими розглянуто потенційні джерела інвестування в розвиток залізничного транспорту України та запропоновано стратегії їх диверсифікації, перспективні джерела інвестування розвитку залізничного транспорту, визначено засади інноваційно-інвестиційного відтворення основних засобів залізничної галузі, сформовано модель інвестування інноваційного розвитку підприємств залізничного транспорту України.

Враховуючи важливість поглядів науковців до даної тематики, теоретичні засади формування інвестиційної політики та управління інвестиціями АТ "Укрзалізниця" натеper залишаються актуальними і потребують подальших досліджень у забезпеченні стійкого розвитку компанії в умовах мобілізаційної економіки та післявоєнної відбудови України.

До того ж, зазначимо, що особлива увага у досягненні успіху в управлінні інвестиціями АТ «Укрзалізниця», як одного з ключових факторів в умовах мобілізаційної економіки, насамперед, має бути приділена:

1) створенню сприятливого інвестиційного клімату: компанія повинна забезпечити прозорість та відкритість управління фінансами, залучати нових інвесторів та партнерів, а також створювати сприятливі умови для їх діяльності;

2) використанню інноваційних технологій та розробці нових продуктів: «Укрзалізниця» повинна активно впроваджувати нові технології та розробляти нові продукти для покращення якості транспортних послуг та забезпечення конкурентоспроможності компанії;

3) ефективному управлінню ресурсами: компанія повинна забезпечувати ефективне використання своїх ресурсів, включаючи фінансові, технічні та людські ресурси;

4) розвитку міжнародної співпраці з іншими компаніями та державними організаціями: «Укрзалізниця» повинна активно співпрацювати з іншими компаніями та державними організаціями для вирішення спільних завдань та досягнення спільних цілей. Наприклад, «Укрзалізниця» та найбільший німецький оператор залізниць Deutsche Bahn AG в вересні 2022 року підписали меморандум про взаєморозуміння та погодилися поглибити своє партнерство. Меморандум про взаєморозуміння передбачає підтримку та співпрацю в галузі міжнародних вантажних перевезень. Домовленість дозволить забезпечити отримання допомоги «Укрзалізницею» у відбудові української залізничної інфраструктури від німецької компанії партнера [5];

5) розвитку нових напрямків перевезень: це може допомогти забезпечити додаткові джерела доходу та покращити конкурентоспроможність компанії на ринку. Особливу увагу необхідно приділити європейському ринку перевезень в умовах євроінтеграції нашої країни;

б) формуванню корпоративної культури: тобто, «Укрзалізниця» повинна створити таку корпоративну культуру, яка б сприяла розвитку інноваційної діяльності та ефективному управлінню інвестиціями.

Також, на нашу думку, одним із важливих аспектів інвестиційної політики «Укрзалізниця» є планування капітальних вкладень у розвиток транспортної інфраструктури. Компанія повинна постійно підтримувати та модернізувати свої залізниці, щоб забезпечити надійну та безпечну роботу залізничної системи. При цьому інвестиції повинні бути націлені на досягнення стратегічних цілей компанії, таких як: підвищення ефективності перевезень, зниження експлуатаційних витрат, покращення якості обслуговування пасажирів та клієнтів.

Іншим важливим аспектом інвестиційної політики, на наш погляд, є планування інвестицій в технічне оснащення та модернізацію вагонів і локомотивів. Це дозволить забезпечити підвищення ефективності та конкурентоспроможності компанії, а також покращити безпеку руху поїздів та забезпечити більш комфортні умови для пасажирів.

Таким чином, стратегія «Укрзалізниця» в умовах мобілізаційної економіки має бути зосереджена на створенні сприятливого інвестиційного клімату, використанні інноваційних технологій та розробці нових продуктів, ефективному управлінні наявними ресурсами, розвитку міжнародної співпраці з іншими компаніями та державними організаціями, розвитку нових напрямків перевезень, формуванні корпоративної культури, плануванні капітальних вкладень в розвиток транспортної інфраструктури та технічному оснащенні та модернізації вагонів та локомотивів. Отже, АТ «Укрзалізниця» зможе орієнтуватися в викликах зовнішнього середовища та позиціонуватися для довгострокового успіху. В цілому ж, застосування існуючих і розвиток більш досконалих і сучасних моделей формування інвестиційної політики таких великих і стратегічного важливих вітчизняних підприємств, як АТ «Укрзалізниця», а також поглиблення і розвиток теоретико-методологічних засад їх практичного використання в умовах мобілізаційної економіки та нестабільного зовнішнього середовища може бути корисним для подальшого розвитку нашої країни.

Бібліографічний список:

1. Україна: долю війни вирішує залізниця? DW.COM. URL: <https://www.dw.com/uk/ukraina-doliu-viiny-vyrishuie-zaliznytsia/a-61738803> (дата звернення: 27.03.2023).

2. 4 листопада – День залізничника України / Національна бібліотека України імені В.І. Вернадського. URL: <https://library.btu.kharkov.ua/sotsiokulturnyi-prostir/kalendarnyi-koshyk/den-zaliznychnyka-ukrainy.html> (дата звернення: 27.03.2023).

3. Дикань О.В. Модель інвестиційного забезпечення впровадження інновацій на промислових підприємствах залізничного транспорту України. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2016. Вип. 7. Ч. 1. С. 125-130.

4. Ейтутіс Г., Никифорок О., Бойко О. Потенційні джерела інвестування в розвиток залізничного транспорту України: можливості їх диверсифікації. *Економіст*. 2012. № 8. С. 64-69.

5. Deutsche Bahn обіцяє довгострокову допомогу і підтримку Укрзалізниці: підписали меморандум. *Економічна правда*. 2022. 20 вересня. URL: <https://www.epravda.com.ua/news/2022/09/20/691681/> (дата звернення: 27.03.2023).

УДК: 658.310.7

МОТИВАЦІЙНИЙ ПРОЦЕС: ОСНОВНІ СТАДІЇ ТА ФАКТОРИ, ЯКІ ВИЗНАЧАЮТЬ ХАРАКТЕР МОТИВАЦІЇ

Літун А.А., Шпартюк Н.О., здобувачі вищої освіти*,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

Мотивацію як процес можна виразити у вигляді шести етапів, які відбуваються один за одним. Звичайно, таке бачення процесу є досить умовним. Це пов'язано з тим, що в реальності немає такого чіткого розмежування між етапами і немає окремого мотиваційного процесу. Адже етапи мотиваційного процесу завжди можуть сповільнюватися та ускладнюватися під впливом різноманітних факторів [1].

Модель мотиваційного процесу складається з шести етапів [2].

Перший етап – формування потреб. Потреби з'являються у вигляді відчуття людиною того, що їй чогось не вистачає. Коли потреба виникає, вона починає «вимагати», щоб був знайдений спосіб її задоволення. Потреби можна розділити на три групи: фізіологічні, психологічні та соціальні.

Етап 2 – пошук шляхів усунення потреби. Коли проблема виникає і створює проблему для людини, вона починає шукати шляхи її усунення: задовольнити; придушити; ігнорувати.

* Науковий керівник – кандидат економічних наук, доцент О.В. Подольська

Етап 3 – Визначення цілей (плану дій). Вирішується питання про те, що людина повинна зробити і якими засобами для того, щоб задовольнити потребу:

1. Що потрібно отримати, щоб задовольнити потребу?
2. Що потрібно зробити, щоб отримати бажане?
3. Як далеко я можу зайти, щоб досягти цього?
4. Якою мірою те, що я можу отримати, може задовольнити мої потреби?

Етап 4 – Вжиття заходів. Докладаються зусилля, щоб вжити заходів, які в кінцевому підсумку дозволять вам отримати щось, що допоможе вам задовольнити ваші потреби.

Етап 5 – Отримання винагороди за свою поведінку. Після виконання завдання людина отримує щось, що можна використати безпосередньо для задоволення потреби або обміняти на щось бажане. Це дає їй змогу зрозуміти, наскільки її дії призвели до бажаного результату. Це може призвести до наступних наслідків: послаблення мотивації; збереження мотивації; посилення мотивації.

Шостий крок - вирішення бажання, який визначає, як бажання вплинуло на людину: призупинити поведінку до появи нової мотивації; продовжувати шукати шляхи усунення потреби.

На практиці існують фактори, які ускладнюють і роблять незрозумілим процес мотивації. Три з них є найбільш важливими [1-4]:

1. Нечіткий мотиваційний напрямок.
2. Варіації в мотиваційному процесі.
3. Відмінності та неоднорідність індивідуальних мотиваційних структур.

Отже, мотивація - це процес пробудження та впливу на людину певних спонукань для досягнення певної поведінки. Вона є ядром і основою управління людьми. Існує також прямий зв'язок між ефективністю управління і тим, наскільки добре здійснюється процес мотивації [3].

Бібліографічний список:

1. 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>
2. Подольська О.В., Оберемок В.В. Мотивація та стимулювання персоналу на підприємствах *Український журнал прикладної економіки*. 2018. Том 3. (№ 3). С. 62-67.

3. Подольська О.В., Оберемок В.В. Напрямки підвищення ефективності управління персоналом на підприємствах *Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка: Економічні науки*. Харків, 2018. Вип. 193. С. 284-290.

4. Подольська О.В., Оберемок В.В. Процес адаптації персоналу на підприємстві *Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка: Економічні науки*. Харків, 2019. Вип. 200. С. 283-291.

УДК: 658:338

УПРАВЛІННЯ БІЗНЕС-ПРОЄКТАМИ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ З ВИКОРИСТАННЯМ ІНСТРУМЕНТІВ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ

Марченко М.В., здобувач третього рівня вищої освіти *,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-5789-3239>

Інструменти діджиталізації мають потенціал для трансформації управління проектами в сільському господарстві шляхом покращення співпраці, комунікації і управління даними. Ці інструменти можуть допомогти зацікавленим сторонам планувати, виконувати та контролювати проекти агробізнесу ефективніше та результативніше.

Інструменти діджиталізації в управлінні та виробництві проєктів можуть охоплювати широкий спектр технологій та програмних додатків, про ще йдеться в роботах [1-4].

Серед інструментів діджиталізації можна назвати такі.

Програмне забезпечення для управління проєктами – це цифрові інструменти, які допомагають планувати, організовувати та відстежувати завдання проєкту, терміни та ресурси. Приклади програмного забезпечення для управління проєктами включають проєкт Trello, Asana та Microsoft.

Інструменти комунікації – це цифрові інструменти, які полегшують спілкування між членами проєкту, зацікавленими сторонами та партнерами. Приклади інструментів зв'язку включають команди Slack, Zoom та Microsoft.

* Науковий керівник – доктор економічних наук, професор А.О. Ломовських

Інструменти аналітики даних – це цифрові інструменти, які допомагають збирати, аналізувати та візуалізувати дані для інформування прийняття рішень. Інструменти аналітики даних включають Tableau, Power BI та Google Analytics.

Точні технології сільського господарства – це цифрові інструменти, які використовують датчики, безпілотники та інші найсучасніші технології для збору даних про врожайність врожаю, вологу ґрунту та рівень поживних речовин. Приклади точних технологій галузі включають картографування GPS, дистанційне зондування та технологію змінної швидкості.

Технології робототехніки та автоматизації – це цифрові інструменти, які використовують робототехніку та автоматизацію для оптимізації виробничих процесів і зменшення витрат на оплату праці. Приклади сучасних технологій робототехніки та автоматизації включають автономні трактори, робототехнічні комбайни та автоматизовані системи зрошення.

Віртуальні та доповнені технології реальності – це цифрові інструменти, які можна використовувати для навчання, моделювання та візуалізації. Приклади технологій віртуальної та доповненої реальності включають гарнітури віртуальної реальності, програмне забезпечення 3D-моделювання та інструменти моделювання.

Інструменти діджиталізації стають все більш важливими для управління проєктами та виробництві, що дозволяє зацікавленим сторонам співпрацювати, спілкуватися та оптимізувати виробничі процеси більш ефективними та ефективними способами.

Бібліографічний список:

1. Єфремова Н.О. Організаційно-економічний механізм управління інноваційною діяльністю аграрних підприємств. *Галицький економічний вісник*. 2023. № 2.

2. Королюк Т., Мазуренок О. Діджиталізація діяльності підприємств: тенденції, цифровий облік, перспективи. *Галицький економічний вісник*. 2021. № 3(70). С. 59-70.

3. Ломовських Л., Марченко М., Аміт Кумар Гоел. Діджиталізація економічних бізнес-процесів при прийнятті управлінських рішень у маркетинговій діяльності. *Галицький економічний вісник*. 2019. № 6(61). С. 104-110.

4. Ткачук В.О., Обіход С.В., Зіміна Н.П. Цифровізація бізнес-процесів підприємства в умовах переходу в діджитал-середовище. *Інфраструктура ринку*. 2020. Вип. 4. С. 116-122.

ВПРОВАДЖЕННЯ І ЕФЕКТИВНІСТЬ НОВІТНІХ ТЕХНОЛОГІЙ У СФЕРІ АДМІНІСТРАТИВНИХ ПОСЛУГ

Обихвіст В.С., здобувач вищої освіти*,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

У сучасний період глобальною тенденцією в світовому розвитку і науково-технічній революції є розробка і масштабне використання інформаційних технологій. Вживання даних технологій дозволяє значно підвищити конкурентоспроможність економіки, розширити можливості її інтеграції в світову систему господарства, підвищити ефективність місцевої самоврядності і державного управління. Однією з таких технологій є формування «Е-уряду».

Електронний уряд – це спосіб надання інформації і надання комплексу державних послуг, що вже склався, населенню. Завдяки новій формі організації діяльності органів державної влади, яка забезпечується широким вживанням інформаційно-комунікаційних технологій, виник новий рівень зручності і оперативності здобуття населенням і підприємствами державних послуг.

При цьому мінімізується особова взаємодія між державою і заявником, тим самим зменшується паперова тяганина, а також відбувається заощадження часу і сил заявника.

Електронний уряд переслідує ряд основних завдань:

- 1) оптимізація надання державних послуг організаціям і громадянам;
- 2) підвищення долі участі виборців в процесі управління і керівництва країною;
- 3) розширення і підтримка можливостей самообслуговування населення;
- 4) зростання технологічної обізнаності і кваліфікації громадян;
- 5) зменшення міри впливу такого чинника, як географічне місце розташування.

Існує проблема переведення послуг в електронний вигляд. Вирішенням даної проблеми може стати система підготовки державних послуг до переведення в електронний вигляд. Система підготовки державних послуг до переведення в електронний вигляд (СПДП) – інформаційна система, що реалізує переведення державних послуг в

* Науковий керівник – доктор економічних наук, професор О.В. Корнієцький

електронний вигляд шляхом організації нерозривного, зв'язного і цілісного процесу їх підготовки і подальшого вживання отриманих результатів (метаданих, моделей процесів) для виконання державних послуг в автоматизованому режимі. СПДП дозволяє повноцінно задіяти можливості орієнтованої для сервісу архітектури для обліку семантики міжвідомчих взаємодій – формування єдиної моделі даних, бізнес-процесів і інтеграції додатків при виконання послуг.

Регіональна система підготовки державних послуг – інтеграційний інформаційно методичний портал колективної роботи, що забезпечує одночасно функції централізованого проектного офісу і інформаційного центру підтримки учасників процесу, які займаються підготовкою державних послуг до їх надання і організації міжвідомчого інформаційного обміну.

Експертна система забезпечує централізоване, уніфіковане управління процесами проектування і впровадження єдиної моделі даних, а також контроль над організацією міжвідомчої взаємодії на рівні органу виконавчої влади і органу місцевої самоврядуності. Конфігурації Експертної системи можуть бути різні – це і одна система на декілька суб'єктів, і власна експертна система регіону [3].

Методологія підготовки державних послуг включає чотири етапи: систематизації, аналізу, проектування і вживання результатів. Ефективним та результативним є створення Порталу державних або муніципальних послуг, що виступає як державна інформаційна система, що передбачає включення в таку систему всієї інфраструктури держави, в першу чергу, наступних обов'язкових елементів:

1. Інформаційна модель, що є сукупністю правив і алгоритмів функціонування системи, причому така модель в обов'язковому порядку містить всі необхідні форми документів, структуру довідників і даних і так далі.

2. Правила розвитку інформаційної моделі і порядок внесення до неї коректувань.

3. Кадрові ресурси, які відповідають за розвиток і формування інформаційної моделі.

4. Програмний комплекс, найбільш відповідний вимогам інформаційної моделі (програмний комплекс – основний рушій і одночасно механізм управління інформаційною системою). Також пред'являються вимоги до постачальника комплексу, які регламентують технічну і призначену для користувача підтримку впродовж всього життєвого циклу комплексу.

5. Кадрові ресурси, які відповідають за підтримку і конфігурацію програмного комплексу, і його відповідність затвердженій інформаційній моделі.

6. Порядок внесення корекцій в конфігурацію програмного комплексу, структуру і склад його функціональних модулів.

7. Апаратно-технічне забезпечення, відповідне вимогам по експлуатації програмного комплексу.

8. Експлуатаційні кадрові ресурси, включаючи персонал по обслуговуванню апаратний технічного забезпечення.

9. Правила експлуатації програмного комплексу і призначені для користувача інструкції, порядок вчення і сертифікації користувачів [1].

Важливість проблеми підвищення ефективності адміністрування державних послуг значно зростає в сучасних умовах функціонування системи публічного управління. Дану проблему не вирішити без використання в роботі органів державної влади ефективних сучасних методик управління, які по складності адекватні новим умовам і вимагають від системи публічного адміністрування оперативності, відвертості, і адекватності по відношенню до вимог зовнішнього середовища.

Одним з необхідних елементів організації управління є моніторинг ефективності роботи органів влади, що є системою регулярного спостереження. Також важлива оцінка ефективності результатів діяльності органів управління, пов'язана з виконанням завдань і програм, з досягненням цілей роботи, а також своєчасного визначення і виправлення відхилень і помилок в роботі, контроль точності отриманих результатів. Найважливішою складовою системи моніторингу публічного управління є моніторинг що надаються органами виконавчої влади муніципальних і державних послуг нові способи ведення бізнесу і надання послуг сприяють підвищенню конкурентоспроможності економіки країни.

Розвиток нових технологій дозволяє замість традиційного паперового документообігу корінним чином змінювати методи проведення комерційних операцій, що склалися століттями, за рахунок всебічного використання електронного документообігу. Використання нових технологій дозволяє працювати в абсолютно новому середовищі, що дозволяє бізнесу з вигодою це використовувати,

оскільки створюються передумови для безперервного руху фінансового і інтелектуального капіталу. За допомогою Інтернету ідеї і гроші швидко пересікають кордони на сучасному світі. У сучасних умовах міняється структура ринку. Доля традиційних товарів і послуг зменшується за рахунок об'єму ринку послуг, що збільшується, з використанням інформаційно-комунікаційних технологій. Жодна країна не в змозі ефективно формувати і розвивати економічну політику, не враховуючи норми поведінки всіляких представників світової економіки.

В нашій країні є серйозні передумови для розвитку електронних послуг, оскільки у нас традиційно склався і підтримується високий рівень утворення населення, а також безперервно зростає попит і пропозиція в українському секторі інформаційних технологій.

Сьогодні потрібний глибокий аналіз показників, що формуються на макро, – і мікрорівні сучасних економічних основ розвитку сфери послуг, визначення основних чинників, що впливають на ефективність і оперативність електронних послуг, ядром яких є інформаційно-комунікаційні технології.

В Україні запрацювала перша електронна взаємодія, реалізована в межах національної системи електронної взаємодії «Трембіта», яка є основою е-уряду Система працює з даними без участі людини, що значно пришвидшує процес надання послуг, зменшує можливість механічних помилок та корупційних ризиків. Трембіта – це система електронної взаємодії державних реєстрів та баз даних, яка дозволяє відомствам та органам влади безпечно та швидко обмінюватися необхідною інформацією для більш якісної взаємодії як між собою, так і з громадянами та представниками бізнесу [2].

Бібліографічний список:

1. Питання Єдиного державного веб-порталу електронних послуг та Єдиного державного порталу адміністративних послуг: Постанова Кабінету Міністрів України № 1137 від 04.12.2019.
URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1137-2019-%D0%BF>
2. E-Government Applications: From Policy to Practice.
URL: http://europa.eu.int/information_society/europe/egovconf/indexen
3. Чміленко Г. Адміністративні послуги в Україні. Юрид вест. 2005. № 2. С. 86-93.

РОЛЬ ДРІБНИХ ФЕРМЕРСЬКИХ ГОСПОДАРСТВ В УПРАВЛІННІ ІННОВАЦІЯМИ

Похиленко Н.М., кандидат економічних наук,
Національний науковий центр
«Інститут аграрної економіки», м. Київ, Україна
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-0255-001X>

В умовах турбулентності змін запорукою ефективності та результативності підприємницьких структур, таких як фермерські господарства, є швидкість відповіді на виклики. Це вимагає пошуку нестандартних рішень, які часом мусять бути інноваційними. Тож, підприємницький хист аграріїв має реалізуватись через експериментування в усіх сферах управління господарством, в тому числі у виробничому процесі. Однак, вітчизняний і державний, і приватний сектор інноваційного середовища передбачає продукування інноваційних продуктів експертами в інтелектуальних центрах, оформлення прав власності на новітній продукт з наступним тиражуванням і продажем його «споживачам». А зважаючи на певну інертність та обмеженість ресурсів, характерну для переважної більшості дрібних фермерських господарств, їм доводиться задовольнятися «кращими перевіреними практиками».

При цьому вітчизняна інноваційна політика в державному секторі розглядає саме академічну науку як генератора ідей, що, як очікується, створює інновації для підприємців. Слід зауважити, що нормативно-правове регулювання формування тематики наукових досліджень, які здійснюються за кошти державного бюджету передбачає відповідальність і звітність за створений продукт не перед потенційними користувачами продукту, а перед розпорядником коштів [1], тобто керуючою організацією. Зазвичай передача сформованого в такий спосіб інноваційного продукту реалізується через пропагування відділами впровадження (до них іноді зараховують дорадників) чи продажу. Однак, така лінійна модель передачі інноваційних продуктів виключає можливість участі фермерських господарств у створенні інновацій та часто має слабкий зворотній зв'язок на етапі її впровадження. Як наслідок, значна кількість результатів досліджень мають недостатній рівень використання на практиці, що відображається на окупності бюджетних коштів, спрямованих на наукові дослідження (напр., на 1 грн бюджетних коштів науковими установами НААН

зароблено 1,61 грн) [2, с. 15]. Водночас, форма представлення результатів наукових досліджень залишається недоступною для широкого загалу, керуючись захистом інтелектуальної власності, та неадаптованою для сприйняття виробниками сільськогосподарської продукції (напр., наукові публікації, науковий звіт).

Усвідомлення недоліків інноваційної політики, що керується академічною науковою спільнотою обумовило розробку, концептуальних основ та формування громадянської науки, яка управляється потенційними споживачами інновацій (напр., фермерами) [3]. Такий підхід до створення інновацій затверджено Спільною аграрною політикою ЄС. У світовій практиці громадянську науку виокремлюють за такими рисами [4]:

- відкритий допуск для всіх бажаючих брати участь у дослідженні;
- використання зрозумілих для партнерів протоколів досліджень;
- створення спільноти із зацікавлених сторін, які співпрацюють, активно обмінюючись інформацією та знаннями;
- отримані дані доступні та цінні як для громадськості, так і науки.

Запровадження такої практики в Україні вимагає змін у дизайні дослідження та перегляду ролі дійових осіб, в першу чергу фермерів.

Звертаємо увагу, що ключовою відмінністю академічного та громадянського типів досліджень є рівень участі фермерів у процесі створення та поширення інновацій: від пасивного прийняття (інновація для фермера) до інтерактивного партнерства (інновація як спільна розробка). Підтримуючи ідею формування інтерактивних партнерських відносин між фермерами та зацікавленими в їх розвитку сторонами, ми поділяємо бачення Dipankar S. та Gregory I. [5] щодо нероздільності процесу досліджень і впровадження, адже створення та поширення інновацій має носити циклічний характер. Тож, запровадження громадянського типу досліджень для аграрної галузі України має передбачати надання можливості та готовність фермерів виступати головною дійовою особою на етапах діагностики проблем, планування дослідження через обговорення, проведення експериментів, презентації висновків, поширення практики за схемою рівний-рівному та налагодження подальшої співпраці з партнерами.

Це вимагає розвитку у виробників сільськогосподарської продукції, особливо малих, аналітичних, презентаційних, експериментальних, комунікаційних та цифрових навичок, а також стимулювання налагодження довготривалих контактів.

Слід враховувати, що реалізувати розглянутий дизайн досліджень не можливо без дотримання всіма партнерами поведінкових принципів, таких як: визнання цінності знань всіх учасників, незалежно від рівня

освіти, соціального статусу чи інших аргументів; готовності до участі у всіх етапах дослідження; толерантність у постійному розширенні кола та сприйнятті результатів спільних досліджень; використання методів та протоколів досліджень, які можуть застосувати без сторонньої допомоги місцеві жителі.

На нашу думку, створення передумов розвитку громадянської науки не означає нівелювання значенням академічної науки. Водночас, поділяємо думку дослідників щодо необхідності реформування останньої. Ці типи досліджень мають доповнювати один одного.

Отже, запровадження інноваційного партнерства в аграрній галузі можна розглядати як стимул розвитку не лише галузі та розвитку підприємництва в сільських територіях загалом, а і як інструмент розвитку людського та соціального капіталу країни. Реалізація таких намірів неможлива без зміни свідомості партнерів та перегляду інституційного середовища, в тому числі законодавчих та нормативно-правових актів, що надає поле для подальших досліджень.

Бібліографічний список:

1. Про затвердження Порядку формування тематики наукових досліджень і науково-технічних (експериментальних) розробок, що фінансуються за рахунок коштів державного бюджету, та визнання такими, що втратили чинність, деяких постанов Кабінету Міністрів України: Постанова КМУ від 11.01.2018 р. № 13. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/13-2018-%D0%BF#Text> (дата звернення: 2.04.2023 р.).

2. Гладій М.В. Про фінансове забезпечення та використання коштів у 2021 році в системі Національної академії аграрних наук України: доповідь Першого віце-президента Академії НААН на Загальних зборах НААН від 18 травня 2022 року. URL: http://naas.gov.ua/content/publicna-informaciya/Vikoristannya_koshtiv_derj_budjetu/ (дата звернення: 4.04.2023 р.)

3. EU SCAR (2012). *Agricultural knowledge and innovation systems in transition – a reflection paper*, Brussels. URL: <https://ec.europa.eu/eip/agriculture/en/publications/agricultural-knowledge-and-innovation-systems> (дата звернення: 13.03.2023)

4. Honkatukia P. and Rättilä T. Citizen Science and CoResearch Methodology with Young People. *Method Festival 2019: conf.* Tampere University, Tampere, 27-29 august 2019, URL: <https://events.tuni.fi/uploads/2019/09/b4061529-what-is-citizen-science-with-young-people.pdf> (дата звернення: 13.03.2023)

5. Dipankar S. and Gregory I. Participatory Technology Development and dissemination. *Participatory Methods in Community-based Coastal Resource Management*. 1998. Vol :1-3. pp. 88-95. URL: https://www.researchgate.net/publication/277159807_Participatory_Technology_Development_and_dissemination (дата звернення: 20.09.2022 р.).

ОРГАНІЗАЦІЙНІ ЗАСАДИ ОБЛІКУ РОЗРАХУНКІВ З ПОСТАЧАЛЬНИКАМИ ТА ПІДРЯДНИКАМИ В СУЧАСНИХ УМОВАХ ОПОДАТКУВАННЯ

Прядка Ю.В., здобувачка вищої освіти*,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

В умовах недостатнього забезпечення підприємств будь-якої галузевої приналежності та організаційно-правової форми господарювання оборотними засобами зростання кредиторської заборгованості стає поширеним явищем, оскільки необхідно безперервно здійснювати виробничий процес. Дане явище в діяльності суб'єктів підприємництва виникає в результаті встановлення господарських відносин між підприємствами-покупцями та підприємствами, які продають товарно-матеріальні цінності. Такі взаємовідносини вважаються розрахунками з постачальниками та підрядниками і відносяться у бухгалтерському обліку до складу зобов'язань.

Слід зазначити, що за останні роки значно погіршився фінансовий стан деяких підприємств, що призводить до зростання витрат виробництва, збільшення заборгованості постачальникам, банку, бюджету тощо. У зв'язку з цим велика увага в системі бухгалтерського обліку приділяється розрахункам з постачальниками і підрядниками. Це обумовлено тим, що постійно відбувається кругообіг господарських засобів, виникає безперервне відновлення різноманітних розрахунків. Тому якісний і своєчасний облік операцій з постачальниками та підрядниками на підприємстві є важливим інструментом у системі економічних відносин, що сприяє прийняттю ефективних управлінських рішень та досягненню високого рівня конкурентоспроможності на міжнародному ринку. Процес запобігання помилкам при розрахунках з іншими підприємствами-контрагентами забезпечує правильність ведення бухгалтерського обліку та складання фінансової звітності. Інформація бухгалтерського обліку щодо розрахунків з постачальниками та підрядниками впливає на показники Балансу (звіту про фінансовий стан), Звіту про фінансові результати (звіту про сукупний дохід), Звіту про рух грошових коштів. Розкриття

* Науковий керівник – доктор економічних наук, професор Т.Г. Маренич

інформації про зобов'язання наводиться також у Примітках до фінансової звітності. Тому завдання бухгалтерського обліку розрахунків з постачальниками та підрядниками полягає у забезпеченні накопичення, обробки, узагальнення інформації для відображення в бухгалтерському обліку та надання корисної, достовірної інформації про стан розрахунків, перш за все, управлінському персоналу.

В процесі діяльності не завжди здійснюється розрахунок відразу, що обумовлює виникнення зобов'язань підприємства і призводить до кредиторської заборгованості. Відсутність майнової відповідальності за невиконання власних договірних зобов'язань дозволяє підприємству ухилятися від взаєморозрахунків з партнерами. Погашення ж зобов'язання спричинює відтік грошових коштів або інших активів підприємства в майбутньому. Іноді в результаті погашення одного зобов'язання може виникнути інше. Наприклад, погашення за товари і послуги перед постачальником векселем.

Зобов'язання, що відображаються в бухгалтерському обліку, мають юридичний та економічний зміст. Як юридична категорія зобов'язання – це відносини, що регулюються правом. В силу цих відносин одна сторона уповноважена вимагати від іншої здійснення господарських операцій: передачі майна, виконання робіт, надання послуг, а інша сторона зобов'язана виконувати вимоги щодо предмета зобов'язання і має при цьому право вимагати відповідну винагороду – сплату грошей, зустрічні послуги.

Як підтверджує практика, недоліками обліку розрахунків з постачальниками та підрядниками є: неповне та несвочасне оприбуткування цінностей, що надійшли; неправильне визначення суми кредиторської заборгованості; неправильна кореспонденція рахунків; невідповідність даних синтетичного та аналітичного обліку; несвочасне виправлення допущених помилок та ін.

Крім того необхідно ретельно вести облік податкового кредиту з ПДВ, на який впливає система оподаткування та в якій формі проводяться розрахунки. Так, якщо підприємство перебуває на загальній системі оподаткування (є платником податку на прибуток), то форма розрахунків може бути будь-яка (готівкова, безготівкова, бартер). Однак, якщо підприємство – платник єдиного податку (3 група), то розрахунки у негрошовій формі заборонені (п. 291.6 ПКУ). Тоді не можна використовувати бартер, розрахунки векселями, електронними грошима. Тільки допустимі розрахунки готівкою або безготівкові розрахунки через банк [1].

При розрахунках з постачальниками за умовою, що обидві сторони є платниками ПДВ у покупця виникає право на податковий кредит, тобто сума ПДВ у вартості придбаних товарів, робіт, послуг зменшує зобов'язання по цьому податку перед бюджетом. При цьому діють такі правила, які взаємодоповнюють один одного: податковий кредит можна визнати лише при реєстрації податкової накладної постачальником у ЄРПН (п. 198.6 ПКУ); право на податковий кредит виникає за правилом першої події: на дату здійсненого авансу (попередньої оплати) або на дату отримання товарів, результатів робіт, послуг (п. 198.2 ПКУ) [2]. Якщо було перераховано аванс, то за умови проходження реєстрації податкової накладної покупець отримує право на податковий кредит. Перерахований постачальнику аванс дає лише право на податковий кредит. Однак його можна визнати лише, коли постачальник зареєструє податкову накладну [1].

Разом з тим, вивчення наукових праць та практика господарської діяльності свідчать про те, що деякі з теоретичних положень відносно трактування розрахунків, заборгованості та зобов'язань є дискусійними, а ряд важливих аспектів їхньої організації, оцінки та методики обліку потребують удосконалення.

На думку Подмешальської Ю.В. та Корнієнко Д.В., для виконання завдань бухгалтерського обліку використовуються такі елементи як: первинні документи, рахунки обліку, реєстри обліку, інші бухгалтерські документи [3, с. 59]. Вважаємо, що слід до цього переліку також додати і формування вираженої облікової політики щодо зобов'язань підприємства (оцінка, класифікація, визнання тощо).

Первісною стадією облікового процесу є первинний облік, тобто документальне оформлення господарських операцій. Розрахунки з постачальниками та підрядниками підлягають належному документальному оформленню, обліку всіх операцій у хронологічному порядку як у синтетичному, так і в аналітичному обліку. Це питання на сьогодні актуалізується, оскільки відбувається тенденція відміни типових форм первинних документів. У такому випадку підприємства мають право розробляти самостійно форми первинних документів з дотриманням усіх обов'язкових реквізитів. Якщо документ не містить достатньо відомостей про операцію або взагалі не містить такої, то це не первинний документ. Одним з спірних до сих пір є документ – рахунок-фактура. Фахівці його вважають первинним документом за дотримання двох умов: він містить відомості про операцію; він оплачений. Тільки за дотримання цих двох умов вважається, що

операція відбулася. Таким чином, рахунок-фактура може бути первинним документом не сам по собі, а лише у парі з банківською випискою, яка підтверджує факт оплати [4].

Кожне підприємство має визначитися з рахунками, на яких буде вести облік розрахунків з постачальниками та підрядниками (зазвичай це рахунки (субрахунки) 63, 685, 682 та 371). Використання конкретних рахунків (субрахунків) залежить від облікової політики підприємства.

Вимагає удосконалення методика ведення синтетичного та аналітичного обліку розрахунків з постачальниками та підрядниками, зокрема кореспонденція рахунків та побудова облікових регістрів.

Отже, сучасні вимоги до організації бухгалтерського обліку, розвиток інформаційних технологій потребують подальших наукових досліджень з метою раціоналізації бухгалтерського обліку, забезпечення зацікавлених осіб корисною, правдивою, оперативною, неупередженою інформацією. Для забезпечення управлінського персоналу необхідною інформацією щодо розрахунків з постачальниками та підрядниками необхідним є оптимізація документального забезпечення господарських операцій, аналіз існуючих форм облікових регістрів та їх удосконалення, розробка якісної облікової політики підприємства.

Бібліографічний список:

1. Онищенко В. Облік розрахунків з постачальниками та підрядниками. *Головбух*. 15 липня 2021 р. URL: <https://www.golovbukh.ua/article/7795-oblk-rozrahunkv-z-postachalnikami-ta-pdryadnikami> (дата звернення: 05.04.2023).

2. Податковий кодекс України від 02.12.2010 р. № 2755-VI. Редакція від 01.04.2023. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17#Text> (дата звернення: 05.04.2023).

3. Подмешальська Ю.В., Корнієнко Д.В. Облік розрахунків з постачальниками за видами економічної діяльності. *Агросвіт*. 2021. № 24. С. 58-64. DOI: 10.32702/2306-6792.2021.24.58 URL: http://www.agrosvit.info/pdf/24_2021/9.pdf (дата звернення: 05.04.2023).

4. Онищенко В. Первинні документи в бухгалтерському обліку 2023. *Головбух*. 9 березня 2023 р. URL: https://www.golovbukh.ua/article/7052-pervinn-dokumenti-v-buhgalterskomu-oblku?from=Rubrcontentblock_articles (дата звернення: 05.04.2023).

5. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 11 «Зобов'язання»: затверджено наказом Міністерства фінансів України від 31.01.2000 р. № 20. Редакція від 03.11.2020. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0085-00#Text> (дата звернення: 05.04.2023).

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОГО РОЗВИТКУ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Роздайбіда О.В., магістрант*,
Сумський національний аграрний університет,
м. Суми, Україна

Вивчення та систематизація наукових поглядів та підходів на сутнісно-змістовні характеристики інновацій та інноваційного процесу відносно розвитку суб'єктів економічних відносин дозволили визначити центральні категорії та поняття проведеного дослідження в наступний спосіб. Встановлено, що під категорією «інновація» слід розуміти складне економічне явище, пов'язане зі змінами технологій виробництва, засобів та предметів праці, процедур та підходів до здійснення управлінських впливів, маркетингу та збуту продукції тощо, які є продуктивними та орієнтованими на підвищення економічної ефективності та конкурентоспроможності підприємства і його продукції. При цьому під інноваційним процесом слід розуміти послідовності дій з впровадження вказаних змін, тобто інновацій. В свою чергу, визначено, що інновації слід поділяти на виробничі, управлінські та комерційно-збутові, не дивлячись на більш глибокий та складно-структурований їх поділ в дослідженнях низки авторів, адже в контексті управління процесом інноваційного розвитку та інвестування в його здійснення, суттєвих відмінностей при більш деталізованому виділенні їх груп не спостерігається, як показали проведені монографічні дослідження.

Здійснення процесу інноваційного розвитку потребує залучення ресурсів здійснення змін, тобто інвестування. Вітчизняна та світова економічна наука тривалий час розглядає інноваційно-інвестиційний процес як цілісний в системі соціально-економічного розвитку підприємств та об'єднань, в тому числі і аграрних, з чим важко не погодитися [1, 4]. При цьому сутність більшості проблемних питань у

здійсненні інноваційно-інвестиційного розвитку лежить не тільки і не стільки в площинах інституційного забезпечення інноваційного процесу та ступеня сформованості інноваційної інфраструктури, скільки в сфері менеджменту підприємств, ступені сприйняття ним тих чи інших інноваційних рішень та готовності до їх запровадження.

Отже, поряд з категоріями «інновація» та «інноваційний процес» центральним поняттям проведеного дослідження є «інноваційно-інвестиційний розвиток підприємства». Його зміст полягає в дотриманні інноваційного характеру орієнтації інвестиційної діяльності підприємства незалежно від джерел інвестування, які залучаються, в якості основної компоненти в системі створення стійких конкурентних переваг та підвищення економічної ефективності основної діяльності аграрного підприємства.

Розгляд особливостей імплементації моделі інноваційно-інвестиційного розвитку в діяльність аграрних підприємств довів пріоритетність інструментарію стратегічного управління. Наявність обґрунтованої стратегії розвитку забезпечує системність застосування організаційно-управлінських та організаційно-економічних засобів впливу керуючої системи на керовану в процесі впровадження інновацій, залучення та розміщення інвестиційних ресурсів в даному процесі, а також створює нормативне та методичне підґрунтя для впровадження системи контролю реалізації та ревізії управлінських рішень в управлінні розвитком. В даному контексті управління інноваційно-інвестиційним розвитком підприємства є тотожним управлінню продуктивними змінами, пов'язаними з впровадженням інновацій, залученням інвестиційних ресурсів та орієнтованими на підвищення економічної ефективності основної діяльності. Теоретичне дослідження питань розробки, реалізації та оцінки ефективності стратегії інноваційно-інвестиційного розвитку показало багатогранність та багаторівневість визначення цього поняття та відсутність єдиного наукового визначення стратегії інноваційного розвитку. Зокрема, в теорії інноваційного менеджменту використовуються терміни: стратегія досліджень та розробок або стратегія науково-дослідних та дослідно-конструкторських робіт; стратегія інноваційної діяльності; стратегія управління інноваціями; інноваційна стратегія тощо. При цьому головною відмінністю стратегії інноваційного розвитку від інших функціональних стратегій є те, що

вона спрямована на досягнення цілей господарювання, передусім, за рахунок впровадження науково-технічних досягнень у виробничій, маркетинговій, організаційній, логістичній та інших видах діяльності.

Результатом впровадження стратегії інноваційного розвитку має бути нова якість виробництва і управління, тобто вона є рушійною силою розвитку підприємства, організації. В свою чергу, стратегія інноваційного розвитку підприємства – це спрямовуюча на сталий розвиток, впорядкована, внутрішньо та зовнішньо узгоджена сукупність цільових орієнтирів розвитку підприємства за рахунок впровадження інновацій, методів та ключових заходів ведення інноваційної діяльності, формування механізмів забезпечення сприйнятливості підприємства до інновацій, перманентної їх генерації, імплементації та реалізації [2, 3].

Стратегія інноваційного розвитку має дати відповіді на такі питання розвитку та оперування сільськогосподарського підприємства: очікувані результати впровадження інновацій (наприклад, нові види продукції рослинництва та тваринництва; наявні види продукції з новими властивостями; нові види техніко-технологічного забезпечення виробництва); види інновацій, що запроваджуються (за сферою та формою реалізації, за ступенем новизни); джерела новацій, форми їх залучення у сільськогосподарське підприємство; терміни та заходи освоєння новацій; термін одержання ефектів від впровадження інновацій; способи фінансування інновацій; форми організації маркетингу інноваційної продукції; життєвий цикл інновації.

Дослідження показали, що основними альтернативами вибору стратегічного напрямку інноваційно-інвестиційного розвитку аграрних підприємств є орієнтація на власні можливості та інтеграція з іншими суб'єктами економічних відносин в аграрній сфері. Відповідно, основними загальними стратегіями є: наступальна, захисна, адаптивна та пасивна (традиційна) стратегії. При цьому вибір конкретної стратегії інноваційно-інвестиційного розвитку підприємства визначається його економічним потенціалом.

В дослідженні обґрунтовано концепцію побудови організаційно-економічного механізму управління інноваційно-інвестиційним розвитком аграрних підприємств (рис. 1).

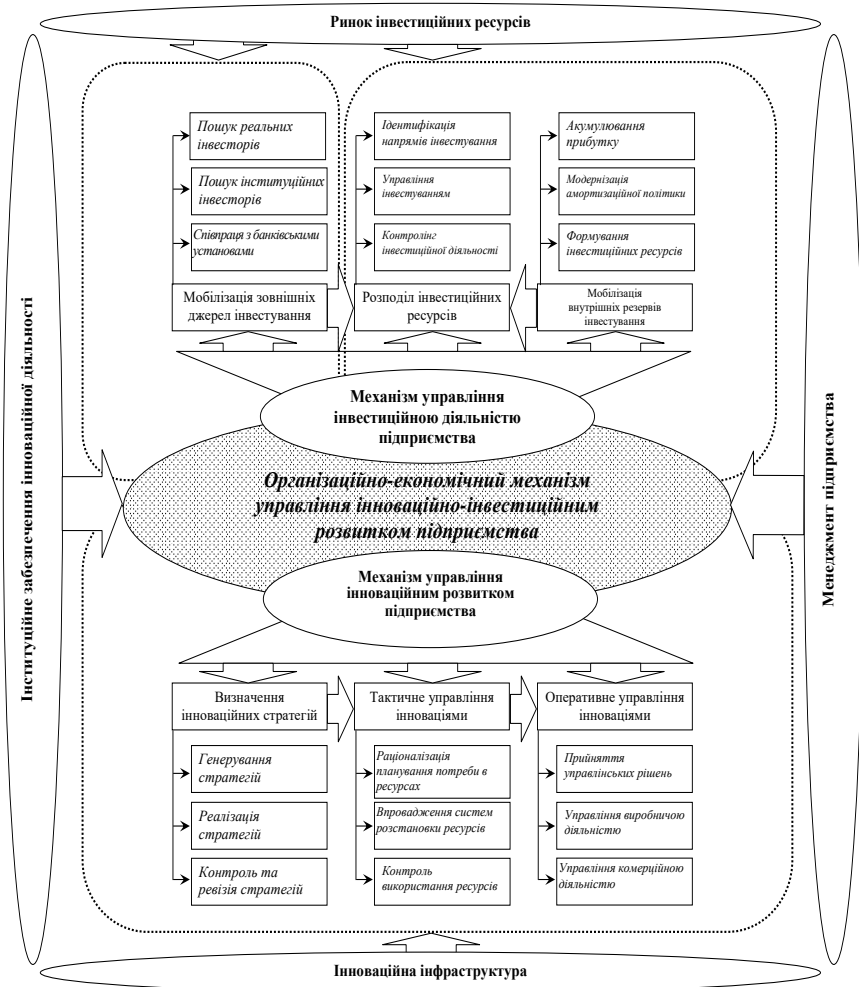


Рис. 1. Організаційно-економічний механізм управління інноваційно-інвестиційним розвитком аграрних підприємств

Специфікою окресленої концепції зумовлюється побудова механізму управління інноваційно-інвестиційним розвитком. Також вона визначає пріоритетність саме інвестиційної діяльності підприємства, як джерела ресурсів підтримання стабільності його розвитку.

Відповідно, в процесі формування зазначеного механізму управління розвитком закладено результати декомпозиції та подальшого синтезу механізмів інвестиційного розвитку та управління інноваційним розвитком підприємства. При цьому механізм управління інвестиційним розвитком передбачає продукування та імплементацію інвестиційних стратегій підприємства в залежності від його економічного потенціалу, місії та цілей діяльності, масштабів виробництва, розмірів, спеціалізації. В свою чергу, виокремлений з синтезованого механізму управління інноваційним розвитком включає елементи та компоненти, поєднання яких дозволяє ідентифікувати напрями та генерувати процедури імплементації стратегій інноваційно-інвестиційного розвитку.

Основою інноваційного розвитку є випереджувальні інвестиції, зокрема фінансові, високий рівень фахових знань, широка інформатизація, потужний інтелектуальний потенціал. Саме забезпечення прямих зв'язків науки і виробництва збалансовує попит та пропозицію інноваційного продукту. Інноваційна діяльність здійснюється завдяки прогресивним науково-технічним досягненням і є вирішальним фактором подолання кризових явищ, розширення сфери діяльності та зростання прибутковості та рентабельності аграрних підприємств.

Бібліографічний список:

1. Красноручський О.О., Власенко Т.А., Гринь Є.А. Науково-теоретичне обґрунтування сутності стратегічних змін на підприємстві. *Економічний вісник університету. Переяслав-Хмельницький*. 2018. Вип. 38. С. 53-63.
2. Данько Ю.І. Формування систем забезпечення конкурентоспроможності аграрних підприємств: монографія. Суми: Університетська книга, 2016. 301 с.
3. Смігунова О.В., Дудник О.В., Міненко С.І. Детермінанти ефективного управління інноваційним розвитком підприємств. *Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». Серія: «Економічні науки»*. 2021. № 11. URL: <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2021-11-7728>
4. Сагачко Ю.М., Тешева Л.В. Інноваційна діяльність підприємств аграрного сектора як критерій ефективності його виробничо-господарського потенціалу. *Проблеми економіки*. 2020. № 4(46). С. 217-223. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-0712-2020-4-217-223>

ІНВЕСТИЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА, ЗАПОРУКА ЕКОЛОГІЧНОЇ БЕЗПЕКИ

Сагачко Ю.М., кандидат економічних наук, доцент,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-0168-266X>

Пантус О.С., здобувач третього рівня вищої освіти
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

Історичний досвід показує, що наука, технології та інновації завжди були ключовими факторами розвитку сільськогосподарських підприємств. Однак за останні 50 років інноваційні процеси в багатьох країнах прискорилися і набули більших масштабів. Інноваційна орієнтація підприємництва, освоєння новітніх досягнень науки і техніки, які здійснювалися суб'єктами господарювання з позиції наявних конкурентних переваг, зміцнювали їх поточні позиції на ринку та одночасно сприяли економічному розвитку держав, покращенню стану населення, рівень і якість життя [1].

Незважаючи на підвищення у 2020 р. рейтингу України в оцінці легкості ведення бізнесу Doing Business на 7 позицій (з 71 місця на 64-те), але Кабмін очікує, що у 2021 році Україна у рейтингу Doing Business може піднятися щонайменше на 10 позицій. Про це на засіданні уряду заявив прем'єр Денис Шмигаль. «Важливо продовжити кроки на покращення бізнес-клімату в Україні. Ми очікуємо, що вже в 2021 році у рейтингу Doing Business Україна може піднятися щонайменше на 10 позицій, а амбітна ціль – на 20 сходинок, для того, щоб ми дійсно на практиці отримали полегшення умов ведення бізнесу», – сказав прем'єр [2].

Досвід розвинутих країн світу показав, що одним із основних шляхів вирішення економічних, соціальних, екологічних проблем держави є використання новітніх досягнень науки і техніки. Але як свідчать результати досліджень, сільське господарство є одним із головних забруднювачів навколишнього середовища, особливо тваринництво. І як свідчать статистичні дані у 2020 році капітальні інвестиції на охорону навколишнього природного середовища в Україні становили 13239,6 млн. грн, хоча з 2010 року ми спостерігаємо їх збільшення, але в порівнянні з 2019 роком зменшилися на 18,6% [3]. Нині, більшість сільськогосподарських підприємств, при реалізації інвестиційних проєктів, не приділяють значної уваги цьому питанню (табл. 1).

Таблиця 1

**Динаміка інвестицій на капітальний ремонт
основних засобів природоохоронного призначення
за видами природоохоронних заходів (млн. грн)**

Показники	2010	2015	2019	2020	2020 р. у % до	
					2010р.	2019р.
Охорона атмосферного повітря і проблеми зміни клімату	189,0	182,8	635,8	840	444,4	132,1
Очищення зворотних вод	147	167,5	627	265,9	180,8	42,4
Поводження з відходами	78,7	44,1	70,9	155,2	197,2	218,8
Захист і реабілітація ґрунту, підземних і поверхневих вод	70,8	68,4	121,4	351	495,7	289,1
Зниження шумового і вібраційного впливу	9,5	15,9	1,3	73,8	776,8	5676
Збереження біорізноманіття і середовища існування	2,3	4,7	5,1	2,4	104,3	47,1
Радіаційна безпека	0,2	0,3	-	-	-	-
Науково-дослідні роботи природоохоронного спрямування	0,1	-	-	0,4	400	-
Інші види природоохоронної діяльності	0,4	1,2	1,9	2,5	625	131,2
Усього	498,0	484,9	1463,4	1691,2	339,1	115,5

І як свідчать дані таблиці більшість інвестицій на капітальний ремонт основних засобів спрямовані на охорону атмосферного повітря і проблеми зміни клімату.

Так, у наш час спостерігається все більше проблем, пов'язаних з раціональним природокористуванням і екологічною безпекою, особливо в умовах зростання вартості природоохоронних заходів та розширення виробництва. У зв'язку з цим держава вже не може самостійно вирішувати ці проблеми і потребує нового підходу до взаємодії з бізнесом у цій галузі.

Бібліографічний список:

1. Duening T., Hisrich R. and Lechter M. (2020). Technology entrepreneurship. Academic Press, London.

2. У рейтингу Doing Business-2021 Україна може піднятися щонайменше на 10 позицій.
URL: <https://www.epravda.com.ua/news/2020/07/29/663479/>

3. Статистичний збірник «Довкілля України» 2021 рік. Київ. 2022. 149 с.
URL: https://ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2022/zb/11/zb_dovkilla_2021.pdf

GR-ТЕХНОЛОГІЇ ЯК ІНСТРУМЕНТ ВЗАЄМОДІЇ БІЗНЕСУ ТА ВЛАДИ

Сидоренко А.П., здобувачка вищої освіти*,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

GR-менеджмент - це встановлення взаємовідносин між різними суспільними групами, такими як бізнес-структури, професійні спілки, організації та інші, і урядом. Ця діяльність включає збір та обробку інформації про діяльність уряду, підготовку та поширення інформації про позиції груп, а також вплив на процеси прийняття політичних та адміністративних рішень.

GR-менеджмент є важливим інструментом для підтримки комунікації між державними органами та підприємствами і організаціями. Він допомагає створити сприятливе комунікативне середовище та оптимізувати відносини з державними владними органами. Найбільш ефективні технології GR включають формування громадської підтримки, лобіювання, участь у різних форумах і семінарах, організованих державними органами, аналітичну діяльність, публікації на політичні та державні теми та участь в експертних радах [5].

GR-технології можуть допомогти підприємствам та організаціям вирішити такі завдання:

- забезпечити позитивне ставлення представників державної влади до конкретного напрямку діяльності та планів розвитку;
- зберегти стійку позитивну репутацію організації серед представників державної влади;
- виграти тендери різних державних організацій [3].

GR-технології можуть бути корисним інструментом для підприємств та організацій, оскільки допомагають у встановленні зв'язку з державними органами влади. Це може допомогти підприємствам та організаціям забезпечити підтримку та зробити вплив на прийняття рішень з питань, що стосуються їх діяльності.

Наприклад, формування громадської підтримки може допомогти підприємству отримати сприяння від громадськості, що може бути важливим фактором при прийнятті рішень органами влади. Участь у різних форумах та семінарах, організованих державними органами

* Науковий керівник – кандидат економічних наук, професор С.О. Зайка

влади, може допомогти підприємствам та організаціям отримати інформацію про плани та стратегії державних органів влади та домогтися зустрічей з відповідальними особами.

Аналітична діяльність може допомогти підприємствам та організаціям зрозуміти політичну ситуацію в країні та вплинути на прийняття рішень з питань, що стосуються їх діяльності [2]. Публікації на різні політичні теми можуть сприяти формуванню позитивної репутації та збільшенню впливу на державні органи влади. Участь у експертних радах може допомогти підприємствам та організаціям відстоювати свої інтереси та забезпечити підтримку від експертів та фахівців.

Media relations (MR) є однією з найбільш значущих GR-технологій, оскільки засоби масової інформації впливають на формування громадської думки, яка є важливою для прийняття політичних рішень. Гармонійні відносини між державою та бізнесом, які базуються на взаємній довірі, можуть призвести до взаємовигідних і суспільно корисних результатів [4]. Розвиток цивілізованих GR-технологій в Україні може сприяти збільшенню прозорості, відкритості, легальності та підконтрольності суспільству у відносинах між бізнесом та державою, що підвищить якість життя та демократизує суспільство.

Крім того, впровадження GR-технологій може допомогти підприємствам і організаціям забезпечити свою конкурентну перевагу на ринку. Грамотно побудована стратегія взаємодії з органами державної влади та громадськістю може сприяти визнанню бренду та його позиціонуванню на ринку, збільшенню продажів та ринковій частці.

Крім того, використання GR-технологій може бути ефективним інструментом вирішення соціально-економічних проблем країни. Налагодження ефективної співпраці між бізнесом та державою є ключовим елементом для досягнення стійкого розвитку економіки та підвищення добробуту суспільства [1]. З цієї причини, розуміння та використання GR-технологій є важливим елементом у взаєминах між бізнесом та державою в сучасній Україні.

Отже, GR-менеджмент є важливою складовою взаємин бізнесу та держави, яка дозволяє ефективно впливати на рішення, прийняті державними органами влади. Грамотне використання GR-технологій, таких як лобізм, формування громадської підтримки, участь у різних форумах і аналітична діяльність, може допомогти бізнесу досягти своїх цілей і впливати на формування державної політики, а також забезпечити ефективний діалог між бізнесом і державними органами

влади. Крім того, зв'язок з мас-медіа відіграє важливу роль у формуванні громадської думки, що може вплинути на рішення, прийняті державними органами влади. Використання цивілізованих GR-технологій може сприяти покращенню взаємин бізнесу і держави, збільшенню соціальних благ і демократизації життя суспільства.

Бібліографічний список:

1. Древаль Ю.Д., Кузнецов А.О., Заїка 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.

2. Заїка С.О. Особливості державного регулювання інвестиційних процесів на регіональному рівні. *Особливості формування ефективної інноваційно-інвестиційної моделі розвитку підприємства в сучасних умовах господарювання*: тези II Міжнародної науково-практичної конференції (20-21 листопада 2014 р.) Житомир: ЖДГУ, 2014. С. 103-106.

3. Козлов К.І. GR (Government Relations) менеджмент як фактор інституціоналізації взаємодії органів влади та інститутів суспільства. *Теорія та практика державного управління*. 2012. Вип. 4. С. 98-104.

4. Мазнев Г.Є., Заїка С.О., Грідін О.В. Administrative services sphere innovative development. *Актуальні проблеми інноваційної економіки*. № 3. 2016. С. 5-10.

5. Сущенко О. GR-управління як складова сучасного фінансового менеджменту в корпораціях. *Схід*. 2013. № 4. С. 76-81.

УДК: 591.663

ЕКОІННОВАЦІЇ – ШЛЯХ ДО СТАЛОГО РОЗВИТКУ

Тараєвська Л.С., кандидат економічних наук, доцент,
Івано-Франківський Національний технічний
університет нафти і газу, Україна
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-7301-0881>

Лашта В.Т., магістр-еколог,
Івано-Франківський Національний технічний
університет нафти і газу, Україна

Розвиток економіки та зростання негативних наслідків від забруднення довкілля поступово змінювали ставлення людини до природи, відбувався пошук шляхів розв'язання актуальних проблем виробництва та споживання. Погіршення екологічної ситуації та виснаження природних ресурсів у всьому світі й в Україні, зокрема, відбувається в результаті надмірного антропогенного навантаження на

екосистему. Важливим кроком на шляху до сталого розвитку є формування у фахівців еколого-ефективного мислення на основі новітніх міжнародних підходів та принципів.

Сьогодні, виходячи на міжнародний ринок, кожне промислове підприємство прагне продемонструвати екологічну безпеку виробництва та продукції, однак одним з найважливіших факторів ефективності діяльності залишається підвищення економічних показників або як мінімум їхній стабільний стан, а це можливо тільки при збалансованому розвитку.

Питання збалансованого розвитку суспільства є досить складним і потребує постійного вивчення та пошуку ефективних методів раціонального його використання.

Термін «екоінновації» використовують у сучасній науковій літературі порівняно недавно. Уряд Данії у книзі «Promoting Eco – efficient Technology – The Road to a Better Environment» (Сприяння ефективним екотехнологіям – шлях до покращення стану навколишнього середовища) дає таке визначення: екоінноваціям – це інновації, що ведуть до екологічно ефективних технологій. У цьому визначенні під ефективною екотехнологією розуміють всі технології, які безпосередньо чи опосередковано поліпшують стан довкілля, включаючи технології для обмеження забруднення, екологічно чисту продукцію і виробничі процеси, більш ефективне управління ресурсами та технологічні системи для зменшення впливу на навколишнє середовище.

Виходячи із загальносвітових тенденцій, можна виділити такі перспективні ринки екологічних інноваційних товарів: виробництво та накопичення енергії; економне використання сировини та матеріалів; екологічність транспорту; раціональне використання водних ресурсів; біопластичні маси та полімери; застосування безвідходних та маловідходних технологій; сонячне охолодження [2]

Українські науковці не відстають від сучасних світових тенденцій. Одним із важливих напрямів переходу України до сталого розвитку є запровадження «зелених технологій», які зменшують вплив на навколишнє середовище у довготривалій перспективі.

Одним із прикладів екоінноваційних технологій є екологічно чисті батарейки, що заряджаються за 5 секунд. Всі сучасні батарейки містять важкі метали (кадмій, свинець, ртуть, літій), які сильно забруднюють навколишнє середовище. А сміття у нас, як правило, вивозять на звалища або спалюють, а отже, всі ці важкі метали і токсичні відходи потрапляють прямо в атмосферу. З загального обсягу вироблених батарейок і акумуляторів у світі переробляється лише 3%.

Для розв'язання цієї проблеми група українських науковців розробила та запатентувала автономне джерело струму постійної напруги на базі новітніх конденсаторів, в яких енергія накопичується шляхом поляризації подвійного електричного шару на межах розділу «анод-електроліт» (позитивно заряджений електрод) і «катод-електроліт» (негативно заряджений електрод). Пристрій заряджається не довше 5-8 секунд, має не менше 500 тисяч циклів перезарядження та легко утилізується: в конструкції застосовуються нейтральні для довкілля хімічні елементи та сполуки [1].

Ще один приклад – це використання нового екологічного матеріалу для посипання вулиць під час ожеледиці. З настанням холодів ожеледиця стає причиною травматизму людей і збільшення кількості ДТП, щоб запобігти цьому, українські комунальні служби ще з осені готують традиційну сольово-піскову суміш для посипання доріг і тротуарів. Однак часто ця суміш приносить більше шкоди, ніж користі: пісок засмічує каналізаційні системи (з часом це призводить до підтоплення міст), а сіль вкрай негативно впливає на екологію – вона накопичується у ґрунті й потрапляє у водойми, що позначається на природному середовищі та здоров'ї людей.

Безпечний і екологічний матеріал для посипання вулиць в ожеледицю винайшов 18-річний український студент Ілля Ружилюк з Івано-Франківська. Це – технічний поташ (середня сіль калію та вугільної кислоти) і грубий землястий пісок у співвідношенні 9:1. Таке співвідношення речовин дозволяє забрати лише верхню частину снігу, а до нижньої приклеюється пісок, утворюючи стійке покриття, яке не зноситься вітром, не переноситься взуттям і машинами [1].

Інший приклад – це перероблення органічного сміття за допомогою світла. Фахівці з компанії «ЕкоІнТех» презентували технологію перероблення органічного сміття під назвою «ОСДАР». У ній основним елементом є фотони (квант електромагнітного випромінювання). Таке рішення, за словами розробників, не має аналогів у світі. Ідея виникла в одного з авторів – астрофізика Валерія Остапенка, який спостерігав за Сонцем. Технологія «ОСДАР» опромінює органічне сміття високоенергетичними фотонами, наприклад, лазерним світлом. Це розкладає відходи на базові атоми, з яких складається будь-яка органіка: кисень, водень, вуглець, азот тощо. При цьому отриманий таким чином водень можна використовувати надалі як паливо. Розробники стверджують, що їхня установка навіть може стати поштовхом до розвитку «водневої економіки» на заміну сучасній нафтовій. За їхніми словами, продуктивність такого реактора дозволяє переробляти тонну сміття на добу та отримувати з неї 300 кубічних метрів горючого газу [1].

Ще одним прикладом є матеріал для обігрівачів, які гріють не повітря, а об'єкти в приміщенні. Команда вчених з Інституту металофізики імені Г.В. Курдюмова НАН України розробила ефективні низькотемпературні плівкові нагрівачі на основі аморфної нанокристалічної металевої стрічки. Винайдений українськими науковцями матеріал можна використовувати як для створення промислового обладнання (елементи сушильних камер, обігрів гідросистем обладнання), так і для обігріву приміщень. З такого матеріалу можна створювати обігрівачі, що випромінюють інфрачервоне світло, яке гріє не повітря, а об'єкти в приміщенні. Науковці вже створили прототип подібного побутового нагрівача потужністю 250 Вт, який прикріплений до стіни житлового приміщення та нагадує килим [1].

Отже, екоінноваційні технології відіграють важливу роль у скороченні негативного впливу виробництва на навколишнє середовище, а також сприяють поліпшенню економічної ефективності та конкурентоспроможності підприємств.

Бібліографічний список:

1. Екоінновації в Україні: добірка розробок українських вчених.
URL: <https://gurt.org.ua/articles/30440/>
2. Everything you Need to Know about Green Technology in 2023.
URL: <https://greenly.earth/en-us/blog/ecology-news/everything-you-need-to-know-about-green-technology-in-2022>

УДК: 658.114:005.342

УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЯМИ В ГРУПІ КОМПАНІЙ FOZZY GROUP

Ткачова С.С., кандидат економічних наук, доцент,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-7103-9269>

Правдівцев Д.О., здобувач вищої освіти,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

Ефективний та стійкий розвиток підприємств у різних сферах бізнесу в сучасних умовах господарювання досягається за рахунок використання ними інновацій, які забезпечують стратегічні конкурентні переваги на ринку. Сучасний керівник повинен зважати на

інноваційний контекст сьогодення, тобто ситуацію, в якій впровадження безперервних або окремих нововведень складного характеру стають суттєвою частиною підприємства та його галузевого сегменту. Є багато наукових підходів до визначення сутності поняття «інновація». Г. П'ятницька пропонує комплексний підхід і визначає «інновації» досить широко, охоплюючи не лише нові продукти, а й нові процеси, нові організації, нову практику бізнесу та нові стратегії [1]. Відповідно до міжнародних стандартів, інновація – це кінцевий результат інноваційної діяльності, що отримав втілення у новому або удосконаленому продукті, впровадженому на ринку, новому або удосконаленому технологічному процесі, що використовується у практичній діяльності, чи у новому підході до соціальних послуг. Саме такі інновації впроваджуються у Групі компаній Fozzy Group – однієї з найбільших торгово-промислових груп України, діючого українського ритейлера з понад 700 торговельними об'єктами по всій території країни. Крім торговельних мереж, бізнес-інтереси Групи компаній Fozzy Group охоплюють виробництво продуктів харчування, банківський та ресторанний бізнеси, сферу послуг. З початку свого заснування у 1997 р. Fozzy Group фокусується на інноваційному вдосконаленні бізнесу, створює нові можливості для ринку та стимулює розвиток галузі загалом. Fozzy Group впроваджує сучасні рішення за усіма напрямками діяльності [2]. Інвестиції в покращення бізнес-процесів допомагають Групі компаній утримувати провідні позиції на ринку ритейлу. Завдяки логістиці торговельних мереж через власні розподільні центри налагоджено своєчасне постачання магазинам продуктів харчування по всій Україні. Крім того, в Групі функціонує власна система контролю якості, яка забезпечує дотримання стандартів зберігання, транспортування і продажу товарів. Fozzy Group вже давно підтвердила свій статус самого мультиформатного ритейлера України. Мультиформат – це інновація і стратегічна конкурентна перевага Групи компаній. Наразі до портфелю компанії входять: мережа супермаркетів Сільпо, магазини Фора, делікатес-маркети Le Silpo, дискаунтери Thrash!Траш!, гіпермаркети Fozzy S&C, преміальний маркет Favore, магазини гарного настрою OffTop by Сільпо та ін. Також Fozzy Group розвиває ресторанний напрямок (заклади У Хромого Пола, Старомак, Positano, Escobar та ін.); виробництво продуктів харчування (Ніжинський консервний завод, компанія з виробництва риби та морепродуктів Огни Гестії, виробництво м'яса птиці та яловичини Родник Плюс та ін.); фінанси (банк Схід); поштові послуги (мережа Justin), туризм (турагентства Сільпо Вояж) та спортивний напрямок

(мережа спортклубів Apollo Next). У вересні 2021 р. відкрито перший діджитал-банк в українському ритейлі – Банк Власний Рахунок; влітку 2022 р. в Києві стартував новий сервіс доставки від Сільпо – сервіс Loko (швидка доставка товарів, продуктів та готових страв); онлайн-хімчистка MINK MІNімум Клопотів у Києві та області (дозволяє не їздити в пункти прийому речей); міні-маркети FoodPod; у серпні 2021 р. Снятинська птахофабрика, що належить Fozzy Group, відкрила перший фаст-фуд Хрумка курочка; відкрито крафтову пивоварню Beermaster Brewery [3]. Отже, інновація мультиформат представляє Fozzy Group як диверсифікований бізнес і дозволяє споживачам отримувати різні послуги від одного бренду. Впровадження інновацій систематично здійснюється в торговельних мережах і підприємствах, які входять до складу Fozzy Group. Так, наприклад, Сільпо є одним із небагатьох у світі великих мережевих продуктових ритейлерів, який створює індивідуальний тематичний дизайн для кожного магазину. Нині в мережі більше 50 тематичних дизайнерських супермаркетів і 4 делікатес-маркети Le Silpo, кожен з яких має власний дизайн. Тематичну атмосферу Сільпо створює і для своїх співробітників – кімнати для персоналу також оформлюються у стилі магазинів. У мережі є супермаркети в стилі всесвіт Мавки, музичний, ямайський, муркотиковий та інші. Команда Сільпо також отримує натхнення з картин Ван Гога, культових хітів рок-музики, азіатської культури, історії Подолу тощо. У 2020 р. три дизайнерські супермаркети Сільпо вчетверте увійшли до Europe's Finest Store – переліку найкращих інноваційних дизайнів європейських магазинів за версією European Supermarket Magazine. У супермаркетах Сільпо діє інноваційна програма для постійних покупців «Власний Рахунок», яка, разом із системою винагороди споживачів, є ефективним дослідницьким і маркетинговим інструментом як для мережі, так і для постачальників. Також у мережі Сільпо успішно працює інновація New Retail, яка передбачає оцифрування та оптимізацію всіх складових, з якими взаємодіє покупець. Реалізації інновації здійснюється через активне використання QR-кодів. Це робиться не лише для анонсу акцій, але й для оплати на касах самообслуговування, що є зручною альтернативою звичайним касах та еквайрингу. Як результат – інновація сприяє зростанню зацікавленості покупців та швидкості обслуговування [4].

Бібліографічний список:

1. П'ятницька Г.Т., П'ятницька Н.О. Інноваційні ресторани технологій: основи теорії: Навч. посіб. для вищ. навч. закл. К.: Кондор-Видавництво, 2013. 250 с.

2. Офіційний сайт Групи компаній Fozzy Group.
URL: <https://www.fozzy.ua/ua/> (дата звернення: 21.03.2023).

3. Fozzy Group. Мультиформат.
URL: https://rau.ua/dosvid/multiformat-jaki-silpo/?fbclid=IwAR2vrfkPbX7cJvYvun3tBijGyv90eB6VAb14d-SasddbDhJAYTrRo_pLJf8c (дата звернення: 21.03.2023).

4. Мережа Сільпо. Інновація New Retail. URL: <https://rau.ua/novyni/10-tehnologichnih-trendiv/> (дата звернення: 21.03.2023).

УДК: 351/354.338.242

ЗАСТОСУВАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ІНСТРУМЕНТІВ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ У МІСЦЕВОМУ ЕКОНОМІЧНОМУ РОЗВИТКУ

Філімонова К.Ю., здобувач вищої освіти*,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

Перед місцевими органами публічного управління постають проблеми, пов'язані з питаннями усунення дублювання в межах адміністративних процесів та підвищення ефективності адміністративної роботи. Нерідко спостерігається значна трудомісткість та заплутаність в процесі виконання адміністративних функцій. В умовах цифровізації суспільства, органам публічного управління слід використовувати в своїй діяльності принципи новітніх управлінських концепцій [1].

Позитивні зміни в українському суспільстві вимагають застосовування в державному управлінні апробованих євро-пейських механізмів управління, що дадуть змогу розробляти ефективні системи державного управління на всіх рівнях врядування, функціонування якого повинно базуватись на принципах чесності, прозорості та довіри народу до влади [2].

Неоднозначне відношення до бюрократії, з одного боку, та вища результативність більшості комерційних підприємств, з іншого, призвели до популярності застосування концепції New Public Management, яка спрямована на ефективне, справедливе та гнучке управління. Вона характеризується чотирма складовими: застосування ефективних комерційних практик; запровадження тендерних закупівель для

* Науковий керівник – кандидат економічних наук, доцент І.О. Шарко

оптимізації фінансування; залучення зацікавлених сторін до спільного вирішення проблем; прив'язка виконання завдань до показників ефективності [1].

Сьогодні наше суспільство характеризується перехідною моделлю управління від «директивної» до «нового публічного менеджменту». Зміни потреб суспільства та стандарти ЄС, до якого прагне Україна у своєму геополітичному розвитку, вимагають від держави переходу до нової парадигми державного управління, такої як «Good Governance» (GG) [3].

Більшість сучасних західних учених складовими частинами Good Governance називають такі: конституційний лад; демократичні вибори; повага до прав людини; влада закону (правопорядок); політична відкритість, стабільність і зрозумілість законів; терпимість, справедливість; громадська участь; суспільні видатки, спрямовані на досягнення суспільних (публічних) цілей; незалежність судів; прозорість діяльності влади; відсутність корупції; активні та незалежні засоби масової інформації, свобода інформації; компетентність органів влади; політична нейтральність органів влади; підзвітність влади суспільству [4].

Також, заслуговують на увагу концепції «FAST Government» та «Open Government», які накладають суттєвий відбиток на діяльність органів публічного управління всіх рівнів. Концепція «FAST Government» пов'язана з використанням цифрових технологій і передбачає залучення громадян, соціальні медіа, консультації, створення спільних робочих середовищ, делегування прийняття рішень, міжурядове та міжгалузеве співробітництво; використання державно-приватного партнерства, оптимізацією неефективних структур, впровадженням новітніх технологій, використання кваліфікованих працівників. Концепція «Open Government» характеризується трьома складовими: право на інформацію, прозорість та підзвітність, відкритість даних [1].

Серед новітніх технологій використання потенціалу людини найпоширенішим інструментом для визначення пріоритетів та стратегій розвитку використовують форсайт. «Форсайт» (від англ. foresight) – погляд у майбутнє, передбачення, розсудливість, далекоглядність, передбачливість.

Форсайт – це процес систематичного визначення нових стратегічних напрямів, які в довгостроковій перспективі зможуть значно вплинути на економічний і соціальний розвиток. Він включає:

обговорення можливих напрямів розвитку і формування на цій основі довгострокових пріоритетів в різних галузях і сферах; сукупність інструментів, що дозволяють активно передбачати проблеми в майбутньому та активний прогноз, який передбачає конкретні дії в майбутньому.

Формою громадської участі у розробці політики чи вирішенні конкретних завдань є Міське зібрання (Town Hall Meeting). Це ще один сучасний інструмент залучення громади до колективної участі, який приносить позитивні результати в узагальненні та консолідації думок при вирішенні актуальних питань [5].

Застосування інноваційних інструментів місцевого економічного розвитку територій повинно передбачати: забезпечення інфраструктури для започаткування та розвитку підприємницької діяльності в громадах; створення системи фінансової підтримки для бізнесу, моніторингу громадської думки щодо проблем та перспектив в сфері економічного розвитку; діалог між владою та бізнесом; реакцію щодо вирішення проблем з урахуванням пропозицій бізнесу; створення і популяризацію бізнес-освіти; налагодження міжрегіонального співробітництва; укладання угод про співпрацю з іншими територіальними громадами [6].

Застосування інноваційних інструментів публічного управління у місцевому економічному розвитку призведе до підвищення показників ефективності у сервісно-орієнтованій адміністративній роботі. Тому для удосконалення публічного управління на місцях втілення підходів новітніх управлінських концепцій на базі впровадження інструментів цифрових технологій є вкрай важливим.

Бібліографічний список:

1. Мазур О., Соколовська О. Особливості впровадження новітніх управлінських концепцій: регіональна модель модернізації адміністративних процесів в органах публічного управління в умовах цифрової трансформації суспільства. *Аспекти публічного управління*. 2020. Т. 8, № 5. С. 107-116.

2. Дурман О.Л. Good governance – основа для розбудови ефективної системи публічного управління. *Публічне управління та митне адміністрування*. 2019. № 1(20). С. 37-43.

3. Колодій А.Ф. Концепція публічного (нового) врядування в її застосуванні до демократичних і перехідних систем. *Демократичне врядування: науковий вісник АРІАУ НАДУ при Президентові України*. 2013. URL: <http://www.lvivacademy.com/visnik10/fail/Kolodij.pdf>

4. Дем'янчук О. Політичні перспективи досягнення Good Governance в Україні. *Віче*. 2015. № 22. С. 10-15.

5. Василюченко Г., Парасюк І., Єременко Н. Планування розвитку територіальних громад: навч. посібник для посадових осіб місцевого самоврядування. Асоціація міст України. Київ: ТОВ «ПІДПРИЄМСТВО «ВІ ЕН ЕЙ», 2015. 256 с.

6. Осадчук С. Вдосконалення інструментів місцевого економічного розвитку територій. *Актуальні проблеми державного управління*. 2021. № 1(82). С. 127-131.

УДК: 330.46

АЛГОРИТМ ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ В УМОВАХ РИЗИКУ І НЕВИЗНАЧЕНОСТІ

Шафоренко І., здобувач третього рівня вищої освіти *,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

При цьому прийнятті управлінських рішень часто стикається з певними ризиками, викликаними ситуацією невизначеності в галузі. Сучасні процеси в економіці характеризуються не тільки відкритістю, динамічністю, наявністю великої кількості зв'язків, величезною кількістю факторів впливу, а й високим ступенем невизначеності. Різноманітність та великий обсяг інформації, особливо стосовно можливих майбутніх сценаріїв та їх розвитку, не завжди сприяють вибору правильного рішення, а лише збільшують ступінь невизначеності та ризику [1]. Прагнення менеджерів знизити рівень невизначеності і рівень ризику, вибрати правильне рішення продиктоване як психологічними особливостями людини, так і бажанням передбачити подальший сценарій розвитку, зробити правильний вибір і отримати відповідний прибуток.

Проблема вибору в управлінні та економіці, на даний момент одна з найважливіших. Вирішення управлінських завдань затребуване і актуальне, їх результат може принести в різних галузях мільйонні прибутки або збитки. Особливо гостро ця проблема стоїть у сучасних умовах, коли кількість зв'язків зростає щохвилини, а будь-які дії миттєво відбиваються на інших учасників трансакцій. На цьому тлі процеси, що відбуваються в економіці, істотно прискорюються, на перше місце виходять тактичні та оперативні рішення, їх прийняття вимагає мінімум часу. Вміння приймати правильні рішення в таких ситуаціях сьогодні є запорукою успішного менеджера.

* Науковий керівник – кандидат економічних наук, доцент Г.Ю. Омельченко

Найчастіше з позиції економіки в якості невизначеності визначається ряд умов, необхідних для складання прогнозів майбутньої економічної ситуації [2].

При цьому ряд дослідників дане поняття ототожнюють з поняттям ризику, що є некоректним, оскільки ризик є показник ступеня невизначеності, і має кількісний вимір. Щодо невизначеності кількісного вимірювача немає, це поняття визначається ризиковістю події загалом.

Алгоритм процесу прийняття рішень повністю застосовується під час прийняття тактичних і стратегічних рішень, оскільки у ОПР (особа приймаюча рішення) достатньо часу на проведення всіх етапів, а саме [3]:

1 етап – Аналіз ситуації, включає у собі аналіз поточного рівня контрольних показників підприємства міста і визначення ефективності своєї діяльності.

2 етап – На підставі поточних даних ОПР та керівного складу, а також незалежні експерти виявляють основні проблеми, що потребують вирішення.

3 етап – На підставі переліку виявлених проблем розробляються альтернативні варіанти їх вирішення. Для визначення найефективнішого варіанту проводиться оцінка альтернатив, для чого визначається група критеріїв оцінки.

4 етап – Визначення критеріїв оцінки, розроблених альтернативних варіантів управлінських рішень виявлених проблем. Критерії оцінки повинні відображати зовнішні та внутрішні умови, що впливають на ефективність управлінського рішення при умові його прийняття.

5 етап – проведення оцінки ефективності розроблених альтернативних варіантів управлінських рішень. На цьому етапі проводиться кількісна та якісна оцінка передбачуваного результату, отриманого у разі ухвалення одного з розроблених альтернативних управлінських рішень. Причому оцінюється результат кожного запропонованого рішення. Ефективність самого рішення безпосередньо залежить від ефективності отриманого результату. Потім здійснюється вибір найкращого варіанту управлінського рішення.

6 етап – Узгодження обраного альтернативного варіанту управлінського рішення. На цьому етапі проводиться узгодження думок ОПР, керівного складу ІТ-підприємства та незалежних експертів про зроблене виборі. Повторно розглядаються всі переваги та недоліки

обраного варіанта рішення, а також можливі наслідки: переваги та негативні події. Також на цьому етапі виконання рішення розбивається на більш дрібні етапи з деталізацією згідно з організаційною структурою IT-підприємства. У разі розходження думок етапи повторюються з моменту оцінки ефективності альтернативних варіантів.

7 етап - Контроль за виконанням управлінського рішення. На цьому етапі визначаються контрольні показники оцінки ефективності отриманих результатів від прийнятого управлінського рішення, встановлюється плановий рівень значень, досягнення якого свідчить від ефективності виконання або ефективності самого управлінського рішення. Цей етап можна розбити на два під етапи: перший – контроль за ефективністю виконання управлінського рішення та другий - контроль ефективності самого управлінського рішення. Це пов'язано з тим, що в результаті оцінки та аналізу даних може бути прийняте ефективне управлінське рішення, а халатне його виконання може спричинити неефективність результату.

8 етап – Оцінка та аналіз отриманих результатів. На цьому етапі порівнюються фактично отримані значення показників після виконання управлінського рішення та встановленого їхнього рівня у процесі прийняття цього рішення. У разі коли фактичний рівень показників нижче запланованого виявляються причини зниження ефективності результатів, у разі перевищення фактичного рівня проводиться детальний аналіз обставин, що сприяли його досягненню, для подальшого їх використання в наступних управлінських рішеннях.

В умовах невизначеності та ризику дана модель може бути удосконалена за допомогою оцінки варіантів рішення з урахуванням факторів ризику. При цьому також можливо використовувати метод ранжирування рішень, однак головним фактором тут є найменша ризикованість варіантів. Методологію прийняття рішення в умовах ризику та невизначеності можна побудувати на основі «матриці рішень». Матриця рішень визначає один із її видів, який можна позначити як «матриця виграшів», оскільки саме вона оцінює показник ефективності. Можлива побудова матриці рішень та іншого виду, представленого як «матриця ризиків», у якому замість показників ефективності використовуватимуться показники фінансових втрат, що відповідають певним поєднанням можливих альтернатив прийняття рішень та ситуацій розвитку подій. На основі матриці вибирається найкраще альтернативне рішення щодо обраного критерію. Методика такого розрахунку диференціюється за різних умов ризику та

невизначеності за параметрами [2,3]:

1. Прийняття рішень в умовах ризику полягає в тому, що кожній можливій ситуації розвитку подій може бути задана певна ймовірність його здійснення.

2. Прийняття рішень за умов невизначеності полягає в тому, що ймовірності різних варіантів ситуацій розвитку подій суб'єкту, який приймає ризикове рішення, невідомі.

3. Прогнозування ризиків з урахуванням обраних варіантів розвитку подій.

Оцінка ймовірності реалізації окремих ситуацій розвитку подій визначається експертним шляхом. Матриця рішень, побудована за умов ризику з урахуванням ймовірності окремих ситуацій, визначає інтегральний рівень ризику щодо кожної з наявних альтернатив прийняття рішень. Основними критеріями, що використовуються в процесі прийняття рішень в умовах невизначеності, є [4]:

1. Критерій Вальда (критерій «максиміну»);

2. Критерій «максимаксу»;

3. Критерій Гурвіца (критерій «оптимізму-песимізму» чи «альфа-критерій»);

4. Критерій Севіджа (критерій втрат від «мінімаксу»).

Таким чином, алгоритм прийняття управлінських рішень в умовах ризику та невизначеності може бути побудований на основі попереднього формування варіантів управлінських рішень, виявлення ризикових подій у кожному з них, та, факторів невизначеності, оцінки за представленими критеріями кожної з альтернатив, вибору найменш ризикованого та прибуткового варіанта.

Критерій Вальда передбачає, що з усіх можливих варіантів вибирається альтернатива, яка з усіх несприятливих ситуацій розвитку події має найбільше з мінімальних значень. Критерій Лапласа передбачає, що з усіх можливих варіантів вибирається альтернатива, середнє значення якої за всіма ситуаціями розвитку подій має найбільше з усіх. Критерій Гурвіца дозволяє керуватися при виборі ризикового рішення за умов невизначеності деяким середнім результатом ефективності, що у полі між значеннями за критеріями Севіджа і Вальда. Критерій Севіджа передбачає, що з усіх можливих варіантів вибирається альтернатива, яка мінімізує розміри максимальних втрат за кожним із можливих рішень [4].

Істотним їх недоліком є те, що частина з них орієнтована на крайні результати (песимізму або оптимізму), отже досить рідко зустрічаються. Інші, такі як критерій Лапласа чи Гурвіца, розраховують

або абсолютне середнє значення очікуваного виграшу (функція корисності), або з певною мірою довіри. Всі ці методи безпосередньо залежать від суб'єктивного сприйняття менеджером ситуації, в якій необхідно прийняти рішення, його інтуїції та уявлення про корисність.

Бібліографічний список:

1. Аралбаєва Ф.З., Карабанова О.Г., Круталевич-Льоваєва М.Г. Ризик і невизначеність при прийнятті управлінського рішення. *Вісник Хмельницького Національного університету*. 2019. № 4. С. 132-139.

2. Кравченко Т.К. Прийняття стратегічних рішень в умовах ризику та невизначеності. *Вісник фінансового університету*. 2016. № 4. С. 22-31.

3. Рішняк І.В. Системний аналіз категорії ризику та невизначеності. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Інформаційні системи та мережі*. 2019. № 489. С. 263-275.

4. Vychuzhanin V.V., Rudnichenko N.D., Shibaeva N.O., Boyko V.D. The development of user interface prototype of decision support system for risk management of complex technical systems. *Sustainability and Competitiveness in Business*. 2016. P. 162-172.

УДК: 004.588

ОСОБЛИВОСТІ ОПТИМІЗАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВ ІТ-СФЕРИ

Шафоренко С., здобувач третього рівня вищої освіти *,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

За підсумками 2022 року ІТ-індустрія забезпечила валютні надходження до української економіки в \$7,34 млрд., що на \$400 млн. перевищує результат довоєнного 2021 року, повідомляє Асоціація ІТ Ukraine з посиланням на дані Національного банку. По суті результат повністю відповідає попереднім очікуванням. Станом на 1 січня 2023 року ІТ-бізнес перерахував до бюджету України податків та зборів на загальну суму 32,2 млрд. грн. - на 4,4 млрд. грн. і на 16% більше за минулорічний показник. Водночас автори дослідження відзначають збільшення чисельності платників податків за ІТ-КВЕДами, а саме ФОПів. «Цифра понад сім мільярдів доларів від експорту комп'ютерних послуг унікальна ще тим, що це найбільший показник за всю історію існування української ІТ-галузі, якого було досягнуто саме під час війни» [1].

* Науковий керівник – кандидат економічних наук, доцент С.М. Калініченко

Перехід країни до моделі «цифрової економіки» передбачає посилення значущості інформаційних технологій у функціонуванні всіх галузей національної економіки, прискорене зростання сектора комп'ютерних та інформаційних послуг на основі використання досвіду парку високих технологій. Екстенсивні методи залучення працівників у сферу інформаційних технологій обмежені, у зв'язку з чим задля досягнення поставлених перед галуззю ІТ цілей необхідним є впровадження у практику підходів до розвитку та мотивації персоналу, які враховують передовий світовий досвід управління талантами. В результаті буде забезпечено значне підвищення ефективності праці ІТ-фахівців (особливо новачків), зросте зацікавленість працівників у підвищенні своєї кваліфікації та набуття нових знань та навичок, значно прискориться процес впровадження інформаційних технологій в управлінні реальним сектором економіки країни.

Розвиток персоналу в сучасних організаціях необхідно розуміти як процес спрямований на формування і максимально ефективно використання людського потенціалу працівників відповідно до цілей, можливостей і особистих якостей працівників, що стоять перед організацією. Власні програми розвитку персоналу розроблені переважно в найбільших ІТ-компаніях. У компаніях розроблені спеціальні тренінги для початківців, куди можуть потрапити як студенти та випускники профільних навчальних закладів, так і кандидати, які самостійно вивчають основи інформаційних технологій [2]. Проходження цих тренінгів безкоштовне. Також співробітники компанії читають спеціальні курси, відкриті лекції, проводять практичні заняття у вищих навчальних закладах.

В результаті провідні ІТ-компанії забезпечують стійкий набір молодих фахівців у галузі ІТ-технологій та їх прискорену адаптацію на робочих місцях. Для співробітників, які потрапили до штату компанії, діють чітко сформульовані кар'єрні плани: Junior Specialist – Specialist – Senior Specialist. Співробітник має можливість вибрати один із п'яти напрямів подальшого розвитку: Project Management, Resources Management, Technical Specialization, Solutions Engineering, Delivery Management [2]. Протягом усього періоду роботи співробітнику компанії надаються необхідні умови для підвищення кваліфікації та саморозвитку. Діє інститут наставництва.

Однак для проходження співбесіди (для зарахування на курс) необхідно мати достатні базові знання з ІТ, а також вільно володіти англійською мовою. Тому курси спрямовані переважно на студентів профільних навчальних закладів. ІТ-компанії не використовують

типові кар'єрні плани, а розробляють їх індивідуально для кожного працівника залежно від його інтересів, можливостей та навичок. Співробітники мають можливість підвищувати кваліфікацію у власному навчальному центрі, що полегшує розвиток персоналу. Проте слід визнати, що сьогодні недостатньо активно реалізуються заходи щодо розвитку IT-персоналу на регіональному рівні. Частка працівників IT-сфери у загальній зайнятості населення постійно збільшується, проте професійне навчання за рік (за даними на 2020 року) пройшло лише 12,6 % працівників ІКТ [3]. У той же час, в Україні за участю IT-компаній створюються нові навчальні заклади. У цих школах впроваджується багатоваріантна система навчання фахівців та поліпрофесійний підхід до навчання. В результаті молоді фахівці у сфері IT здобувають навички взаємодії зі спеціалістами інших професій.

У IT-компаніях слід ширше використовувати підхід до розвитку персоналу, що базується на моделях компетенцій. «Модель компетенцій – це перелік компетенцій з конкретними показниками їх прояву у професійній діяльності» [3]. За основу можна взяти європейські ІКТ-профілі, розроблені для наступних галузей діяльності: управління бізнесом, управління технологіями, проектування, розробка, обслуговування та обслуговування, підтримка користувачів.

В даний час недостатня увага приділяється розвитку команд IT-спеціалістів. Слід ширше використовувати поради зарубіжного фахівця Дж. Баретти [4]. На його думку, для успішного розвитку IT-команди достатньо дотримання п'яти рекомендацій: забезпечити вихід негативних емоцій учасників, систематично впроваджувати нововведення, правильно сформулювати критерії ефективності, створювати духовні зв'язки між учасниками команди, не забувати про психологічне розвантаження та гумор.

У сфері мотивації IT-персоналу використовують переважно зарубіжний досвід. Розробка власних моделей мотивації працівників найчастіше не ведеться. У керівництві IT-компаній усвідомлюють, що «фінансове стимулювання є найважливішим фактором мотивації, але після достатнього рівня задоволення матеріальних потреб воно слабо впливає на підвищення продуктивності праці IT-персоналу та розвиток його творчих навичок» [4]. Подальший розвиток систем мотивації має здійснюватися у напрямі розробки методичних рекомендацій щодо використання різних методів матеріальної та нематеріальної мотивації. До розробки цих рекомендацій слід активно залучати провідних фахівців у галузі кадрового менеджменту, що дозволить зробити їх ефективними.

IT-компанія – комерційна організація, що працює у сфері інформаційних технологій. На сьогоднішній день у світі існує велика кількість різновидів компаній у сфері IT, кожна з яких може запропонувати послуги різного характеру. Як правило в таких організаціях крім розробників існує цілий перелік фахівців, необхідних для стабільного зростання компанії. Одним із таких є менеджер з продажу. До його обов'язків входить створення задовільного рішення під потреби клієнта. Отже, менеджер з продажу повинен бути поінформований про здібності команд розробників, щоб розуміти, що можна обіцяти клієнту.

Розроблений веб-додаток по управлінню персоналом розрахований на використання всередині IT-компанії та призначений для спрощення пошуку команди розробників, що відповідає вимогам клієнта. Dodatok включає в себе можливість зберігання інформації про діючі проекти компанії, клієнтів, розробників, їх ролі та професійні навички. Також проекти зберігають у собі інформацію про дату старту та закінчення розробки. У випадку, якщо проект ще перебуває на стадії розробки, це відобразатиметься у профілях розробників, які входять до команди цього проекту. Користувачі всередині системи наділяються ролями та відповідними правами доступу до тієї чи іншої інформації. Усього доступних ролей три: власник компанії, менеджер з продажу та розробник. До повноважень власника компанії входить реєстрація та управління компанією, додавання до неї персоналу за допомогою електронної пошти кожного з них. Власнику компанії також доступний перегляд та редагування інформації про проекти та профілі персоналу всередині своєї компанії. Менеджер з продажу може створювати проекти, збирати команди розробників їм, управляти списком професійних навичок кожного з команд. Для розширення своїх навичок розробник має можливість відправити запит своєму менеджеру з необхідним змістом. Також у доступ до розробника входить перегляд свого профілю та списку проектів, у якому він бере участь.

Архітектура програми заснована на мікросервісах, що взаємодіють один з одним за допомогою протоколу HTTP. Для її реалізації використовується технологія із Spring Framework, а саме: Spring Security, Spring Cloud Eureka, Spring Cloud Gateway, Spring Cloud-Configuration. У сукупності вони забезпечують балансування навантажень та безпеку для веб-додатку. Кожен із сервісів розташовується всередині docker контейнера з усім його опорядженням та залежностями [5].

Як уже неодноразово зазначалося раніше, безумовно, зростання ІТ-сектору є позитивною тенденцією та великим плюсом. Сподіваємося, ІТ-галузь продовжить зростання у 2023-му році, проте існує думка, що масові звільнення, що розпочалися наприкінці 2022-го і продовжуються у світових ІТ-компаніях (Google, Microsoft, Meta, Amazon та інші) [5], все гостріше відчуватимуться в Україні.

Бібліографічний список:

1. ІТ-індустрія України минулого року забезпечила \$7,34 млрд. у валюті - на \$400 млн. більше, ніж у довосенному 2021 році. Асоціація ІТ Ukraine. URL: <https://itc.ua/news>

2. Особливості роботи в ІТ-компаніях. URL: <https://deit.name/2017/06/osobennosti-raboty-v-it-kompaniyakh/>

3. ІТ-рекрутинг: особливості роботи та як підбирають фахівців у Google eКіроННбіф. URL: <https://hurma.work//blog/it-rekruting-osobennosti-raboty-i-kak-eto-delayut-v-google/>

4. П'ять порад ІТ-директору по формуванню команди. URL: <https://www.osp/cio/2015/05/13046400>.

5. Загальна інформація про Spring Cloud. URL: <https://spring.io/projects/spring-cloud/>

УДК: 330.341.1

ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ В УКРАЇНІ В СУЧАСНИХ УМОВАХ*

Шевченко Я.Ю., здобувачка вищої освіти,
Сумський державний університет, м. Суми, Україна
ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0001-8635-3338>

Нехорощкова Ю.М., здобувач третього рівня вищої освіти,
Сумський державний університет, м. Суми, Україна
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-4092-5441>

Інноваційна діяльність в Україні за останні роки зазнала значного зовнішнього впливу. Пандемія COVID-19, а пізніше і події повномасштабного вторгнення 24 лютого 2022 року безумовно вплинули та змінили основний вектор руху економічного сектору економіки.

* Робота виконана за рахунок бюджетних коштів МОН України, наданих на виконання науково-дослідної теми «Когнітивна модель комерціалізації інновацій в умовах Індустрії 4.0: захист інтелектуального капіталу, маркетинг та комунікацій» (№ ДР 0122U000780)

Багато підприємств втратили свій економічний потенціал через втрату співробітників, які виїхали за межі регіону чи країни. Деякі постраждали фізично від бойових дій, деякі втратили прибутки через загальний спад економіки. Тим не менш, у той час як одні підприємства закриваються, інші лише починають свою діяльність. Саме тому актуальним питанням на сьогодні є визначення основних траєкторій розвитку інноваційних комерційних проєктів в Україні в сучасних умовах.

В будь-які часи важливо було пристосовуватися до змін зовнішнього середовища. З кожним роком швидкість реагування на зміни збільшувалася. Сьогодні підприємства вимушені майже миттєво реагувати на зовнішні зміни та адаптувати свої бізнес-процеси. З новими умовами виникають нові запити та потреби, часто нестандартні та незвичні для фахівців. Тому, інноваційна комерційна діяльність в сучасних реаліях є важливим та ефективним інструментом як для окремих підприємств, так і для економіки країни в цілому.

За даними Дніпровського інвестиційного агентства найактуальнішими напрямками діяльності для компаній в Україні будуть такі галузі як:

- будівництво та виготовлення будівельних матеріалів;
- сфера кібербезпеки та кібернетики;
- сфера забезпечення продовольства;
- освітні проєкти;

– технології сталого розвитку (екологічна продукція, технології переробки відходів, використання штучного інтелекту тощо).

На основі вище зазначеного списку можна визначити основні тенденції у взаємозв'язку між теперішніми подіями, та реакцією економічного сектору.

Очевидна необхідність у новітніх технологіях відновлення пошкоджених будівель та прискореного будівництва нових. Через нестандартні пошкодження в Україні вже використовують нові способи ремонту будівель, як наприклад, з житловим будинком на вулиці Лобановського у Києві, де у верхні поверхи двадцяти семи поверхової будівлі влучила ракета. При ремонті використовували технологію накладання плит, яку до цього не використовували ніде у світі. Тож можна зробити висновок, що запит на унікальні способи ремонту будівель та новітні будівельних матеріалів буде лише збільшуватися.

Ще одним важливим напрямком є *militaryTech* – розробки в галузі воєнізованого машинного будівництва та гаджетів. Деякі стартапи цієї

галузі були представлені на виставці спільного проекту Мінцифри та Фонду розвитку інновацій. Серед них:

– безпілотні літальні апарати eVTOL-дрон Hammerhead та БпЛА «Гор» від команди Airlogix;

– «Скорпіон 2» – винахід від проекту Temerland, що спеціалізується на створенні багатофункціональних роботизованих безпілотних систем.

На тлі посиленних кібератак як на сайти великих компаній і державних установ, так і на особисті пристрої громадян, зростає потреба у сервісах захисту для програмного забезпечення. Серед зареєстрованих у цій сфері стартапів:

– HackenAI – застосунок для забезпечення безпеки для особистих мобільних пристроїв, з елементами геймізації та освіти. Окрім звичних складових захисних систем, програма має освітні модулі щоб навчити користувачів правилам інформаційної та кібер безпеки. В основі програми – технології штучного інтелекту та блокчейн.

– SaaS – сервісна платформа для залучення так званих сертифікованих етичних хакерів (СЕН – certified ethical hacker). Використовується для активного пошуку слабкостей в системі пристроїв та програмного забезпечення. Створена на основі програми баг баунті (The Bug Bounty Program – Програма винагороди за помилки. Використовується деякими сайтами та розробниками програмного забезпечення. За допомогою неї волонтери та професійні етичні хакери отримують матеріальне заохочення за виявлення слабкостей та програмних помилок).

Не можливо не відмітити значне підвищення цін на продовольчі продукти у зв'язку з руйнуванням виробництв; логістичних зв'язків; ускладненим проведенням посівної кампанії; загальним підвищенням цін на сировинні складові, комунальні послуги, обслуговування обладнання, тощо.

Нижче викладені комерційні проекти що покликані спростити деякі процеси на шляху продовольчого продукту від стадії плану виробництва до полиць магазинів.

– iCORN – майданчик для об'єднання компаній, банків, елеваторів, страхових компаній, лабораторій та фермерів для активізації аграрного сектору економіки. Прозора та безпечна система дозволяє ефективно вести комерційну діяльність в секторі аграрного бізнесу.

– TradeEVO – платформа-посередник між локальними виробниками та масштабними продавцями. Локальні підприємці можуть розміщувати свої товари, а міжнародні торговці можуть обирати

їх та продавати, використовуючи свої ресурси, яких не має локальний підприємець.

Сильно постраждав також ринок праці. Велика кількість людей стала шукати шляхи зміни галузі роботи, виникла потреба в отриманні нових знань та навичок. Також шкільна та дошкільна освіта зараз не може працювати в повноцінному режимі, а стати повноцінними педагогами та вчителями для своїх дітей, на жаль, можуть далеко не всі батьки. Заповнити цю нішу можуть наступні освітні комерційні проекти:

– Wizzylab – сервіс для конструювання платформ для онлайн шкіл. Підійде для осіб що не володіють технічними навичками досконало. Певний аналог WIX тільки для освітніх платформ. Він дозволить збільшити пропозицію освітніх послуг та створити здорову конкуренцію на цьому ринку.

– CASERS – сервіс для створення інтерактивних освітніх симуляцій та кейсів для індивідуального навчання.

– Re:zume – програмне забезпечення для пошуку роботи що використовує штучний інтелект для підбору вакансій та сфер зайнятості під наявні навички та спосіб життя людини.

– Erudito – застосунок для дітей 8-10 років, де можна вивчати шкільні предмети та сучасні технології в ігровій формі.

Сфера сталого розвитку як і інші постраждала від негативних подій в країні, але тригери для розвитку також з'являються. Нижче представлені деякі з зареєстрованих стартапів, що є гарними прикладами комерційного підкріплення проектів сфери сталого розвитку.

– FuelWell – унікальна розробка, що дозволить зменшити рівень споживання палива та викидів в атмосферу.

– Energy Absorbing Breakwater – мобільна автономна система для використання енергії морських хвиль для опріснення морської води та генерацію екологічної електроенергії.

– Effa – виготовлення екологічно чистих матеріалів та можливих до переробки одноразового посуду.

– СМАРТ-МАК – виробництво сервісів трекінгу споживання ресурсів з інтерактивною візуалізацією даних, на основі системи технологій Big Data.

– BioBin – мобільний застосунок, який в гейміфікованій формі дозволяє формувати здорові звички щодо споживання та утилізації відходів.

– Seed Forum Global Accelerator – програма по впровадженню новітнього методу з виявлення джерел та покладів корисних копалин та металів через використання технології ПЕМЗ (пульсуюче електромагнітне зондування).

В результаті проведеного дослідження ринку інноваційних комерційних проєктів в Україні можемо зробити наступні висновки про вплив макроекономічних чинників на розвиток стартапів. Пандемія вірусу COVID-19 та повномасштабне вторгнення створили істотні проблеми у різних сферах діяльності. Сфера торгівлі та виробництва харчового продовольства, освіти, та роздрібної торгівлі зазнали найбільшого впливу зовнішніх факторів. Однак, вищезазначені події спровокували розвиток сфери кібербезпеки та кібернетики, оскільки з'явилась потреба в переході в цифровий (онлайн) формат. Пріоритетною також стала оборонна галузь та розробки у сфері Military Tech. Вважаємо, що дана тенденція збережеться також і на наступні декілька років, оскільки збитки, нанесені вище зазначеними негативними макроекономічними чинниками, потребують глобальної зміни траєкторії розвитку економіки задля їх усунення. Саме тому вирішення проблем, викликаних пандемією та воєнними подіями в Україні, на довгий час стануть пріоритетними на рівні з галузями сталого розвитку, і, вірогідно, стануть тісно взаємопов'язаними між собою.

Бібліографічний список:

1. Які п'ять напрямків для стартапів будуть затребувані в Україні після війни. Дніпропетровське Інвестиційне агенство.
URL: <https://dia.dp.gov.ua/yaki-pyat-napryamkiv-dlya-startapiv-budut-zatrebuvani-v-ukraini-pislya-vijni/>
2. Український фонд стартапів. Grant USF.
URL: https://usf.com.ua/projects_catalog/

Секція

*Інституційне та
організаційно-
правове забезпечення
стабілізації розвитку
соціально-
економічних систем*

ПРАВОВІ АСПЕКТИ ТРАНСФОРМАЦІЇ ПРОДОВОЛЬЧОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ В УМОВАХ ДІЇ ПРАВОВОГО РЕЖИМУ ВОЄННОГО СТАНУ

Дуюнова Т.В., доктор економічних наук, к.ю.н., доцент,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

Україна тривалий час позиціонується як гарант продовольчої безпеки в багатьох країнах світу завдяки традиційно потужному продовольчому експорту. Повномасштабне вторгнення росії, незаконні та агресивні дії окупантів по відношенню до цивільного населення, викрадення та вивезення продукції, все це має великий вплив на глобальну продовольчу кризу у світі. У своїй війні росія використовує їжу як зброю. Повномасштабне, підступне вторгнення росії, спричинило руйнування налагоджених роками процесів постачання продуктів, логістичних ланцюгів тощо. Окрім цього, багато посівних територій було заміновано, до частини немає доступу, знищено техніку та склади [1, с. 170]. Активні бойові дії наразі відбуваються в тих областях, де вирощують більшу частину зернових. Окупанти навмисне мітять в український агрокомплекс, аби позбавити нас найбільшого джерела прибутків, а світ – одного з головних постачальників їжі. Сьогодні Україна змушена вести одночасно дві війни: одну за суверенітет, незалежність та територіальну цілісність, – другу за продовольчу безпеку.

Одним з пріоритетів України не дивлячись на складні умови воєнного часу є розвиток ефективної продовольчої системи та формування глобальної довіри щодо застосування напрацьованих стандартів безпеки продовольчих продуктів та подальший сталий розвиток національних продовольчих систем. Війна росії проти України продемонструвала вразливість як національних так і глобальних продовольчих систем від антропогенних (вплив збройних конфліктів), економічних (зростання світових цін на продовольство) та природних чинників (збільшення впливу неврожайів внаслідок порушення глобальних поставок продовольства) [2].

Загалом, продовольча система, розглядається як сукупність факторів, що визначають продовольчий характер економіки тієї чи іншої країни – виробництво, логістика, зберігання, переробка продуктів харчування, маркетинг, торгівля, традиції споживання, управління

відходами і т.д. Все це постійно між собою взаємодіє. Найбільший вплив на ці системи створює безпосередньо організація виробництва, відповідно, це найкритичніший фактор і основне «поле» для трансформацій».

Досліджуючи питання стійкості функціонування продовольчої системи у нестабільних макроекономічних умовах Бокій О.В., зазначає, що поняття «продовольча система» включає в себе усі процеси, пов'язані з вирощуванням, збором, переробкою, пакуванням, транспортуванням, маркетингом, споживанням та утилізацією харчових продуктів і упаковки, у якості цілісної системи, в якій виробництво продовольства, переробка, розподіл і споживання інтегровані для підвищення їх екологічної, економічної, соціальної ефективності. Водночас, як зазначає дослідник, її важливо розглядати як цілісну систему, у якій виробництво продовольства, переробка, розподіл і споживання інтегровані для підвищення їх екологічної, економічної, соціальної ефективності. Термін «продовольча система» зарубіжні вчені та фахівці вживають при дослідженні всього спектру проблем, пов'язаних з циклом виробництва і споживання продовольства [3, с. 22].

Організаційно-економічний механізм продовольчої системи, на думку М. Сичевського включає в себе всю сукупність інституційних, правових, економічних, фінансово-кредитних важелів та чинників, які забезпечують зростання обсягів виробництва продовольства і продовольчу безпеку, ефективне використання природних та виробничих ресурсів, підготовку кадрів, інноваційний розвиток, формування культури споживання й уявлень про здорове харчування, захист навколишнього середовища, безпечність та якість харчових продуктів [4, с. 6].

Отже, аналізуючи вище викладене, можна констатувати, що продовольча система країни – це спроба виписати економічні, екологічні і соціальні та всі інші елементи забезпечення людей продовольством в ширшому розумінні – в контексті цілей сталого розвитку. Сучасні продовольчі системи розвинених країн функціонують на основі високоефективного агропромислового виробництва та органічного поєднання ринкового механізму з державним регулюванням, що спрямовується на підтримку стабільності продовольчої системи та забезпечення продовольчої безпеки.

Продовольча система України, це один із найважливіших секторів економіки України, головним завданням якого є стійке забезпечення населення держави і світу харчовими продуктами в

необхідному асортименті і належної якості. Продовольча система України, як складова світової продовольчої системи, охоплює усі ланки процесу – від виробництва сировини до реалізації готової продукції населенню, її споживання та утилізації відходів, а також учасників зазначеного процесу. Середовище функціонування продовольчої системи забезпечують соціальні, економічні, екологічні, виробничі чинники у процесі виробництва та споживання продовольства. При цьому ресурси і продукція мають взаємний вплив. [5, с. 27]

Пріоритетним завданням для України навіть в умовах воєнного стану, залишається розвиток системи ефективного сільського господарства та формування глобальної довіри щодо застосування напрацьованих стандартів безпеки продовольчих продуктів. Важливим є подальший сталій розвиток національних продовольчих систем, так як Україна має значний потенціал для збільшення своєї ролі у формуванні сталого постачання харчової продукції у всьому світі.

Україна ще до початку повномасштабної війни здійснила низку важливих і успішних кроків на шляху виконання цього амбітного завдання. Зокрема, Україна 8 лютого 2021 р. приєдналася до Комітету з всесвітньої продовольчої безпеки. Вхідження до Комітету з всесвітньої продовольчої безпеки ООН надало Україні додаткові можливості впливу на глобальну продовольчу політику, і зміцнила роль України як гаранта світової продовольчої безпеки.

У період з липня 2021 року по червень 2022 року Україна очолювала Міжнародну раду по зерну. Міжнародна рада по зерну (International Grains Council) – міжурядова організація, діяльність якої покликана сприяти розвитку і зміцненню міжнародного співробітництва в області зернових культур між країнами-експортерами та імпортерами зерна. Членами ради зараз є 29 країн і Європейський Союз. Так як виробництво і торгівля зерновими є не тільки однією з сильних сторін України в контексті світової торгівлі, але і являє собою основу врівноваженої продовольчої системи, головування в МРЗ дозволило Україні широко заявити про свою позицію вагомого гравця на зовнішньому ринку і докласти зусиль до розвитку глобального зернового ринку.

Відповідно до викликів воєнного часу та з урахуванням напрацьованих, які підтвердили свою практичну спрямованість політика Уряду України у сфері забезпечення продовольчої безпеки зазнала суттєвих змін. Зокрема, було прийнято план із забезпечення продовольчої безпеки в умовах воєнного стану. Це комплекс дій, який передбачає моніторинг стану продовольчої безпеки і

сільськогосподарської інфраструктури в цілому; надання підтримки виробникам харчових продуктів; надання адресної допомоги соціально вразливим категоріям населення; централізований контроль за цінами на продукти.

Окрім цього, враховуючи складні умови сьогодення з метою сталого економічного розвитку України, забезпечення національних інтересів у сфері продовольчої безпеки та подальшого утвердження України як одного зі світових лідерів постачання окремих видів сільськогосподарської продукції та продовольчих товарів 7 лютого 2022 року Президент України підписав Указ № 41/2022 «Питання національних пріоритетів трансформації продовольчих систем в Україні», яким доручив Кабінету Міністрів України підготувати та затвердити план заходів щодо трансформації продовольчих систем в Україні на період до 2030 року.

На виконання цього наказу Кабінету Міністрів доручено забезпечити у двомісячний строк розроблення та затвердити план заходів щодо трансформації продовольчих систем в Україні на період до 2030 р. План повинен бути розроблений за участю, зокрема, міжнародних експертів та з урахуванням Цілей сталого розвитку ООН на період до 2030 року.

Реалізація положень Указу Президента у першу чергу сприятиме імплементації напрацьовань Національного діалогу з продовольчих систем та Саміту ООН з метою покращення продовольчої безпеки України. Також це створить умови для поліпшення харчування населення України, збільшення виробництва та експорту української сільськогосподарської продукції на міжнародні ринки, зміцнення авторитету нашої країни як надійного постачальника продовольства, досягнення Цілей сталого розвитку на період до 2030 року».

Варто зазначити, що у процесі трансформації продовольчих систем Україна має скористатися міжнародним досвідом, так як ми інтегруємося до європейського простору, та повинні розуміти особливості впровадження продовольчих систем у інших країнах. Приміром, у Європейському Союзі ключовою політикою є Європейський зелений курс (Green Deal), який впливає на трансформацію життя всіх країн-членів ЄС в сторону більшої екологізації, покращення соціальних умов та збереження темпів економічного зростання. В межах цієї політики в Європі заплановано часткове збільшення фінансування розвитку сільських територій, розвиток малого фермерства, локалізація ланцюгів додаткової вартості, зменшення логістики між виробництвом, переробкою та споживачем [6].

Аналізуючи вище викладене, можна констатувати, що продовольча система кожної країни – це спроба виписати економічні, екологічні і соціальні та всі інші елементи забезпечення людей продовольством в ширшому розумінні – в контексті цілей сталого розвитку. Україна тут не виключенням.

На превеликий жаль війна в Україні не закінчена, і за таких надзвичайно складних умов порушуються взаємозв'язки між основними ланками продовольчої системи. Зниження купівельної спроможності населення призводить до нераціонального харчування та порушення принципів продовольчої безпеки населення, знищені виробничі засоби підприємств сільськогосподарського сектора та харчової промисловості призводять до зменшення виготовлення продукції тощо. Відповідно знижується ефективність функціонування продовольчої системи. Але, навіть у таких складних умовах наша держава починає готувати власну програму трансформації продовольчих систем. Однією із головних проблем, що обмежують можливості успішної модернізації продовольчих систем, є той факт, що глобальні, національні та регіональні заходи політики, стратегії, законодавчі механізми та інвестиції не є комплексними, а роз'єднані за окремими напрямками та проблемами. З огляду на це, Україна повинна напрацювати єдину консолідовану позицію Уряду і вітчизняного агробізнесу щодо ролі України в забезпеченні світової продовольчої безпеки та шляхів трансформації продовольчих систем у напрямі забезпечення їх стійкості до впливу негативних факторів, зокрема воєнних дій в Україні. Продовольча система України – один із найважливіших секторів економіки України, головним завданням якого є стійке забезпечення харчовими продуктами в необхідному асортименті і належної якості населення усього світу. Реалізація аграрного потенціалу дозволяє Україні забезпечувати не лише потреби внутрішнього ринку продовольства, а й все більш активно долучатися до вирішення глобальних проблем забезпечення продовольством населення планети, стаючи надійним постачальником харчових продуктів на світові ринки навіть в умовах дії правового режиму воєнного стану.

Бібліографічний список:

1. Півненко Л.В. Правове регулювання продовольчої безпеки в умовах воєнного стану. Матеріали круглого столу «Правові виклики сучасності» (20 грудня 2022 р.). Харків: Державний біотехнологічний університет, 2022. С. 170-173.

2. Вплив війни РФ проти України на стан глобальної продовольчої безпеки. UkraineInvest. URL: <https://ukraineinvest.gov.ua/uk/news/19-04-22/>

3. Бокій О.В. Стійкість функціонування продовольчої системи у нестабільних макроекономічних умовах. *Продовольчі ресурси*. 2018. № 11. С. 21-32.

4. Сичевський М.П., Дейнеко А.В. Організаційно-економічна сутність категорії «Продовольча система». *Продовольчі ресурси*. 2014. № 3. С. 4-9.

5. Харчова промисловість України: стратегічні аспекти розвитку: монографія; за заг. ред. акад. НААН Я.М. Гадзала. Інститут продовольчих ресурсів НААН. К: Аграр. наука, 2016. 380 с.

6. Трансформація продовольчих систем – український контент. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/3264555-transformacia-prodovolcih-sistem-ukrainskij-kontekst.html>

УДК: 336.02.001.76(477)

РОЗВИТОК МИТНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ В ПЕРІОД ДІЇ РЕЖИМУ ВОЄННОГО СТАНУ

Іванов Ю.Б., доктор економічних наук, професор,
Науково-дослідний центр індустріальних
проблем розвитку НАН України, м. Харків, Україна
ORCID ID: <http://orcid.org/0000-0002-5309-400X>

Толстошеєва Д.В.,
Харківський національний економічний університет
імені Семена Кузнеця, м. Харків, Україна

З початком повномасштабного вторгнення Росії та введенням режиму воєнного стану митна політика України потребувала швидких та кардинальних змін. Введення режиму воєнного стану мало великий вплив на митну політику України, оскільки воно передбачало певні обмеження та заходи безпеки, які можуть вплинути на переміщення товарів через кордон.

Митна політика України в період дії режиму воєнного стану є надзвичайно важливою для забезпечення національної безпеки країни, оскільки саме митна служба забезпечує контроль за переміщенням товарів, включаючи військові товари та технології, які можуть використовуватися для виготовлення зброї. Одним з основних

завдань митної служби є запобігання незаконному переміщенню товарів, які можуть бути небезпечними для національної безпеки, таких як зброя, вибухові речовини, радіоактивні матеріали, наркотики, шкідливі речовини для здоров'я людини тощо. Таким чином, митна політика в умовах воєнного стану має важливе значення для забезпечення національної безпеки та економічної стабільності країни.

В 2022 році основними викликами в сфері митної політики були наступні:

– радикальне зменшення обсягів зовнішньоекономічних операцій у зв'язку з руйнуванням експортних виробничих потужностей та частковою тимчасовою окупацією окремих територій. При цьому зменшення стосувалося не тільки експорту, але й імпортних операцій. Так, в 2022 р. експорт товарів дорівнював 64,9 % від аналогічного показники 2021 р., а імпорт – 75,9 % [1].

– структурні зрушення зовнішньоторговельного обороту, що значно ускладнило організацію контрольно-перевірочної роботи митних органів внаслідок нерівномірного розподілу навантаження на різні митниці та необхідності опрацювання нетрадиційних товарних груп;

– кардинальна зміна зовнішньоекономічної логістики, що призвело до появи нових регіонів-лідерів в сфері як експорту, так і ввезення товарів, що, в свою чергу, обумовило застосування нетрадиційних для певних груп товарів видів транспорту (так, в звичайних умовах транскордонне перевезення великих обсягів зернових автомобільним або залізничним транспортом було, скоріш, екзотикою). А це також ускладнює роботу митних служб. Причому пропускна спроможність митниць не була розрахована на нові потоки товарів, що по-перше, ускладнювало роботу митних органів: а по-друге, відбивалося на якості контрольно-перевірочної діяльності;

– суттєві втрати бюджету внаслідок зменшення надходжень митних платежів, що було наслідком дії двох груп факторів: зменшення фізичних обсягів зовнішньоекономічних операцій (в першу чергу, імпортних) і лібералізацією митного оподаткування (імпортного ПДВ, акцизного податку та мита) за рахунок численних пільг у вигляді застосування зменшених ставок або звільнення від оподаткування операцій з окремими товарами.

У 2022 році фактичне надходження митних платежів дорівнювало 300,8 млрд грн з очікуваних 528,3 млрд грн. (56,9 % індикативного показника). Основними причинами такого стану ДМС України називає надання пільг:

– зі сплати податків при імпорті товарів, не пов'язаних із протидією збройній агресії країни-окупанта (квітень-червень 2022 року) - 42,1 млрд грн. Ці пільги, зокрема стосувалися безподаткового ввезення автотранспортних засобів;

– при імпорті продукції оборонного призначення – 31,4 млрд грн;

– зі сплати акцизного податку при ввезенні сировини для виробництва інших підакцизних товарів (переважно тютюну) – 28,1 млрд грн;

– нові пільги, спрямовані на відновлення енергосистем та забезпечення громадян електроенергією – лише за останні два місяці 2022 року обсяги цих пільг склали 4,8 млрд грн, у тому числі з імпорту електрогенераторів – 3,8 млрд грн.

З наведених цифр явно видна проблема обґрунтованості надання преференцій, в т.ч. в сфері митних платежів – перша і третя група пільг виглядає дуже дискусійними, а дієвість останньої викликає певні сумніви. Справа в тому, що внаслідок відсутності дієвих механізмів контролю за цільовим використанням вивільнених коштів зменшення податків (мита й ПДВ) не призвело до відповідного зменшення цін на імпортовані товари, тобто надані пільги «не дійшли» до споживачів.

Наявність названих викликів в період дії режиму воєнного стану обумовила специфічний реактивний характер митної політики, яка в цілому більш-менш успішно та з достатньою оперативністю вирішувала проблеми, що виникають. Проте така політика не дозволяла підійти до стратегічного вирішення наявних проблем, що уявляється можливим тільки після закінчення активної фази воєнних дій.

Після завершення війни на етапі відновлення економіки України, удосконалення митної політики має стати важливою складовою післявоєнної відбудови та ефективної реформи економіки й забезпечення національної безпеки. Можливі напрямки удосконалення:

1. Спрощення митного оформлення. Удосконалення процедур митного оформлення відповідно до стандартів ЄС сприятиме зменшенню бюрократичних процедур та часу, необхідного для перетину кордону. Це може суттєво полегшити організацію зовнішньоекономічних операцій та зменшити транзакційні витрати.

2. Розвиток митної техніки та інформаційних технологій. Впровадження нових технологій може зробити митний контроль більш ефективним та швидким. Наприклад, діджиталізація митних послуг та використання електронного декларування товарів зменшує час, необхідний для митного контролю, та одночасно має антикорупційний ефект.

3. Розвиток митної інфраструктури. Зміна географічних напрямів логістики зовнішньоекономічних операцій вимагає розбудови мережі нових митних пунктів пропуску, їх оснащення необхідним устаткуванням та кадрове забезпечення, включаючи проблему житлового забезпечення митників. Розвиток митної інфраструктури може забезпечити більш ефективний та безпечний митний контроль. Наприклад, відкриття нових митних пунктів пропуску на кордоні зможе полегшити та прискорити процес митного контролю.

4. Встановлення прозорих та передбачуваних правил митного регулювання, виходячи з вимог та стандартів ЄС. Впровадження принципу транспарентності митного оформлення та контролю сприятиме розвитку експортно-орієнтованого підприємництва та привабливості України для іноземних інвесторів.

5. Забезпечення ефективності та дієвості податкового регулювання зовнішньоекономічної діяльності. Цей напрям уявляється дуже важливим, оскільки без створення надійних механізмів моніторингу та контролю цін на товари, ввезення яких підлягає пільговому оподаткуванню, надання пільг за митними платежами втрачає будь-який сенс.

Таким чином, реалізація цих напрямів розвитку митної політики сприятиме забезпеченню ефективності державної економічної політики на етапі післявоєнного відновлення економіки України.

Бібліографічний список:

1. Товарна структура зовнішньої торгівлі за 2022 рік. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua>

2. У 2022 році Держмитслужба перерахувала до держбюджету 300,8 млрд грн: чому не більше? Офіційний сайт Державної митної служби України. URL: <https://customs.gov.ua/news/zagalne-20/post/u-2022-rotsi-derzhmitsluzhba-pererakhuvala-do-derzhbiudzhetu-3008-mlrd-grn-chomu-ne-bilshe-1062> (дата звернення: 06.04. 2023).

МЕХАНІЗМ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У СФЕРІ ЖИТЛОВОГО БУДІВНИЦТВА

Білецький І.В., кандидат технічних наук,
директор навчально-наукового інституту енергетичної,
інформаційної та транспортної інфраструктури,
Харківський національний університет
міського господарства ім. О.М. Бекетова
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-4125-3931>

Інвестиційна діяльність у сучасних умовах постає основним драйвером розвитку будівництва житлової нерухомості та здійснює значний вплив на рівень залучення населення до регіонів країни, формування робочої сили для інших видів економічної діяльності, підвищення конкурентоспроможності регіонів. Покращення інвестиційного забезпечення сектору житлового будівництва формує передумови вирішення гострих соціально-житлових проблем, покращення рівня якості та добробуту життя населення країни. Зростання рівня інвестиційних потоків у будівельну галузі є яскравим індикатором пожвавлення економічних процесів, свідчать про позитивні очікування інвесторів та стабілізацію факторів бізнес-середовища.

Як зауважує Богданенко А.І., державне управління інвестиційною діяльністю у будівельній сфері – окрема функція управління, яка покликана поєднати інтереси держави і інвесторів на основі специфічних методів управління ринком житлової нерухомості (прогнозування, бюджетне планування, фінансування, оподаткування тощо) [1].

Систематизація загальних принципів державного управління інвестиційною діяльністю в Україні дозволила побудувати їх сукупність у наступній компліментарності: законність, прозорість і доступність, стимулювання, ефективність, адекватність, об'єктивність, збалансованість, стабільність, відповідальність сторін, системність, єдність цілей і завдань інвестиційного процесу, конкурентних переваг, консолідації та динамізму [2, 3].

Погоджуючись із системою загальних принципів державного регулювання інвестиційної діяльності, вважаємо доцільним доповнити їх у частини регулювання інвестицій у галузі житлового будівництва. Серед ключових принципів сучасного регулювання процесом залучення інвестиційних потоків, об'єктивними нами вбачаються:

1) принцип економічності – формування і затвердження державних стандартів і нормативів витрат на будівництво об'єктів житлової нерухомості із врахуванням економічно обгрунтованих норм витрат ресурсів, що має забезпечити помірну собівартість житлового будівництва та економічну доступність житла для всіх категорій населення;

2) принцип стимулювання залучення інвестицій у будівництво інклюзивних житлових приміщень, які враховують потреби, інтереси та цінності всіх категорій і верств населення країни та створюють рівні і справедливі умови доступу до житла та умов життя людей;

3) пріоритет державних інвестицій для будівництва соціального житла;

4) принципи заохочення збільшення частки місцевих бюджетів у структурі інвестиційних потоків, які залучаються у будівництво об'єктів житлово нерухомості;

5) пріоритет фінансування інвестиційних проектів, орієнтованих на будівництво з використанням технологій енерго- та ресурсозбереження і ефективності;

6) поступовий перехід до концепції «зелених» домівок та інституційно-фінансова підтримка інвестицій у стале житлове будівництво.

Державне регулювання інвестиційної діяльності будівництва об'єктів житлової нерухомості потребує обгрунтування чіткого механізму, який би поєднував нормативно-правову площину, принципи, цілі розвитку житлового будівництва та відповідні важелі і інструменти, які з забезпечували стимулюючий ефект для нарощуванні інвестиційних потоків у галузь (рис. 1).

Виключною прерогативою державного механізму регулювання інвестиційних процесів у житловому будівництві є організаційно-правові методи регулювання, до яких слід віднести: закони, постанови, сертифікація, ліцензування, експертиза державних програм і проектів; реалізація цільових програм, антимонопольні заходи, приватизація житла, землевпорядкування, інформаційно-консультативне забезпечення, облік, державні норми і стандарти.

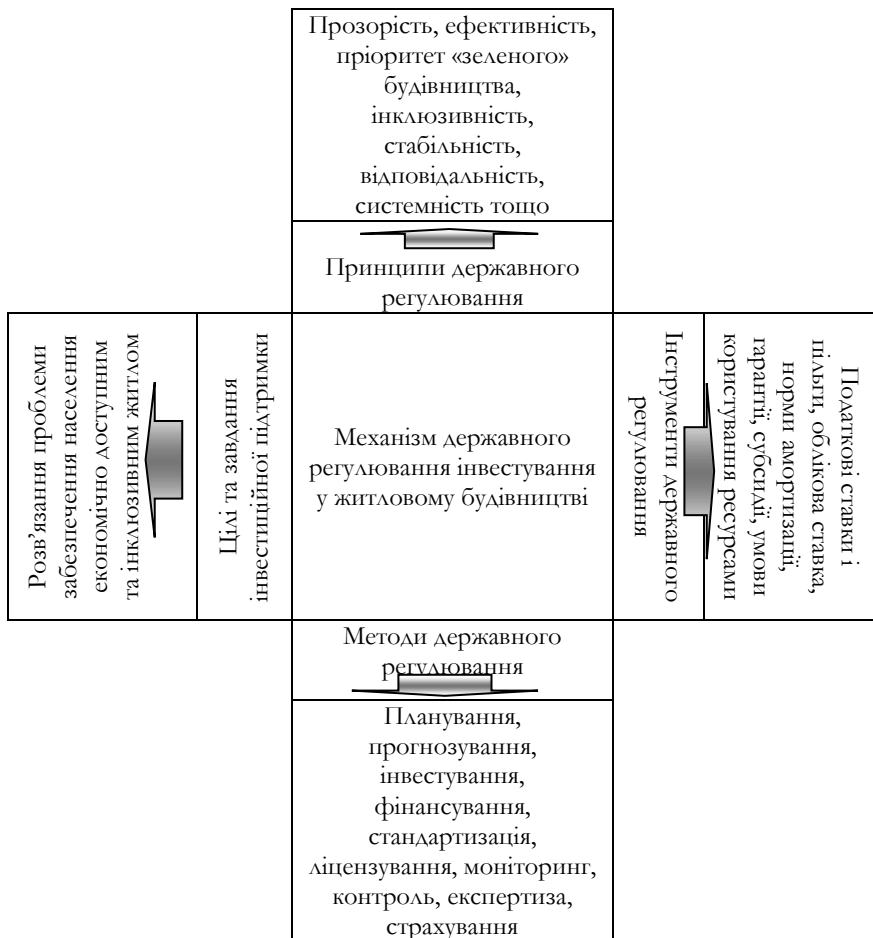


Рис. 1. Структурна архітектоніка механізму державного регулювання інвестиційної діяльності у сфері житлового будівництва

Джерело: складено автором

Сьогодні актуальним постає питання визначення і фіксація на нормативному рівні стандартів економічної доступності житла, стандартів енерго- та ресурсозаощадження у житловому будівництві,

розрахунок рекомендованих параметрів собівартості одиниці будівництва житла та одиниці площі соціального житла. Удосконалення потребують також інструменти державного регулювання виділення земельних ділянок під будівництво житлових приміщень, зокрема, соціальної спрямованості.

Всі ці заходи, поряд з фінансово-економічними інструментами стимулювання житлового будівництва, мають забезпечити покращення інвестиційного клімату та підвищення рівня привабливості сфери житлового будівництва, у т. ч. будівництва соціального житла, як для вітчизняних так і для іноземних забудовників. Пріоритетними напрямками державного інвестиційного регулювання будівництва житлової нерухомості мають стати: зниження бюрократичного тиску на бізнес та інвесторів; покращення інвестиційного клімату та підвищення інвестиційної привабливості галузі і національної економіки у цілому; створення дієвої системи захисту інвестиційних вкладень та інтересів інвесторів; мотивація і стимулювання спільних форм залучення капіталу у будівельний бізнес, сприяння розвитку приватно-державного партнерства; подальше удосконалення податкового та інвестиційного законодавства, забезпечення податкової стабільності і рівноваги; прийняття загальнодержавних та регіональних концепцій реконструкції та модернізації житла для населення; регулювання обсягів інвестиційних потоків у галузь через застосування гнучких механізмів облікових ставок і компенсаторних інструментів іпотечного кредитування; розширення практики фінансування будівництва соціального та інклюзивного житла; розробка та стимулювання впровадження у практику житлового будівництва «зелених» стандартів і стандартів сталого розвитку.

Бібліографічний список:

1. Богданенко А.І. Становлення системи інвестиційної діяльності в житлове будівництво. *Експерт: парадигми юридичних наук і державного управління*. Вип. 1(3). С. 175-186.

2. Намлієва Н.М. Принципові основи державного регулювання інвестиційної діяльності. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2018. Вип. 23. С. 96-99.

3. Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності: Закон України від 11 вересня 2003 р. №1160-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1160-15>

ПРИНЦИП КОНФІДЕНЦІЙНОСТІ У ДІЯЛЬНОСТІ АДВОКАТА

Брулевич В.В., кандидат юридичних наук,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-8128-8023>

З початку повномасштабної військової агресії Росії проти України, увесь державний апарат і суспільство в цілому були змушені перейти до оперативного функціонування в умовах воєнного стану, що у свою чергу значно ускладнило діяльність не тільки державних органів щодо гарантування конституційних прав людини, а і діяльність адвокатури України – недержавного самоврядного інституту, що забезпечує здійснення захисту прав, свобод і законних інтересів людини як основної цінності правової держави.

Незважаючи на реалії війни, адвокати України всілякими способами пристосовуються до нових умов та продовжують забезпечувати кваліфіковане надання правових послуг, так як саме на адвокатуру покладено виконання конституційної функції захисту прав громадян, а право на захист, за Конституцією України, не підлягає обмеженням навіть під час запровадження воєнного стану. В таких надзвичайно складних умовах діяльності адвокатури однією з найбільш важливих передумов забезпечення довіри клієнта у відносинах із адвокатом є дотримання адвокатом принципу конфіденційності, оскільки робота адвоката і клієнта може будуватися лише на основі довіри.

Особливість адвокатської діяльності полягає в тому, що він одержує від клієнта відомості, які той ні за яких ситуацій не буде повідомляти іншій особі, а також іншу інформацію, яку йому належить зберігати в таємниці. Довіра до адвоката з боку клієнта може виникнути лише за умови обов'язкового додержання ним принципу конфіденційності. Конфіденційний (від лат. *confidential* – «довір'я») трактується у сучасному словнику іншомовних слів як довірчий, секретний, який не підлягає розголошенню, публікації. [1, с. 342]. Саме чужа таємниця, яка перебуває у віданні сторонніх осіб, яким вона стала відомою внаслідок виконання ними службових або професійних обов'язків, становить предмет та зміст конфіденційної інформації.

У науковій доктрині, конфіденційність як принцип адвокатури розглядається як сукупність правових положень, що визначають механізм дотримання адвокатської таємниці, захисту персональних даних особи та інших видів інформації з обмеженим доступом у процесі здійснення адвокатської діяльності, а також кваліфікаційного, дисциплінарного та інших видів проваджень у системі органів адвокатського самоврядування. На відміну від багатьох інших принципів адвокатури, принцип конфіденційності поширюється на ширше коло суб'єктів, охоплюючи не тільки адвокатів, але й помічників адвоката, стажистів адвоката, осіб, які перебувають у трудових відносинах з адвокатом, а також осіб, стосовно яких припинено або зупинено право на заняття адвокатською діяльністю [2, с. 56].

На законодавчому рівні принцип конфіденційності регулюється, як законодавством України, так і міжнародними актами, які закріплюють міжнародно-правові стандарти адвокатської діяльності. Впроваджуючи вказані правові акти у свою діяльність, адвокатура України зорієнтована на діяльність адвокатур країн-членів Європейського Союзу (ЄС), у яких захист прав і свобод людини, надання правової допомоги є пріоритетними в державній політиці. Адвокатська діяльність у країнах ЄС здійснюється на принципах верховенства права, законності, незалежності, конфіденційності та уникнення конфлікту інтересів [3, с. 117].

Зокрема, у Загальному кодексі правил для адвокатів країн Європейської спільноти прописано, що особливістю професії адвоката є те, що «він одержує від клієнта відомості, які той не буде повідомляти іншій особі, а також іншу інформацію, яку йому належить зберігати в таємниці. Довіра до адвоката може виникнути лише за умови обов'язкового додержання ним принципу конфіденційності. Таким чином, конфіденційність є першорядним і фундаментальним правом та обов'язком адвоката» [4].

У Загальних принципах правової професії, прийнятих Міжнародною асоціацією юристів 20 вересня 2006 року, зазначається про принцип «конфіденційності/професійної таємниці». Правник завжди повинен зберігати конфіденційність і йому повинна бути надана можливість захищати її щодо поточних справ чи колишніх клієнтів, якщо інше не вимагається чи не дозволено законом, або, якщо це дозволено, рішенням клієнта [5].

Правила адвокатської етики також зобов'язують зберігати конфіденційність будь-якої інформації, зокрема, будь-якої інформації стосовно клієнта, зокрема щодо його особи або інших осіб у процесі

здійснення адвокатської діяльності. Таким чином, до такої інформації належить і та, що свідчить про факт звернення особи до адвоката. При цьому варто брати до уваги, що під час консультативної діяльності клієнт змушений інформувати адвоката (фактично чужу людину) стосовно обставин власного приватного життя. [6, с. 35].

У національному законодавстві, принцип конфіденційності ґрунтується у першу чергу на конституційних нормах, що зазначені в ст. 32 Конституції України, а саме те, що ніхто не може зазнавати втручання в особисте і сімейне життя, крім випадків, які передбачені Конституцією України. Не допускається збирання, зберігання, використання та поширення конфіденційної інформації про особу без її згоди, крім випадків, визначених законом, і лише в інтересах національної безпеки, економічного добробуту та прав людини [7].

Закон України «Про інформацію», що регулює відносини щодо одержання і поширення інформації, у ст. 21 закріплює, що конфіденційною є інформація про фізичну особу, інформація, доступ до якої обмежено фізичною або юридичною особою, крім суб'єктів владних повноважень, а також інформація, визнана такою на підставі закону. Конфіденційна інформація може поширюватися за бажанням (згодою) відповідної особи у визначеному нею порядку відповідно до передбачених нею умов, якщо інше не встановлено законом [8].

Окрім того, норми щодо конфіденційності містяться в ч. 1 ст. 4 Закону України «Про адвокатуру та адвокатську діяльність», в якому одним з принципів професійної адвокатської діяльності в Україні проголошується принцип конфіденційності. Ґрунтовний аналіз вказаного закону, дозволяє дійти висновку, що складовою принципу конфіденційності є дотримання адвокатської таємниці. Відповідно до ст. 22 Закону України «Про адвокатуру і адвокатську діяльність», адвокатською таємницею є будь-яка інформація, що стала відома адвокату, помічнику адвоката, стажисту адвоката, особі, яка перебуває у трудових відносинах з адвокатом, про клієнта, а також питання, з яких клієнт (особа, якій відмовлено в укладенні договору про надання правової допомоги з передбачених цим Законом підстав) звертався до адвоката, адвокатського бюро, адвокатського об'єднання, зміст порад, консультацій, роз'яснень адвоката, складені ним документи, інформація, що зберігається на електронних носіях, та інші документи і відомості, одержані адвокатом під час здійснення адвокатської діяльності [9]. Дослідження змісту тексту присяги адвоката України, визначеної ст. 11 вказаного закону, також дає можливість підкреслити один з його ключових обов'язків – дотримання принципу конфіденційності.

Отже, аналізуючи вище викладене, можна констатувати, що основою адвокатської діяльності є принцип конфіденційності, який відповідно до норм міжнародних документів, національного законодавства, внутрішніх нормативних актів та професійних стандартів є професійним правом та обов'язком адвокатів усієї міжнародної спільноти. Відносини, які виникають між адвокатом та клієнтом, повинні бути довірчими, а принцип конфіденційності спонукає адвоката до поведінки, яка формує довірчі відносини в межах виконання доручення, забезпечує довіру клієнта, зобов'язує адвоката дотримуватись адвокатської таємниці, не розголошувати інформації, отриманої у зв'язку із наданням клієнтові правової допомоги.

Головною метою реалізації принципу конфіденційності є забезпечення довірчих відносин між клієнтом та адвокатом. Суть питання полягає в тому, що клієнт змушений інформувати фактично чужу людину (адвоката) про обставини свого приватного життя, які не завжди носять позитивний характер. Проте, без повної поінформованості неможлива адекватна правова допомога, тому фактично даний принцип поряд з принципом незалежності адвокатської діяльності виступає фундаментом професії захисника. Помилки в його регулюванні чи реалізації спричиняють шкоду не тільки клієнту, адвокату, але й суспільству в цілому. Забезпечення захисту довірчих відносин між адвокатом та клієнтом покладається на державу.

Бібліографічний список:

1. Загальний кодекс правил для адвокатів Європейського Співтовариства: 3 прийнятий на пленарній сесії ради адвокатських об'єднань та спілок адвокатів Європи 28 жовтня 1988 р. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/994_343#Text

2. Іваницький С.О., Іваницька В.В. Конфіденційність як основоположний принцип організації та діяльності адвокатури. *Електронне наукове видання «Аналітично-порівняльне правознавство»*. 2021. № 2. С. 55-59.

3. Бандурка С.С. Адвокатура України на сторожі закону: монографія. Харків: Майдан, 2021. 224 с.

4. Загальний кодекс правил для адвокатів країн Європейського Співтовариства, прийнятий делегациєю дванадцяти країн-учасниць на пленарному засіданні у Страсбурзі в жовтні 1988 року. URL: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/994_343

5. General principles for the legal profession: adopted by the International Bar Association on 20 September 2006. London: International Bar Association, 2013. 3 p.

6. Коломійчук В.О. Реалізація принципу адвокатської таємниці при здійсненні адвокатом консультативної діяльності. *Вісник АПСВТ*, 2016, № 3-4. С. 35-40.

7. Конституція України від 28 червня 1996 р.
URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/254к/96-вр>

8. Про інформацію: Закон України від 02 жовтня 1992 р. Відомості Верховної Ради України. 1992. № 48. 650 с.

9. Про адвокатуру та адвокатську діяльність: Закон України від 5 липня 2012 р. № 5076-VI. *Офіційний вісник України*. 2012. № 62. Ст. 17.

УДК: 711.438:631.1.016

ФОРМУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЯ ПОЛІТИКИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ: ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНИЙ АСПЕКТ

Гуторова О.О., кандидат економічних наук, доцент,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-4705-5482>

Кравченко М.С., здобувач першого рівня вищої освіти,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

Накопичений потенціал зростання, своєчасні управлінські рішення, а також вплив зовнішніх факторів зумовили прискорений розвиток аграрного сектора в нашій країні. Однак поряд з цим все більш очевидними стають проблеми сільських територій, без вирішення яких неможливо в подальшому стійко ефективно розвивати аграрний сектор економіки [1].

Проблема забезпечення сталого розвитку сільських територій є комплексною, оскільки вона повинна вирішуватися на основі зближення нормативно-правової бази, інформаційних технологій, технологій управління великими суб'єктами господарювання. Система нормативно-правового регулювання розвитку сільських територій представлена різними видами нормативно-правових актів і є однією із способів управління та інституціоналізації сфер управління.

Під економічною категорією «сталій розвиток сільської території» слід розуміти процес безперервного підтримання оптимальної пропорційності в розвитку відтворення території з урахуванням її місця і ролі в забезпеченні рівня і якості життя сільського населення. У цьому визначенні ми орієнтуємося на оптимальну

пропорційність, тобто сталий розвиток в тому випадку, коли матеріальні, технічні та інтелектуальні ресурси дозволяють активно впливати на різні фактори стійкості і ефективно їх використовувати. Досягнення соціальних, економічних, екологічних та інституційних цілей дасть можливість сільській місцевості стати на шлях сталого розвитку.

Державна політика у сфері сталого розвитку сільських територій реалізується також відповідно до принципів, закладених у Стратегічних напрямках сталого розвитку сільських територій України на період до 2030 року, яка спрямована на створення умов для забезпечення стабільного поліпшення якості та рівня життя сільського населення виходячи з переваг сільського способу життя [2]. Реалізація цієї стратегії покликана сприяти збереженню соціально-економічного потенціалу сільських територій і виконанню ними функцій – виробничих, демографічних, трудових, просторово-комунікаційних, історико-культурних, підтримці соціального та екологічного контролю за розвитком сільської місцевості.

Розробка напрямів сталого розвитку сільських територій, вибір пріоритетів розвитку сільських територій повинні ґрунтуватися на концептуальних положеннях нормативно-правових актів, узгоджуватися з цілями і завданнями розвитку сільських територій, сформульованими на рівні всієї держави [3].

Аналіз «Стратегічних напрямів розвитку сільських територій України до 2030 року» [2] дозволив виділити наступні ключові положення: поліпшення демографічної ситуації; забезпечення умов для розвитку та диверсифікації сільської економіки; підвищення якості життя сільського населення; розвиток раціонального природокористування та поліпшення екологічної ситуації в сільській місцевості; підвищення ефективності місцевого самоврядування.

Розвиток сільських територій в країні регулюється рядом нормативно-правових документів. При цьому сукупність законодавчих актів доцільно розділити на документи з переважанням методологічних положень про стратегічне планування розвитку сільських територій (базовий рівень) і документи, які безпосередньо включають вектор якісного і кількісного розвитку в систему числових показників (практичний рівень).

Принципи та вимоги стратегічного планування повинні бути покладені в основу розробки механізму реалізації стратегії сталого розвитку сільських територій, який повинен включати такі блоки: поетапний та діагностичний; розвиток, організація та координація;

здійснення; ефективний. Етапно-діагностичний блок являє собою сукупність методів і засобів, реалізація яких забезпечує отримання об'єктивної, своєчасної та необхідної інформації, що характеризує показники сталого розвитку сільських територій з урахуванням особливостей економічного, соціального та екологічного розвитку.

Серед суб'єктивних факторів, що впливають на розвиток сільських територій, слід зазначити недоліки у формуванні та розвитку організаційно-економічного механізму сільських територій, що проявляються, по-перше, в помилках, допущених при формуванні сучасного управління сільськими територіями, по-друге, в економічно несправедливому розподілі бюджетних коштів, по-третє, в неповнійності і недосконалому методів державного регулювання і державної підтримки.

Стратегія сталого розвитку сільських територій на сучасному етапі має бути розроблена у вигляді проекту оптимізації механізму державного та регіонального управління сільськими територіями як соціально-економічної та екологічної системи, орієнтованої на підвищення якості та рівня життя сільського населення. При цьому пріоритет у розвитку сільських територій повинен надаватися забезпеченню пропорційності і збалансованості в розвитку всіх елементів системи і вдосконаленні її міжелементних взаємодій.

Сталий розвиток сільських територій можливий за умов виконання прийнятих нормативних актів, збалансованого розвитку економіки і має бути орієнтований, перш за все, на гармонізацію його в межах різних часових горизонтів, вибір «точок зростання» сільської економіки, визначення потреби в ресурсах, необхідних для досягнення поставлених стратегічних цілей, узгодження інтересів сільських територій і бізнесу, обґрунтування стратегічних альтернатив і сценаріїв поведінки керованої підсистеми та її елементів з можливими змінами в навколишньому середовищі.

Бібліографічний список:

1. Сучасні проблеми та перспективи сталого розвитку сільських територій: матеріали до доповіді на міжнародній науково-практичній конференції 1-2 червня 2017 року / Ю.О. Лупенко [автори-укладачі: Ю.О. Лупенко, М.І. Пугачов, В.П. Саблук та ін.]. К.: ННЦ «ІАЕ», 2017. 44 с.
2. Стратегічні напрями сталого розвитку сільських територій на період до 2030 року / за ред. Ю.О. Лупенка. К.: ННЦ «ІАЕ», 2020. 60 с.
3. Гуторова О.О., Гуторов О.І. Особливості, проблеми та напрями удосконалення управління сільськими територіями. *Вісник ХНАУ. Серія «Економічні науки»*. Харків, 2017. № 3. С. 27-37.

УМОВИ, ОСНОВНІ КРИТЕРІЇ ТА ФАКТОРИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОДОВОЛЬНОЇ БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ

Гуторова О.О., кандидат економічних наук, доцент,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-4705-5482>
Літвінова Н.В., здобувач вищої освіти,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

Проблема забезпечення продовольчої безпеки у глобальному масштабі у XXI століття не втрачає своєї актуальності. Її сутність полягає в наявній невідповідності зростаючого попиту населення на продовольчі товари та можливостей агропромислового виробництва, яке обмежене земельними та водними ресурсами, а також рівнем розвитку даної галузі. Проблема продовольчої безпеки держави базується на низці аспектів: голод та недоїдання; структура та якість харчування; стан здоров'я населення; наявність продовольчих запасів, і навіть їх дефіцит; нерівномірність у розподілі продовольчих товарів; диференційованість у рівнях споживання та потреби населення в продуктах харчування; висока вартість продовольства.

З одного боку, система продовольчої безпеки України є підсистемою системи її національної безпеки. З іншого – є підсистемою світової системи продовольчої безпеки тому, що продовольча проблема має загальносвітовий характер [5].

Розв'язана Росією війна суттєво вплинула на стан продовольчої безпеки в Україні. Країна посіла останнє місце в Європейському рейтингу (26 місце з 26) та на глобальній мапі зайняла 65 сходинку серед 113 країн світу. За показником забезпечення продуктами харчування Україна посідає найгірше місце в Європі і 65 сходинку глобально, що спричинено суттєвим зростанням цін, зміною середніх витрат на продукти харчування та відсутністю дієвих державних програм захисту.

Погіршення продовольчої безпеки в країні через війну спричинене, зокрема, знищеними логістичними ланцюгами та інфраструктурою, зруйнованими господарствами та виробництвами, зменшенням кількості виробленого продовольства на працюючих підприємствах, зростанням базових продовольчих потреб в найбільш постраждалих регіонах країни. Фактично продовольча безпека країни стає відповідальністю бізнесу – агрохолдінгів, малих та середніх господарств, а також їх партнерів – постачальників ресурсів [2].

Концепція забезпечення національної продовольчої безпеки, яка була розроблена ФАО, включає реалізацію наступних цілей: забезпечення необхідного постачання продовольством населення; забезпечення найкращої стабільності постачання; поглиблення можливостей незаможних верств населення щодо доступу до продовольства.

Продовольча безпека пов'язана зі здатністю держави забезпечувати задоволення потреб населення у продовольстві на тому рівні, що забезпечує достатній рівень оптимальної життєдіяльності. Тому основною метою держави у цьому напрямі є гарантування населенню у достатній кількості високої якості продовольства.

У більшості найрозвиненіших держав мають місце закони про продовольчу безпеку, відповідно до яких практично 100% основних видів продовольчих товарів виробляються безпосередньо в країні внутрішніми виробниками. Відповідно, з метою задоволення потреб у цих видах продуктів харчування жоден бізнесмен не має права виробляти аналогічних товарів. Продовольча безпека – поряд із промисловою, військовою, технологічною, екологічною – є структурним елементом продовольчої безпеки, яка, у свою чергу, становить основу національної безпеки. Стан національної продовольчої безпеки оцінюється через систему критеріїв та кількісних параметрів, у тому числі їх порогових (критичних) значень. Вона дозволяє здійснювати постійний моніторинг продовольчої забезпеченості та прогнозувати загрози.

Для глибокого розуміння сутності продовольчої безпеки необхідна систематизація структури її критеріїв, показників, чинників, ресурсів та умов. При цьому слід розуміти, що критерії досліджуваної категорії залежать від факторів, які визначаються наявними ресурсами та умовами, що сприяють або, навпаки, знижують рівень продовольчої безпеки [1, 4].

До основних критеріїв ставляться:

1. Фізична доступність продовольства, яка має на увазі здатність продовольчої системи нашої держави імпортувати, виробляти, виробляти зберігання продовольства у тих обсягах, які необхідні задоволення обґрунтованих потреб всіх верств населення.

2. Економічна доступність продовольства, що позначає рівність всього населення у питанні у споживанні збалансованого за асортиментом набору продуктів харчування, що знаходиться відповідно до наявних стандартів якості та поживності.

3. Продовольча незалежність, що є економічною автономністю і самостійністю продовольчої системи держави, і навіть повну її незалежність від коливань міжнародного кон'юнктури.

4. Надійність, яка є здатністю продовольчої системи держави нівелювати вплив погодних, сезонних та інших погодних коливань у постачанні продуктами харчування населення всіх регіонів.

5. Стійкість, під якою прийнято розуміти здатність продовольчої системи держави розвиватися на базі розширеного відтворення.

Таким чином, продовольча безпека є проблемою не тільки аграрно-виробничої, а й соціально-економічної сфери.

Кінцевою фазою функціонування продовольчої системи є споживання. Система споживання продовольства може забезпечити калорійність харчування людини, яка відповідає витратам організму збалансованістю між білками, жирами та вуглеводами, достатньою кількістю тваринних білків – джерела незамінних амінокислот, які не синтезуються в організмі, а також рослинних жирів. Поряд із цим має бути витримана оптимальна екологічна чистота продуктів та їх насиченість мінеральними речовинами з урахуванням вимог, що висуваються фізіологією людини. Організація системи споживання продовольства враховує кліматичні умови проживання, статеву структуру населення та особливості його роботи, фізіологічні потреби, пов'язані із зазначеними характеристиками.

Відповідно до цього визначають чотири рівні споживання в країні:

Перший рівень – критичний – він передбачає добове споживання на одну людину нижче 2200 ккал, що характеризує існування на межі виживання та забезпечення простого відтворення населення;

Другий рівень – мінімальний – середньодобове забезпечення у 2300-2800 ккал душу населення передбачає наявність обсягів продовольчих ресурсів, які виключають можливість появи голоду.

Третій рівень – раціональний (нормальний) – означає, що середньодобове споживання перебуває у межах 2800-3600 ккал однієї людини, за обов'язкового збалансування раціону білками, вітамінами та інші важливими компонентами. Нормативні показники такого харчування слід використовувати як базу для всіх соціально-економічних розрахунків на державному рівні в нормальних умовах.

Четвертий рівень – комфортний – даний рівень споживання дозволяє отримати калорійність та структуру споживання не лише відповідно до раціональних норм харчування, а й передбачає

споживання екологічно чистих продуктів харчування, які підвищують тривалість життя населення, покращують здоров'я та збільшують середню для країни тривалість життя [5].

За результатами проведеного дослідження було виявлено чинники, які впливають на досягнення продовольчої безпеки [3, 5].

– соціально-політичні: воєнний стан держави; порушення норм міжнародного права; соціально-політична нестабільність; корупція; відсутність адекватної сучасним загрозам державної доктрини продовольчої безпеки.

– техногенні: старіння матеріально-технічної бази виробництва; енергетичний дефіцит; суттєве зниження поголів'я худоби; використання екстенсивних агротехнологій; руйнування племінної справи та насінництва.

– екологічні: ерозія ґрунтів; стихійні лиха; поширення генномодифікованих продуктів.

– економічні: дефіцит інвестиційних ресурсів; кваліфікованих кадрів; інфляція; диспаритет цін; дезінтеграція АПК; агресивний маркетинг; нерозвиненість інфраструктури продовольчого ринку та відсутність ефективних каналів реалізації продовольства.

– інституційні: неефективність міжнародних інституцій регулювання АПК, надмірна відкритість економіки; низька специфікація та незахищеність прав власності на землю; нерозвиненість інститутів планування та прогнозування в АПК.

Продовольча безпека держави перебуває у тісному взаємозв'язку з рівнем самозабезпечення регіонів продовольством, під яким слід розуміти ступінь задоволення більшої частини потреб населення продовольчих товарів за рахунок стимулювання вітчизняного виробництва. Це важливе завдання має вирішувати вітчизняний агропромисловий комплекс. Продуктивний розвиток агрокомплексу та сільського господарства зокрема є найважливішою умовою не лише досягнення оптимального рівня продовольчої безпеки, а й інтенсивного розвитку економіки держави загалом.

Бібліографічний список:

1. Гойчук О.І. Критерії продовольчої безпеки. *Вісник Полтавської державної аграрної академії*. 2004. № 1. С. 42-44.

2. Гуменний В.Д., Музика П.М. Стан продовольчої безпеки населення України на початку тисячоліття. *Науковий вісник Львівського національного університету ветеринарної медицини та біотехнологій ім. Іжницького*. 2014. Т. 16. № 1(1). С. 134-150.

3. Жаліло Я.А. Розвиток аграрного виробництва як передумова забезпечення продовольчої безпеки України: аналітична доповідь. Київ: НІСД, 2011. 104 с.

4. Кардаш О.Л. Сучасне методичне забезпечення оцінювання продовольчої безпеки України. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2015. № 5(1). С. 194-199.

5. Продовольча безпека країни: стан та перспективи зміцнення : монографія / Р.І. Тринько. Львів: ЛьвДУВС, 2011. 303 с.

УДК: 338.24

КЛАСИФІКАЦІЯ ЗАГРОЗ СОЦІАЛЬНЬОЇ БЕЗПЕЦІ УКРАЇНИ

Демченко К.О., здобувач третього рівня вищої освіти,
Харківський національний економічний
університет ім. Семе́на Кузне́ця, м. Харків, Україна
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-4097-9407>

Соціальна безпека на сьогодні формується під впливом різних факторів, яким складно своєчасно запобігти. Глобалізація, розвиток інформаційно-комунікаційних технологій, вплив пандемії COVID-19, вплив війни, періодичне обмеження діяльності підприємств і організацій, істотне зменшення обсягів виробництва, посиленні ролі цифровізації у суспільстві, і впрямті-репті зміна поведінки людей породжують певні ризики і загрози стійкому розширенню можливостей і свобод людини. Безумовно, ці процеси є суперечливими, оскільки приносять людству як досягнення, так і низку проблем. У цьому випадку, питання оцінювання соціальної безпеки і впливу таких проблем вимагає комплексного підходу до його забезпечення, враховуючи сучасний стан суспільства й перешкоди, що негативно впливають на всі детермінанти соціальної безпеки.

Результати дослідження питань, пов'язаних із діагностикою негативних чинників соціальної безпеки, висвітлені у працях зарубіжних і вітчизняних учених: Б. Бузана, Л. Капіци, О. Сушко, О. Титарчук, фахівців комісії з питань людської безпеки ПРООН та ін. У той же час питання виявлення загроз соціальній безпеці й аналізу ступеня їх прояву не достатньо розкриті.

Типові загрози у сфері соціальної безпеки визначено у Законі України «Про національну безпеку України» та у Стратегії національної безпеки України [1].

Експерти комісії з людської безпеки виділяють шість груп загроз людській безпеці: насильство; екологічні катастрофи; голод; зовнішні шоки; інфекції та хвороби; передчасна смертність [2].

Вітчизняний науковець Л. Капіца визначає такі основні загрози людській безпеці: нерівність і бідність; міждержавні і внутрішньодержавні конфлікти, велика кількість біженців, зруйновані території лісу і забруднення сільськогосподарських угідь, забруднені річки й атмосфера, великий перелік зниклих видів рослин і тварин, масові вбивства і приниження людської гідності, етнічна ненависть, тероризм і расизм [3].

Дещо іншу, більш узагальнену класифікацію наводить Б. Бузан [4]. Науковець вважає, що трьома найважливішими видами загроз для безпеки суспільства є: міграція (нелегальна чи легальна); горизонтальна конкуренція – зміна ідентичності внаслідок впливу ззовні та вертикальна конкуренція – зміна ідентичності шляхом нав'язування чи створення нової ідентичності в ході інтеграційних процесів або внаслідок сепесії (сепаратистського руху чи проявів регіоналізму).

М. Воротнюк та О. Сушко вважають, що загрози безпеці проявляються, насамперед, у вигляді демографічних змін, змін у складі родини, внутрішньої узгодженості, взаємозв'язків, звичок, змін у соціальній поведінці індивідуумів (глобалізація, ізоляція, брак вільного часу, надмірна завантаженість працею, індивідуалізм, зниження рівня зацікавленості в активній участі у житті громади, побічні ефекти впливу інтеграційних процесів на життя громади), змін у сфері робочої сили (зайнятість, висока конкуренція, високий рівень професіоналізму) [5].

Так, у результаті узагальнення наукової літератури визначено, що найбільш популярною ознакою класифікації загроз є розподіл їх за джерелом виникнення.

Узагальнивши проведені дослідження, загрози соціальній безпеці можна класифікувати за низкою ознак. За результатами дослідження підходів до класифікації загроз соціальній на рис. представлено узагальнену класифікацію актуальних загроз соціальній безпеці України за факторами ризику.

Відповідно до узагальнених ознак класифікації загроз соціальній безпеці доходимо висновку про відсутність чіткого їх поділу, адже, як приклад, за територіальною ознакою та чи інша загроза у різних регіонах може проявитись по-різному і бути локальною.



Рис. Класифікація загроз соціальній безпеці

У той же час локальні загрози можуть визначатися як глобальні і бути формою їх прояву. Так, неврахування зв'язку між глобальними та локальними загрозами та їх протиставлення може призвести до прийняття нерациональних управлінських рішень, використання недостатньо ефективних заходів, що може призвести до загострення ситуації. Поділ загроз за тривалістю дії на постійні (тривалі) та короткочасні (тимчасові) також вважаємо умовним.

Глибокий аналіз дестабілізуючих чинників дозволяє класифікувати важливі для соціальної безпеки загрози за детермінантами соціальної безпеки.

Безпека здоров'я та відтворення населення регіону: 1. Наявність бойових дій на території регіону. 2. Смертність. 3. Достатність медичного персоналу. 4. Епідемії та пандемії соціально-небезпечних хвороб. 5. Демографічне старіння. 6. Низька народжуваність.

Добробут і матеріальне становище у регіоні: 1. Падіння рівня ВРП. 2. Бідність. 3. Інфляційні процеси. 4. Хабарництво і корупційний тиск. 5. Аварійність житлового фонду.

Безпека трудових відносин у регіоні: 1. Безробіття. 2. Заборгованість і затримки із виплати заробітної плати. 3. Вимушена неповна зайнятість. 4. Трудові конфлікти. 5. Поширення НЕЕТ-молоді.

Соціальна згуртованість у регіоні: 1. Протестний потенціал. 2. Соціальні конфлікти. 3. Недовіра до органів місцевого самоврядування. 4. Посилення криміногенної ситуації у суспільстві.

Соціо-культурна безпека регіону: 1. Соціальне сирітство. 2. Домашнє насильство. 3. Посилення криміногенної ситуації у суспільстві. 4. Цифрова нерівність. 5. Соціальна нерівність.

Пошук найбільш прийняттого підходу до класифікації загроз соціальній безпеці, дало змогу у подальшому формалізувати їх за допомогою показників найбільшого прояву, визначити граничні порогові значення і використовувати для прийняття ефективних рішень щодо збереження і підвищення рівня соціальної безпеки регіону.

Оскільки кількість дестабілізуючих чинників соціальній безпеці є досить великою, необхідно виділити чинники, які мають переважний вплив. До того ж, зважаючи та не, що це питання є недостатньо вивченим, вищезазначене актуалізує необхідність пошуку найбільш ефективного способу ідентифікації таких дестабілізуючих чинників за допомогою сучасних економіко-математичних методів дослідження.

У контексті майбутніх досліджень доцільним є з'ясування сутнісних характеристик дестабілізуючих чинників, які мають переважний вплив на соціальну безпеку. Так, під такими чинниками ми пропонуємо розуміти реально існуючий фактор або умову, що спричиняє переважно негативний і деструктивний вплив на конкретну складову соціальної безпеки, здатний завдати будь-якого збитку й створити небезпеку.

Бібліографічний список:

1. Про національну безпеку України: Закон України від 24.02.2023 № 2952-IX. Верховна Рада України.
URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2469-19#Text> (дата звернення: 03.04.2023).
2. Human Security Now (report). New York: Commission of human security, 2003.
URL: <https://reliefweb.int/sites/reliefweb.int/files/resources/91BAEEDBA50C6907C1256D19006A9353-chs-security-may03.pdf> (Last accessed: 04.10.2022).
3. Капіца Л. Людська безпека. *Науковий журнал «Економіка, право, політика і безпека»*. 2005. № 1.
4. Buzan B., Wæver O., De Wilde J. Security: A New Framework for Analysis. Boulder, Colo : Lynne Rienner, 1998. 239 p.
5. Воротнюк М., Сушко О. Парадигма людської безпеки: теорія та практика. Людська безпека як імператив сучасної епохи: переніс фокусу з держави на людину. Київ: Фонд імені Фрідріха Еберга, Представництво в Україні. 18 с. URL: <http://libraiy.fes.de/pdf-files/bueros/ukraine/07749.pdf> (дата звернення: 25.01.2023).

УДК: 659.3

СУЧАСНІ ЗАСОБИ КОМУНІКАТИВНОГО ЗВ'ЯЗКУ З ГРОМАДСЬКІСТЮ В ПУБЛІЧНОМУ УПРАВЛІННІ

Дерев'янко В.М., здобувачка вищої освіти*,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

Бажання українського суспільства прогресивних змін на основі європейських цінностей перш за все вимагає значного та ефективного оновлення системи державного управління, яке повинно відбуватися швидко та відповідати вимогам державно-управлінських реформ.

Як зазначає С. Колосок, зв'язки з громадськістю – це «постійний комунікативно-психологічний прямий та зворотний контакт органів управління будь-якої системи з метою створення, формування та функціонування позитивного іміджу управління, що впливає на виникнення сприятливого середовища для взаємодії обох сторін» [1, с. 7].

Дуже важливим є питання створення ефективної системи комунікації між владою та суспільством. Згідно з досвідом багатьох

* Науковий керівник – кандидат економічних наук, професор С.О. Зайка

країн, якісна комунікація відіграє важливу роль у підвищенні ефективності державного управління та забезпеченні сталого соціально-економічного розвитку. Цей ефект можна досягти шляхом активного залучення громадськості та громадських організацій до участі в процесах розробки, прийняття та здійснення політичних та управлінських рішень, які стосуються створення та розподілу публічних благ, задоволення суспільних інтересів та потреб.

Побудова міцних та стійких зв'язків між публічними діячами та громадськістю є ключовим фактором в розвитку інформаційного суспільства та формуванні різноманітних громадських ініціатив. У зв'язку з цим, PR-технології набувають все більшого значення, а консультанти з PR повинні вміти кваліфіковано оцінювати відносини з громадськістю та аналізувати комунікативні процеси для того, щоб забезпечити налагодження позитивних відносин між організацією та її громадськістю.

Українські PR технології зародилися на стику кількох видів діяльності, таких як реклама, журналістика, участь у виставках, пряме поштове розсилання, проведення корпоративних вечірок та семінарів. Розвиток стратегічного маркетингу та менеджмент-консалтингу в Україні також сприяв появі PR як окремого напрямку діяльності. Фахівці з управлінського консультування зосереджують свою увагу на здатності організацій до розвитку та здійснення управлінських рішень і проєктів, що підвищують ефективність діяльності організацій. PR стає невід'ємною складовою частиною життя організації, здатною забезпечувати ефективні зовнішні та внутрішні комунікації та управляти проєктами згідно з міжнародними стандартами, включаючи зв'язок із зовнішньою й внутрішньою громадськістю [2-3].

В наш час майже всі державні органи мають власні комунікаційні відділи, які забезпечують взаємодію з громадськістю та ЗМІ. Це можуть бути прес-служби, відділи зв'язків з громадськістю, сайти та інші інструменти комунікації, а деякі установи можуть мати навіть громадські ради.

Сформовано нормативно-правове забезпечення діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування у сфері PR, що включає: Конституцію України, закон України «Про порядок висвітлення діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування в Україні засобами масової інформації», закон України «Про інформацію», закон України «Про державну службу в Україні», закон України «Про доступ до публічної інформації», закон України «Про звернення громадян», закон України «Про захист суспільної

моралі». Окремо необхідно звернути увагу на достатньо демократичний за європейськими нормами Закон «Про доступ до публічної інформації». Він надає великі можливості для вільного отримання інформації від органів державної влади.

Отже, поліпшення взаємодії між органами влади та громадськістю, що досягається за допомогою сучасних інформаційно-комунікаційних технологій, може сприяти демократизації суспільства та підвищенню якості життя населення. Тому, у сучасних умовах України, розробка та впровадження нових підходів та комунікаційних технологій у діяльність органів влади різного рівня, зокрема їх співпраця з інститутами громадянського суспільства, має велике значення [4, с. 1].

Таким чином, взаємодія між органами влади та громадськістю є надзвичайно важливою для побудови демократичного суспільства. Ця взаємодія дозволяє забезпечити відкритість та прозорість у прийнятті рішень, а також залучати громадян до участі в процесі формування та реалізації державної політики.

Сьогодні, завдяки сучасним інформаційно-комунікаційним технологіям, можна забезпечити ефективну взаємодію між органами влади та громадськістю [5]. Наприклад, за допомогою відеоконференцій, соціальних мереж, онлайн-опитувань та інших інструментів можна швидко та ефективно отримати думку громадськості щодо певних питань та ініціатив.

При цьому, важливо враховувати правове забезпечення цієї взаємодії, яке включає закони та нормативні акти, які регулюють порядок взаємодії між органами влади та громадськістю, доступ до публічної інформації, звернення громадян тощо.

Завдяки оптимізації взаємодії органів влади з громадськістю на новому якісному рівні можна досягти позитивних результатів у побудові демократичного суспільства та підвищенні якості життя населення. Отже, розвиток та впровадження нових підходів, нових комунікативних технологій у діяльність органів влади та їх взаємодію з інститутами громадянського суспільства має особливу цінність в сучасних умовах.

Крім того, на сучасному етапі розвитку інформаційного суспільства особливо важливо враховувати інтереси громадськості та забезпечувати їй доступ до інформації про діяльність органів влади. Це може стати можливим завдяки використанню інформаційно-комунікаційних технологій, які дають можливість широкому колу громадян отримувати актуальну інформацію про діяльність державних органів та висловлювати свої погляди та реакцію на події.

Важливою складовою успішної роботи органів влади є взаємодія з громадськими організаціями, які здійснюють контроль за діяльністю державних органів та представляють інтереси громадськості. Інституції громадянського суспільства мають бути повністю інформовані про діяльність державних органів та мати можливість вносити свої пропозиції та рекомендації щодо політики, що здійснюється.

Отже, взаємодія органів влади з громадськістю має бути основою демократичного суспільства та забезпечувати прозорість та відкритість у діяльності державних органів. Використання сучасних інформаційно-комунікаційних технологій та розробка нових комунікативних підходів у діяльності органів влади має стати пріоритетом для підвищення якості життя населення та розвитку демократичного суспільства в Україні.

Бібліографічний список:

1. Колосок С. В. Зв'язки з громадськістю у формуванні іміджу органів державного управління: дис. ... канд. наук з держ. упр.: 25.00.01. Одеса, 2003. 204 с.

2. Бажинова О.А. Механізми комунікації влади та громадськості в умовах глобалізації. URL: <http://www.kbuapa.kharkov.ua/e-book/putp/2012-4/doc/4/06.pdf>

3. Древаль Ю.Д., Кузнецов А.О., Заїка С.О. Соціокультурний аспект політичної модернізації. *Актуальні проблеми державного управління*: зб. наук. праць. Х.: Вид-во ХарPI НАДУ «Магістр», 2020. № 1(57). С. 165-173.

4. Дегтяр О. А. Інформаційно-комунікативна діяльність в державному управлінні як інструмент інтенсифікації соціального партнерства. URL: <http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=623>

5. Zaika S.O., Kuskova S.V., Gridin O.V. Communications as an effective management instrument. *Вісник ХНТУСГ: економічні науки*. 2019. Вип. 206. С. 201-213.

УДК: 332.72

ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ АГРАРНОГО СЕКТОРУ ЕКОНОМІКИ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ В УКРАЇНІ

Клеріні Г.В., кандидат юридичних наук,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

Розгорнута російською федерацією широкомасштабна агресивна війна суттєво вплинула на економіку нашої країни, зокрема на її аграрний сектор. Вторгнення російських окупантів на територію України спричинило руйнування налагоджених аграрних процесів,

логістичних ланцюгів. Велика кількість посівних площ нині замінована або непридатна до використання через наслідки масованих бомбардувань, до частини земель немає доступу, ворог свідомо знищує склади та сільгосптехніку. Аграрний сектор економіки України став прямою жертвою війни розв'язаною росією. За таких надзвичайно складних умов особливої актуальності набуває питання державного регулювання аграрного сектору, який є важливою стратегічною галуззю української національної економіки України. Державне регулювання аграрного сектору економіки – це один з пріоритетних напрямів державної політики в умовах дії режиму воєнного стану, який повинен бути не просто дієвим з точки зору показників економічної та соціальної ефективності, але й стимулювати становлення України як аграрної держави в післявоєнний період.

У науковій літературі, державне регулювання аграрної сфери економіки визначається, як основана на законодавстві одна з форм державного впливу на агропромисловий сектор України шляхом встановлення та застосування державними органами правил, спрямованих на коригування економічної діяльності суб'єктів аграрного господарювання з метою досягнення підприємствами агропромислового сектору максимальної ефективності для задоволення потреби населення у продуктах харчування, а промисловості – у сировині.

На думку В. Андрійчука, державне регулювання аграрного сектору представляє систему економічних, фінансових, правових, організаційних і соціальних заходів, що здійснюються державою для ефективного і стабільного розвитку аграрного виробництва та повного забезпечення населення якісним продовольством за прийнятними ринковими цінами [1, с. 56].

Отже, державне регулювання агропромислового сектору економіки можна визначити, як систему засобів та інструментів для здійснення підтримуючої, компенсаційної, обмежувальної та іншої регулюючої діяльності держави, спрямованої на створення умов ефективного функціонування агропромислового ринку та вирішення складних соціально-економічних проблем розвитку національної економіки та продовольчої безпеки всього суспільства.

При формуванні основних напрямків державного регулювання аграрного сектору в умовах дії правового режиму воєнного стану особливої актуальності набувають питання щодо визначення цілей, завдань і моделей їх виконання, бо саме від цього залежить стратегічний розвиток аграрної економіки у післявоєнний період та подолання системних проблем та ризиків, які виникають в умовах сьогодення.

Стратегічні цілі державного регулювання аграрного сектора повинні бути спрямовані у першу чергу на:

- розробку та затвердження ефективної нормативно-правової бази регулювання аграрного сектора;
- визначення основних напрямків розвитку аграрного сектору у після воєнний період;
- створення сприятливих умов для збереження навколишнього середовища;
- зміцнення конкурентоспроможності агропромислової галузі;
- підтримання стабільної економічної ситуації в аграрному секторі;
- захист внутрішнього продовольчого ринку;
- забезпечення і гарантування продовольчої безпеки в країні та світі.

Основними завданнями державного регулювання аграрної сфери економіки в першу чергу є забезпечення економічного зростання галузі, яке визначає прогрес національної економіки держави, і передбачає збільшення виробництва сільськогосподарської продукції, підвищення продуктивності праці в галузі, а також формування раціональної структури попиту й асортименту продукції; забезпечення сталості розвитку аграрного виробництва завдяки стабільності ринкових цін, запобіганню та стримуванню гіперінфляції, підтримки на певному рівні зайнятості сільського населення, забезпечення збалансованості доходів і витрат у аграрному бюджеті і зовнішній торгівлі, попередження появи великого бюджетного дефіциту, зовнішнього боргу або негативного сальдо в зовнішній торгівлі сільськогосподарською продукцією; забезпечення економічної справедливості у розвитку сільського господарства [2].

Невід’ємною складовою державного регулювання агропромислового сектору є державна підтримка, що здійснюється за рахунок створення сприятливих умов для їх функціонування, компенсації втрат, страхування від можливих втрат, сприяння в отриманні кредитів тощо. Державна підтримка повинна полягати в наданні агропромислового сектору як необхідної матеріальної і фінансової допомоги, так і в забезпеченні сприятливих умов виробництва. Причому вона повинна охоплювати не тільки агропромисловий сектор, але і залежні від нього інші галузі і сфери аграрного сектора економіки.

На думку Андрусенка Г.О., метою державної підтримки сільського господарства є забезпечення стійкого розвитку сільськогосподарського виробництва і на цій основі задоволення внутрішнього попиту на продовольство, а промисловості – на

сировину, створення умов для соціального розвитку села. Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити такі основні завдання, що передбачають: підвищення прибутковості виробничої діяльності сільськогосподарських товаровиробників; здійснення структурних змін у сільському господарстві, стимулювання зростання обсягів виробництва і розширення збуту продукції, підвищення технологічного рівня аграрного виробництва, забезпечення конкурентоспроможності вітчизняної продукції на внутрішньому та зовнішньому ринках [3, с. 10]. В умовах воєнного стану важливим є питання не тільки одержання державної підтримки, а і ефективного її використання. Організаційно-економічний механізм державної підтримки агропромислового виробництва повинен формуватися на підставі таких принципів:

- достатність, гласність і контроль виділених бюджетних засобів і суворе планування бюджетного фінансування;
- своєчасність надання підтримки й сприяння в рішенні невідкладних проблем агропромислового комплексу;
- доступність, гнучкість і прозорість державної підтримки для різних видів господарств;
- облік регіональних особливостей при фінансуванні бюджетних програм і формуванні єдиного ринкового простору.

З початку повномасштабної війни аграрний сектор економіки України опинився у надто складному становищі і держава була змушена реагувати шляхом прийняття відповідальних рішень та внесення ряду змін в законодавство, що регулює діяльність аграрного сектору. Зокрема було прийнято ряд нормативно-правових актів, а саме: 7 квітня 2022 року набрав чинності Закон України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо створення умов для забезпечення продовольчої безпеки в умовах воєнного стану» від 24 березня 2022 № 2145-ІХ, яким зокрема, доповнено Земельний кодекс України пунктами 27 та 28 Перехідних положень, що регулюють земельні відносини під час дії воєнного стану [4]. 09 червня 2022 року набрав чинності Закон України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо особливостей регулювання земельних відносин в умовах воєнного стану» від 12 травня 2022 № 2247-ІХ, що покликаний додатково спростити та забезпечити оперативне розміщення виробничих потужностей підприємств, які були переміщені з зони ведення бойових дій [5]. 27 травня 2022 року набрав чинності Закон України «Про внесення змін до деяких законів України щодо безперебійного виробництва та постачання сільськогосподарської

продукції під час воєнного стану» від 12.05.2022 № 2246-IX [6]. 17 березня 2022 року набрав чинності 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 № 2120-IX [7]. Податковий кодекс України було доповнено положенням, відповідно до якого плата за землею (земельний податок та орендна плата за земельні ділянки державної та комунальної власності) не нараховується та не сплачується. Така податкова пільга діятиме з 1 березня 2022 року по 31 грудня року, наступного за роком, у якому припинено або скасовано воєнний, надзвичайний стан.

Аналізуючи вище викладене можна констатувати, що в умовах дії правового режиму воєнного стану основною метою державного регулювання аграрного сектора економіки є коригування економіки і запобігання кризовим явищам задля ефективного функціонування аграрного сектору на засадах сталого розвитку для забезпечення економічної безпеки держави. Державне регулювання аграрної сфери економіки полягає у тому, що держава шляхом застосування правових, адміністративних та економічних важелів регулює поведінку суб'єктів агропромислового сектору, визначає перспективи розвитку аграрної сфери економіки, виконує спрямовуючу роль щодо реалізації довготривалих програм розвитку. Система державного регулювання має бути гнучкою, відповідати як поточним, так і довгостроковим потребам аграрного сектору. Для досягнення поставленої мети необхідно забезпечити чітку законодавчу регламентацію у цій сфері, що у свою чергу має сприяти створенню міцної матеріальної основи для зростання добробуту народу, підтримку балансу соціально-економічних інтересів різних верств населення, збереження територіальної цілісності нашої держави.

Бібліографічний список:

1. Андрійчук В.Г. Теоретико-методологічне обґрунтування ефективності виробництва. *Економіка АПК*. 2005. № 5. С. 52-63.
2. Романець О.А. Сутність та зміст державного регулювання аграрної сфери економіки. *Державне управління: удосконалення та розвиток*. 2011. № 5. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Duur_2011_5_13
3. Андрусенко Г.О. Стратегія державного регулювання аграрної сфери АПК. *Актуальні проблеми державного управління*. Х., 2003. № 2, Ч. 2. С. 9-14.
4. Закон України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо створення умов для забезпечення продовольчої безпеки в умовах воєнного стану» від 24 березня 2022 № 2145-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2145-20#Text>

5. Закон України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо особливостей регулювання земельних відносин в умовах воєнного стану» від 12 травня 2022 № 2247-ІХ.
URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2247-20#Text>

6. Закон України «Про внесення змін до деяких законів України щодо безперервного виробництва та постачання сільськогосподарської продукції під час воєнного стану» від 12.05.2022 № 2246-ІХ.
URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2246-20#Text>

7. 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 № 2120-ІХ.
URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2120-20#Text>

УДК: 338.2

УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНОЮ БЕЗПЕКОЮ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ГЕОПОЛІТИЧНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ

Колмакова О.М., кандидат економічних наук, доцент,
Харківський національний університет міського
господарства ім. О.М. Бекетова, м. Харків, Україна
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-0908-5445>

У сучасних умовах підприємства мають пристосовуватися не лише до зміни соціально-економічних змін, а й до геополітичних змін.

Той факт, що Європа після двох катастрофічних світових воєн і лише за два покоління політиків створила стабільний мирний порядок і встановила демократію як беззаперечну політичну норму на (майже) всьому континенті, є історичним.

Післявоєнна Європа, демократичними політиками в південній і Східній Європи, а також населенням усіх європейських країн, досягла доволі високої політичної зрілості. Представляючи всіх на

Проте, на відміну від часто цитованих ейфорійних очікувань кінця історії, об'єднання Європи все ще перебувають у перехідному періоді та стикаються зі значними проблемами.

Три основні з зазначених проблем наведені нижче [1-3].

Першим викликом є триваючі зміни в демократичних системах. Демократія не є вічно фіксованою моделлю, а піддається постійним змінам.

Масова демократія, яка сформувала 20 століття, нині особливо інтенсивно обговорюється в політології. Перше явище — зникнення або принаймні масова втрата важливості старих соціальних ліній конфлікту, тобто. Зникнення контрасту між соціальними класами, а також між релігійними та етнічними групами. Як реакцію на це деякі аналітики бачать зростання важливості постматеріальних цінностей, таких як захист навколишнього середовища та соціальна відповідальність бізнесу.

Другим викликом була глобальна фінансово-економічна криза, що почалася в 2008 році, яка, серед іншого, призвела до боргової кризи Євро. Ця криза може поставити під сумнів зв'язок між демократією та економічним зростанням у Європі вперше після Великої депресії 1929 року.

Третя проблема полягає в тому, що поруч з подальшим розвитком демократичних систем в окремих державах, європейське об'єднання другої половини 20 століття має історично рідкісне утворення та широкі політичні повноваження на наднаціональному рівні. ЄС був створений як міждержавна організація, що виражає свою демократичність, його легітимність походить передусім від обраних урядів держав-членів і, у випадку реформування договорів, від національних парламентів, і лише в другу чергу від прямо обраного і все більш потужного Європейського парламенту.

Проте чим більше зростає політична компетенція ЄС, тим більше виникає питання їх легітимності як демократичної системи.

Україна прямує до ЄС. Після закінчення війни нагальною проблемою державної влади стане відбудова інфраструктурних та житлових об'єктів, а от перед підприємствами стане інший виклик. Близькість ЄС дає багато можливостей, але і підвищує ризики та знижує рівень економічної безпеки. І якщо з економічними та технологічними загрозами українські підприємства навчилися боротися, то геополітичні трансформації ще є неопрацьованою сферою економічної безпеки. Виникає нагальна необхідність розробки механізму протистояння саме загрозам геополітичних трансформацій.

Автором згруповано та виділено основні проблеми, що можуть виникнути у вітчизняних підприємств:

1. Для того, щоб інтегруватися в соціально-економічну середовищі ЄС, місії підприємств та основна політика мають бути спрямовані саме на постматеріальні цінності.

2. Ця криза може поставити під сумнів зв'язок між демократією та економічним зростанням.

3. Підприємство має регулювати та координувати свою діяльність не лише згідно державного законодавства але і згідно законодавства ЄС.

Три перелічені напрямки зміцнення економічної безпеки вітчизняних підприємств є узагальненими напрямками і потребують детальної розробки. Саме тому в подальшому є нагальна необхідність дослідження геополітичних трансформацій та їх вплив на економічну безпеку вітчизняних підприємств.

Бібліографічний список:

1. Golz HG. Demokratie und Beteiligung. *Polit Zeitgesch.* 2011-61 (8). P. 44-45.
2. Kröger S., Friedrich D. (Hrsg) The challenge of democratic representation in the European Union. *Palgrave Macmillan, Basingstoke.* 2011-65(4), p. 23-25.
3. Piepenbrink J. Digitale Demokratie. *Polit Zeitgesch.* 2012. 62:(7), p. 56-59.

УДК: 342.92

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ В УКРАЇНІ

Кухар О.В., кандидат юридичних наук, доцент,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

24 лютого 2022 року російська федерація вдерлась на територію України і розпочала широкомасштабну агресивну війну, що призвело до окупації певних територій та ведення бойових дій практично на усій території нашої держави. Окупанти безжально знищують як об'єкти цивільної інфраструктури так і промислового сектору, що призводить до зруйнованості логістичних ланцюгів, скорочення кількості робочої сили та кількості населення в цілому. Такий комплекс загроз зовнішнього і внутрішнього характеру обумовлює нові виклики і посилює існуючі загрози економічній безпеці країни, яка є основною складовою національної безпеки нашої держави. За таких надзвичайно складних умов, перед державою постає надскладне завдання пошуку нових шляхів оперативного реагування та подальшої нейтралізації чи мінімізації тих руйнівних негативних наслідків, що спричинені російським вторгненням. Провідне місце в цих процесах повинна займати державна політика, спрямована на запобігання виникненню критичних негативних загроз та проявів економічних ризиків для нашої

держави та їх ефективного подолання. Розвиток економіки в умовах воєнного часу потребує чіткої державної стратегії, де успіх залежить від злагодженості і системності державної економічної політики, від розвитку і удосконалення нормативно-правової бази економічної безпеки.

У науковій доктрині поняття економічної безпеки розглядається найчастіше як економічна категорія і трактується по-різному. Вперше термін «економічна безпека» був вжитий у 30-х роках минулого сторіччя, де він розглядається як сукупність умов що забезпечують суверенітет, захист стратегічних інтересів і повноцінний розвиток суспільства. Офіційно термін «економічна безпека» визначено у 1985 році, коли на 40-й сесії Генеральної асамблеї ООН була прийнята резолюція «Про міжнародну економічну безпеку» [1, с. 7].

У широкому контексті під економічною безпекою розуміють стан держави, за якого вона має можливість створювати і розвивати ефективні умови для перспективного розвитку та зростання добробуту громадян. Основним критерієм економічної безпеки країни вважається здатність її економіки зберігати або, принаймні, швидко поновлювати рівень суспільного відтворення в умовах критичного зменшення (припинення) поставок ресурсів (товарів, послуг, технологій тощо) або кризових ситуацій внутрішнього чи зовнішнього характеру [2, с. 21].

Варто зазначити, що економічна безпека є не тільки економічною категорією, а і правовою. Проблема визначення економічної безпеки з позицій права є досить складною і економічна безпека як правова категорія була і залишається предметом численних наукових досліджень. З цього приводу Драган О.І., зазначає, що безпека є елементом правової системи та представляється як специфічна сфера правової охорони та захисту конституційних інтересів громадян, суспільства, держави й нації. Складовою економічної безпеки є чинна система законодавства, що регламентує діяльність суб'єктів щодо її забезпечення [3, с. 9].

Досліджуючи питання правового регулювання економічної безпеки в Україні, Лекарь С., наголошує на тому, що економічна безпека з юридичної точки зору включає в себе два складники:

– по-перше, це такий стан суспільних відносин, що підлягають правовому регулюванню, за якого поведінка суб'єктів права в сфері виробництва, обміну, розподілу і споживання матеріальних і духовних благ відповідає встановленим правовим приписам;

– по-друге, це такий стан законодавства, що регулює сферу економічних відносин, за якого воно відповідає вимогам економічної безпеки. [4, с. 186].

На думку Самойленко Ю., Григорчук М., правову складову економічної безпеки, можна означити наявністю таких небезпечних чинників, як нестабільність у правовому регулюванні відносин у сфері економіки, у тому числі фінансової (фіскальної) політики держави; недостатньо швидко, а в багатьох випадках і запізніле нормотворче реагування на ринкові зміни як усередині держави, так і за її межами, відсутність ефективної програми запобігання економічним і фінансовим кризам; зростання кредитних ризиків; «тінізація» національної економіки; переважання в діяльності управлінських структур особистих, корпоративних, регіональних інтересів над загальнонаціональними [5].

Отже, економічну безпеку як правову категорію слід визначати як комплекс ефективних форм і методів захисту та протидії будь-яким негативним чинникам економічного характеру, які посягають на встановлений Конституцією та законами України порядок реалізації усіма суб'єктами господарських відносин, прав на об'єктивне самовідтворення та розвиток, примноження національного багатства, а також якісного й повного задоволення потреб українського народу.

Економічна безпека – це не лише захищеність національних інтересів, а й готовність і здатність інститутів влади створювати механізми реалізації та захисту національних інтересів розвитку вітчизняної економіки. Загалом, правовою основою регулювання економічної безпеки є Конституція України, відповідно до статті 17 якої забезпечення економічної безпеки є найважливішими функціями держави, справою всього українського народу, а на інститути влади покладається завдання щодо забезпечення економічної безпеки держави. Окрім Конституції України, правову основу регулювання економічної безпеки складають і інші нормативно-правові акти, що визначають базу правового забезпечення економічної безпеки суб'єктів господарської діяльності, законодавчі акти, що регулюють різні галузі економіки, законодавчі акти, що закріплюють стратегію розвитку економічної безпеки як на мікро-, та і на макрорівнях, Укази президента та рішення Кабінету Міністрів України тощо.

Важливим кроком у регулюванні питання забезпечення економічної безпеки України став Указ Президента України про введення в дію рішення Ради національної безпеки і оборони України від 11 серпня 2021 року «Про Стратегію економічної безпеки України на період до 2025 року» та її затвердження [6]. Метою цієї Стратегії є визначення стратегічного курсу у сфері забезпечення економічної безпеки, спрямованого на реалізацію Стратегії національної безпеки України «Безпека людини – безпека країни», затвердженої Указом

Президента України від 14 вересня 2020 року № 392. У цілому Стратегія економічної безпеки України є фаховим системним документом, який містить оцінку стану економічної безпеки України, виклики і загрози та шляхи їх подолання, пропонує стратегічний курс державної політики у сфері економічної безпеки та механізми реалізації державної політики у сфері забезпечення економічної безпеки та індикатори економічних загроз. Реалізація Стратегії має запровадити прозору систему постійного моніторингу економічної стійкості та щорічну оцінку стану економічної безпеки, що має на меті сприяти підвищенню ефективності реалізації державної політики у сфері забезпечення економічної безпеки і політичної відповідальності за її результати [7].

На виконання Стратегії, Законом України «Про бюро економічної безпеки України» від 28.01.21 р. № 1150-IX [8] було створено принципово новий правоохоронний орган, покликаний протидіяти правопорушенням, що посягають на функціонування економіки держави. Створення Бюро економічної безпеки України є новим кроком у становленні системи правоохоронних органів. Цей орган виконує не лише стандартні функції з розслідування тих чи інших правопорушень, а й діє комплексно задля того, щоб в загальному покращити економічну ситуацію в державі, що неабияк потрібно на сьогодні. Широкий спектр напрямків діяльності, якою займається Бюро економічної безпеки України свідчить про його важливу роль у боротьбі з агресором в аспекті забезпечення достатнього рівня економічної безпеки, щоб подолати усі наявні труднощі. Основне завдання Бюро економічної безпеки полягає у забезпеченні економічної безпеки держави шляхом комплексної протидії кримінальним правопорушенням. Варто зазначити, що створення спеціальних органів розслідування економічних злочинів це поширена практика у розвинених європейських країнах та США. Отже, створення Бюро економічної безпеки України повністю відповідає стратегічним завданням інтеграції нашої держави в європейський простір. Євроінтеграційний курс державної політики зобов'язує Україну забезпечувати ефективне функціонування інститутів, які гарантуватимуть економічну безпеку держави, як необхідну складову національної безпеки.

З початку повномасштабної війни економіка України зазнає суттєвих збитків, але держава за підтримки європейських партнерів приймає відповідальні та виважені як законодавчі так і політичні рішення з метою подолання загроз і підтримання економічної безпеки нашої країни. Зокрема у червні минулого року ЄС офіційно скасував для нашої країни усі мита і збори з українських товарів, які йдуть на їх

ринок, аби допомогти відновленню вітчизняного бізнесу, який постраждав від війни. Також, був ратифікований так званий «транспортний безвіз» – угода між Україною та ЄС про вантажні перевезення автомобільним транспортом, яка дозволяє українським перевізникам здійснювати двосторонні та транзитні рейси європейськими країнами без необхідності отримувати спеціальні дозволи та водійські права міжнародного зразка, оскільки Україна та ЄС відтепер визнаватимуть водійські документи один одного. Ще одним кроком для спрощення умов торгівлі з країнами Євросоюзу стало приєднання до «митного безвізу» – режиму спільного транзиту, в рамках якого на один транспортний засіб треба мати лише одну декларацію та одну гарантію, які підходять і для експорту, і для імпорту, і для транзиту товарів.

Отже аналізуючи вище викладене можна констатувати, що не дивлячись на складні умови воєнного стану Україні вдалося досягти певних успіхів не лише у військовій сфері, але і продовжити рухатися у напрямку здійснення важливих економічних, політичних та законодавчих змін. У системі національної безпеки України економічна безпека є її фундаментом і матеріальною основою, а забезпечення економічної безпеки є винятковою прерогативою держави. Основне завдання держави в контексті забезпечення економічної безпеки – створення такого економічного, політичного та правового підґрунтя її інституційної інфраструктури, які б забезпечували стійкість, стабільність національної економічної системи та реалізацію національних економічних інтересів.

Бібліографічний список:

1. Генеральна асамблея ООН. URL: <http://www.un.org/ru/ga> (дата звернення: 12.01.2021).
2. Дмитриченко Л.И. Государственное регулирование экономики: методология и теория: монография. Донецк: УкрИТЭК, 2008. 330 с.
3. Драган О.І. Соціально-економічна безпека: конспект лекцій. К.: НУХТ, 2013. 114 с. URL: <http://library.nuft.edu.ua/ebook/file/107.13.pdf>
4. Лекарь С. Правове регулювання економічної безпеки в Україні. *Підприємства, господарство і право*. 12/2019. С. 186-191.
5. Самойленко Ю., Григорчук М. Економічна безпека України: правовий аспект. *Віче*. 2013. № 13. Вересень. URL: <http://www.viche.info/journal/3838/>
6. Указ Президента Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 11 серпня 2021 року «Про Стратегію економічної безпеки України на період до 2025 року». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/347/2021>

7. Правдоук А.А. Особливості законодавчого забезпечення економічної безпеки України. *Інформація і право*. 2021. № 2(37). С. 170-182.

8. Закон України «Про бюро економічної безпеки України» від 28.01.2021 № 1150-ІХ. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1150-20#Text>

УДК: 352

ІНВЕСТИЦІЙНА СТРАТЕГІЯ ЯК ЗАПОРУКА ПІДВИЩЕННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД

Люта Ю.В., здобувачка вищої освіти*,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

Україна впроваджує реформу місцевого самоврядування та децентралізації влади, що передбачає делегування більш широких повноважень та ресурсів на рівень територіальних громад. Формування спроможних громад є ключовою складовою та запорукою успішної реалізації цієї реформи. Одним із найбільш актуальних питань для територіальної громади є стратегічне планування, яке повинно базуватись на розв'язанні соціальних, економічних та екологічних проблем для покращення якості життя та благополуччя мешканців громади.

У контексті адміністративно – територіальної реформи, важливим елементом розвитку місцевого самоврядування є залучення інвестицій до територіальних громад. Наукові дослідження вітчизняних вчених, таких як О. Бородіна, М. Бутко, Б. Буркинський, Г. Васильченко, В. Голян, П. Гайдуцький, Б. Данилишин, О. Дацій, М. Корєцький, Н. Зіновчук, М. Малік, А. Мерзляк, І. Парасюк та багатьох інших, присвячені питанням інвестиційної політики, стратегії розвитку територіальних громад, планування, фінансування та вирішення актуальних питань, пов'язаних з соціально-економічним розвитком територій.

Ці дослідження сприяють розвитку ефективних методів та інструментів, які допомагають громадам залучати інвестиції та розробляти стратегії розвитку, що базуються на вирішенні соціальних,

* Науковий керівник – доктор економічних наук Є.А. Гринь

економічних та екологічних проблем. Ці процеси сприяють покращенню добробуту та якості життя мешканців громади, а також допомагають зміцнювати їх спроможність до самоврядування та розвитку на основі власних ресурсів.

Варто зауважити, що питання інвестиційної діяльності потребують подальшого дослідження та вирішення. Незважаючи на досягнення у системі заходів щодо регулювання інвестиційної діяльності на рівні територіальних громад, їх необхідно розглядати у комплексному контексті на всіх рівнях виконавчої влади та органів місцевого самоврядування.

Місьцеве самоврядування відіграє важливу роль у демократичному устрої країни, оскільки забезпечує гарантоване державою право територіальних громад та їх представницьких органів на самостійне вирішення питань місцевого значення в межах Конституції та законів України. Становлення та розвиток органів державного управління та органів місцевого самоврядування є одним з найважливіших напрямів будівництва демократичної держави та формування громадського суспільства.

Спільна діяльність громад є невід'ємною складовою процесу місцевого економічного розвитку. Цей процес пов'язаний з реалізацією дій, програм та проєктів, які сприяють підвищенню конкурентоздатності та поліпшенню економіки території, а також рівня соціальної інфраструктури.

У сучасній моделі місцевого економічного розвитку, основною складовою є капітал знань та інтелекту, що забезпечує залучення інвестиційних проєктів на розвиток території. Це відкриває широкі можливості для громад у розвитку власних потенціалів та залучення нових інвестицій. Такий підхід є дієвим та перспективним, оскільки він дозволяє створити умови для підвищення економічного рівня території та покращення життя мешканців.

Сільські громади мають великий потенціал для розвитку малого та середнього бізнесу, а також для розвитку альтернативних галузей, які можуть бути ефективними заміниками традиційного сільськогосподарського виробництва. Наприклад, такі галузі, як вирощування органічної продукції, переробка сільськогосподарської продукції та розвиток сільського агротуризму мають великий потенціал для розвитку на території сільських громад.

Децентралізація є важливим етапом у розвитку сільської місцевості, оскільки дає можливість громадам самостійно приймати

рішення та розробляти стратегії розвитку на основі своїх потреб та ресурсів. Сільські громади мають необхідні ресурси для розвитку різноманітних галузей, таких як агротуризм, органічне виробництво та переробка, які можуть стати новими джерелами доходів та розвитку території.

Забезпечення конкурентоспроможності будь-якої території, чи то села, міста, району або області, є важливим фактором її економічного розвитку. Одним з ключових кроків для залучення інвестицій на територію є розробка місцевої інвестиційної політики та стратегії розвитку.

Ціаком очевидним є те, що чіткі та прозорі правила взаємодії між інвесторами та органами місцевого самоврядування є дуже важливими для визначення пріоритетних напрямків соціально-економічного розвитку території. Необхідно визначити пріоритети у галузі інвестування, перелік місцевих послуг та заохочень для інвесторів та обсяг їх надання, а також врахувати вимоги Генерального плану території та місцевих правил забудови.

Крім того, для забезпечення ефективного управління територіальним розвитком необхідно створити спеціалізовану інституцію з місцевого економічного розвитку, яка буде залучати інвестиції, підтримувати економічний розвиток існуючих підприємств та забезпечувати збалансоване економічне зростання території згідно зі стратегічними пріоритетами.

Отже, стратегія розвитку територіальної громади є важливим кроком до досягнення консенсусу в території та створення спільного бачення майбутнього розвитку. Це можливо завдяки наявним власним фінансовим, матеріальним та трудовим ресурсам громади, а також спроможності залучати інвестиційні проекти.

Бібліографічний список:

1. Закон України «Про місцеве самоврядування в Україні» 280/97-ВР від 21 травня 1997 року. Відомості Верховної Ради України. 1997 р. № 24. Ст. 170.
2. Мовчанюк А.В., Мовчанюк А.В. Розвиток сільських територій Уманського району в умовах децентралізації. *Електронне фахове видання «Державне управління: удосконалення та розвиток»*. 2018. № 1. URL: http://www.dy.nayka.com.ua/pdf/1_2018/32.pdf
3. Smihunova, O., & Minenko, S. (2020). The role of the public-private partnership (PPP) of power at the regional level.

МІСЦЕ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ В РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА В СЬОГОДЕННІ

Майборода М.М., кандидат економічних наук, доцент,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-2268-8128>

Для побудови ефективної корпоративної культури підприємствам потрібно чути, чого хочуть їх співробітники. На сьогодні на перший план у працівників в усіх сферах виходить: безпека, стабільність, підтримка.

Для підприємств, сьогодні, щоб зростати потрібно: бути швидкими, враховувати культуру підприємства при змінах, враховувати стан працівників, підвищувати продуктивність.

В теперішній час в підприємствах спостерігаються два напрями трансформації корпоративної культури: по перше – підприємства перестають ставитись до своїх працівників, як до дітей і по друге – культура компанії змінюється від вибору напрямку існування та розвитку підприємства – чи бути реактивним, чи проактивним.

В більшості підприємств корпоративна культура не керована, тобто прослідковується реактивна поведінка, планів в підприємства не має, або вони постійно змінюються, та такі підприємства виживають як можуть та кидають своїх працівників напризволяще. В тих підприємствах, в яких корпоративна культура керована, прослідковується проактивна поведінка, тобто потрібно зараз прямо щось міняти – робити, щоб розвиватись та отримувати прибутки, плани є та складаються на певний проміжок часу, підприємства допомагають своїм працівникам, залучаючи різні можливості та програми well been, тобто спостерігається що в таких підприємствах люди – щасливі, здорові та поєднують себе з розвитком своєї країни. І звісно, чим більша корпоративна культура керована, звісно вона сильніша, тим більше працівники таких підприємств залучені в діяльність підприємства, тим вища відповідальність працівників за виконану роботу чи прийняте рішення і звісно тим вища результативність працівників.

Потрібно також звернути увагу на тісний взаємозв'язок корпоративної культури і лояльністю працівників, їх продуктивністю та мотивацією. Мотивація працівників та корпоративна культура підприємства тісно пов'язані між собою. Мотиви працівників, такі як наприклад соціальне визнання, стабільність, професійне та кар'єрне зростання формують в підприємстві правила, традиції, цінності, тобто складові корпоративної культури, які зрозумілі для всіх працівників підприємства, які всі підтримують та по яким всі працюють і живуть в підприємстві.

Звісно для успішного розвитку підприємства та його корпоративної культури необхідно будувати відкриту та чесну комунікацію, розмовляти зі своїми працівниками, доводити стан розвитку підприємства, яким би він не був, бути чесними з будь-якого питання. Відкрита та чесна комунікація формується за рахунок регулярності та періодичності спілкування з працівниками – проведення one-to-one та аргументованості дій які відбуваються в підприємстві.

Та не забуваємо про двосторонній зв'язок: оцінюємо результати і зусилля та отримуємо зворотній зв'язок від працівників підприємства (що можна зробити різними способами, наприклад: анонімне опитування, зустрічі one-to-one з керівником або менеджером, фокус групи). А також схвалюємо чесність, як керівника та менеджерів так і безпосередніх працівників для розвитку корпоративної культури і відповідно підвищення ефективності роботи підприємства.

Бібліографічний список:

1. Апостолок О. Корпоративна культура як інструмент ефективного менеджменту підприємства в підвищенні його конкурентоспроможності. *Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки*. 2016. № 2. С. 68-73.

2. Гриценко Н.В. Особливості формування корпоративної культури організації. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2017. № 59. С. 284-290.

3. Терон І.В. Корпоративна культура в механізмах регулювання соціально-трудова відносин. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2015. № 6. С. 639-643.

4. Місце корпоративної культури в розвитку бізнесу.
URL: <https://www.youtube.com/watch?v=0J1uZavS4gI>

ПРАВОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ПРАВОВОЇ БЕЗПЕКИ В УПРАВЛІННІ АГРАРНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ В КОНТЕКСТІ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ

Міненко С.І., доктор філософії з менеджменту,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-3033-1911>

Приходько М.К., здобувач третього (освітньо-наукового) РВО
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

На сьогоднішній день Україна активно працює над євроінтеграційними процесами, спрямованими на створення єдиного європейського простору зі спільними цінностями та стандартами, що стосуються якості життя та діяльності людей. Одним з ключових напрямків таких процесів є гармонізація законодавства та забезпечення правової безпеки в різних сферах діяльності, зокрема, управління аграрними підприємствами.

Управління аграрними підприємствами є важливим сектором економіки в більшості країн, особливо в Україні, де аграрний сектор становить значну частину економіки країни.

Організаційно-правова безпека в управлінні аграрними підприємствами є важливою складовою успішної та стійкої діяльності таких підприємств, оскільки вона забезпечує дотримання прав та інтересів всіх сторін у процесі взаємодії. У контексті євроінтеграції цей аспект набуває особливої актуальності, оскільки він стає чинником, який визначає конкурентоспроможність та ефективність діяльності аграрних підприємств на європейському ринку.

Організаційно-правове забезпечення безпеки в управлінні аграрними підприємствами охоплює такі аспекти, представлені на рисунку.

Отже, організаційно-правове забезпечення безпеки в управлінні аграрними підприємствами є важливим елементом успішної та стійкої діяльності підприємств в умовах євроінтеграції. Для досягнення цієї мети необхідно впроваджувати системні заходи забезпечення дотримання правових вимог та норм, зокрема шляхом створення правових політик та стратегій, кадрового забезпечення та розвитку правової культури на підприємстві. Крім того, необхідно контролювати дотримання законодавства та взаємодіяти з державними органами, що відповідають за забезпечення правопорядку.

Одним із ключових викликів в контексті євроінтеграції є підвищення рівня вимог до дотримання правових норм та стандартів. У рамках асоціації з Європейським Союзом Україна зобов'язалася дотримуватися європейських стандартів в багатьох сферах, включаючи аграрний сектор. Для цього українські підприємства повинні виконувати вимоги європейського законодавства та стандартів, що стосуються безпеки харчових продуктів, якості ґрунтів та рослин, охорони навколишнього середовища тощо. З цією метою важливо розвивати правову культуру на підприємстві та впроваджувати внутрішні правила та процедури, що дозволять дотримуватися вимог законодавства та стандартів.

У цьому контексті, організаційно-правове забезпечення безпеки в управлінні аграрними підприємствами є важливим чинником забезпечення стійкої та успішної діяльності підприємств в умовах євроінтеграції. Для досягнення цієї мети необхідно виконувати наступні завдання:

1. Вивчення та дотримання законодавства. Підприємствам необхідно ретельно вивчати та дотримуватися законодавства, яке регулює їхню діяльність. Це забезпечить відповідність їхньої діяльності вимогам законодавства та уникнення санкцій за порушення правових норм.

2. Розвиток правової культури на підприємстві. Для забезпечення дотримання законодавства та вимог європейських стандартів необхідно розвивати правову культуру на підприємстві. Це означає, що всі співробітники підприємства повинні мати достатні знання та розуміння законодавства, що регулює їхню діяльність.

3. Впровадження внутрішніх правил та процедур. Підприємства повинні впроваджувати внутрішні правила та процедури, що дозволяють дотримуватися вимог законодавства та стандартів. Ці правила та процедури повинні бути детально розроблені та відповідати вимогам законодавства та стандартів.

4. Контроль дотримання вимог законодавства та стандартів. Підприємства повинні контролювати дотримання вимог законодавства та стандартів на різних етапах своєї діяльності. Для цього необхідно створювати систему контролю та моніторингу, що дозволить вчасно виявляти порушення законодавства та уникнути санкцій.

5. Взаємодія з державними органами, що відповідають за забезпечення правопорядку. Підприємства повинні підтримувати взаємодію з державними органами, які відповідають за забезпечення правопорядку та захист прав та інтересів громадян та підприємств. Це дозволить підприємствам оперативно вирішувати питання, що стосуються їхньої діяльності, та отримувати необхідну підтримку у випадку конфліктів.

6. Розвиток системи управління організаційно-правовою безпекою. Підприємства повинні розвивати систему управління організаційно-правовою безпекою, яка дозволить їм ефективно управляти ризиками та забезпечувати відповідність законодавству та стандартам. Ця система повинна бути розроблена з урахуванням особливостей діяльності підприємства та вимог законодавства.

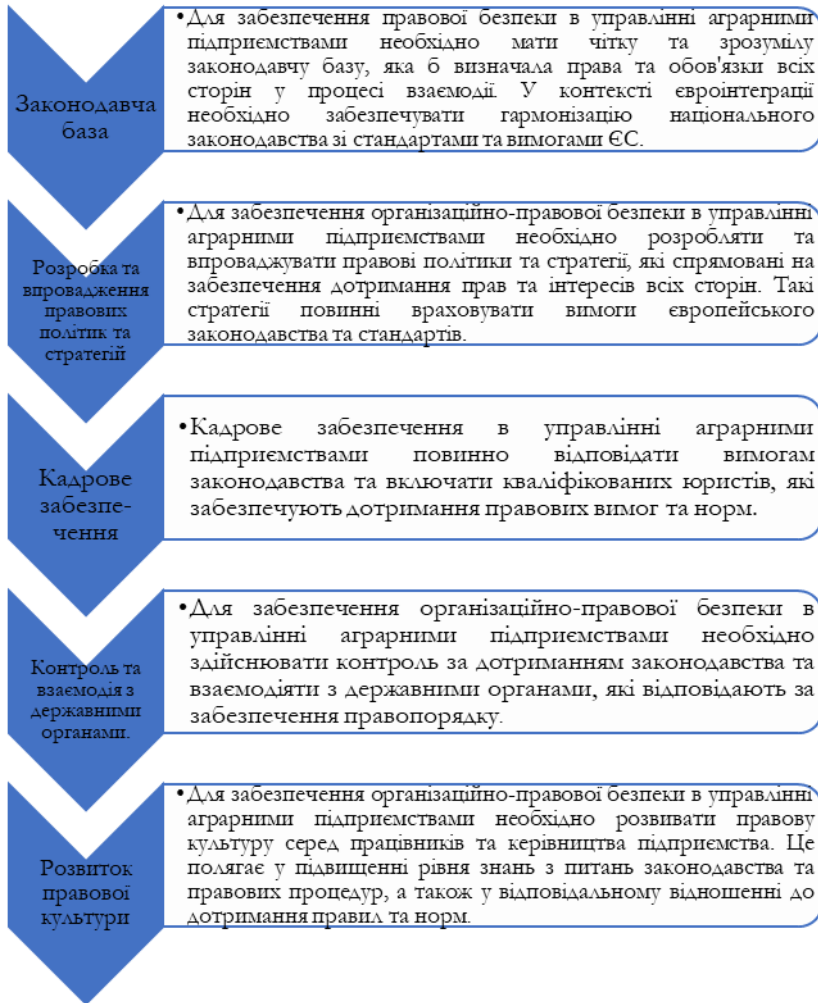


Рис. 1. Аспекти організаційно-правового забезпечення управління аграрними підприємствами

У контексті євроінтеграції підприємства повинні дотримуватися європейських стандартів та вимог, що регулюють їхню діяльність. Для цього необхідно вивчати та дотримуватися європейського законодавства та стандартів, що стосуються діяльності підприємства. Крім того, підприємства повинні впроваджувати систему управління організаційно-правовою безпекою, що відповідає європейським стандартам.

Окрім цього, важливо розвивати правову культуру на підприємстві та контролювати дотримання вимог законодавства та стандартів. Підприємства повинні взаємодіяти з державними органами, які відповідають за забезпечення правопорядку, та оперативно вирішувати питання, які стосуються дотримання законодавства та стандартів. Крім того, підприємства повинні надавати регулярну навчання своїм співробітникам з питань правового забезпечення та організаційно-правової безпеки.

Організаційно-правова безпека є однією з найважливіших складових успішної діяльності аграрних підприємств.

Це означає, що керівництво підприємств повинно приділяти достатню увагу правовому забезпеченню та розробці системи управління організаційно-правовою безпекою. Дотримання законодавства та стандартів, а також забезпечення прав та інтересів громадян та підприємств допоможуть підприємствам ефективно працювати та успішно розвиватися у сучасних умовах євроінтеграції.

Проте, слід зауважити, що правове забезпечення організаційно-правової безпеки є постійним процесом, який потребує внутрішньої контролю та постійного вдосконалення. Тому керівництво аграрних підприємств повинно ставитися до цього питання з відповідальністю та серйозністю, а також регулярно аналізувати результати своєї роботи та вдосконалювати систему управління організаційно-правовою безпекою. Тільки в такий спосіб підприємства зможуть успішно функціонувати та розвиватися в умовах сучасного ринку та євроінтеграції.

Бібліографічний список:

1. Олешко Т. І. Формування системи забезпечення економічної безпеки на підприємстві. *Научный вестник Донбасской государственной машиностроительной академии*. 2017. № 3. С. 127-132.
2. Рудковський О.В. Структура системи економічної безпеки підприємства. *Вісник Національного транспортного університету*. 2014. № 29(2). С. 93-99.
3. Сосновська О.О. Методологічний базис управління економічною безпекою підприємства. *Проблеми економіки: науковий журнал*. Харків. 2020. № 1(43). С. 190-196.

ОНОВЛЕНІ ВИМОГИ ДО КУРЯЧИХ ЯЄЦЬ ЯК ЗАПОРУКА ІНСТИТУЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПТАХІВНИЦТВА ЯЄЧНОГО НАПРЯМУ

Папко С.О., Національний науковий центр
«Інститут аграрної економіки», м. Київ, Україна
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-8183-9657>

Активізація інституційних процесів у національній економіці веде до суттєвих змін у сфері формування інституційного середовища внутрішнього ринку, зокрема ринку продукції птахівництва. Головне концептуальне питання, що виникає в процесі аналізу інституціонального механізму еволюції конкуренції на внутрішньому ринку в українській економіці, стосується співвідношення між структурою ринку й антиконкурентною поведінкою.

Інституціональне середовище має вирішальне значення для вибору цілей, «правил гри», шляхів, механізмів розвитку конкуренції на внутрішньому ринку України. Тому важливо, щоб інституціональні чинники створювали сприятливі умови для ефективного розвитку підприємництва в національній економіці України [1].

Яєчне птахівництво на промисловій основі є пріоритетним напрямом інституційного та інноваційного розвитку, а тому основними кластерами його територіального розвитку можуть бути крупні фірми або олігопольна корпорація фірм, що працюватиме в інституціональному полі. Ринкова інституційна інфраструктура повинна забезпечити внутрішній ринок фірмовими підприємствами торгівлі й просування продукції на експорт.

У зв'язку з цим 26 січня 2023 р. Міністерство аграрної політики та продовольства України видало проект наказу «Про затвердження Вимог до курячих яєць» де враховані основні статті Закону України «Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів», «Про технічні регламенти та оцінку відповідності», постанови Кабінету Міністрів України «Про визначення сфер діяльності, в яких центральні органи виконавчої влади та Служба безпеки України здійснюють функції технічного регулювання», а також Плану заходів з виконання Угоди про асоціацію між Україною та Європейським Союзом [2].

Метою проекту наказу Міністерства аграрної політики та продовольства України «Про затвердження Вимог до курячих яєць» є приведення галузі у відповідність з відповідними стандартами та законодавством Європейського Союзу щодо вимог до курячих яєць, призначених для споживання людиною, та промислових яєць, призначених для переробки у харчовій та легкій промисловості, зокрема в частині встановлення показників їх якості або характеристик. Наказ вводиться в дію 1.01.2028 р.

Наведені вимоги поширюються на відносини між операторами ринку у сфері визначення показників та характеристик курячих яєць, що вводяться в обіг, а також пов'язаних з ними процесів та методів виробництва, зокрема тих, що стосуються штампування, пакування, маркування, ведення записів.

Проектом наказу передбачено затвердити низку вимог до курячих яєць, зокрема: сортування яєць за їх якістю і за вагою; штампування яєць; маркування упаковок (контейнерів) і транспортної тари для яєць; маркування контейнерів для промислових яєць та надання інформації споживачеві при поштучному продажу яєць; упаковка та перепакування яєць; вимоги до записів, які повинні вести оператори ринку.

Курячі яйця будуть ділитися на два класи «А» і «В».

Яйця, що належать класу «А», повинні бути чистими, з неушкодженою шкаралупою, з малорухливим жовтком без чітких контурів.

За вагою яйця класу «А» сортуватимуть за такими категоріями: «XL» – дуже великі: яйця, вага яких становить 73 г і більше; «L» – великі: яйця, вага яких становить 63 г і більше, проте менше 73 г; «M» – середні: яйця, вага яких становить 53 г і більше, проте менше 63 г; «S» – малі: яйця, вага яких становить менше 53 г.

Сортування яєць класу «А» за вагою не буде обов'язковим для яєць, що поставляються на харчові та нехарчові потужності.

До яєць класу «В» будуть відноситися яйця, які не відповідають показникам якості, зазначеним вище.

Для українського споживача, чим більше буде вимог, тим якісніше і безпечніше будуть продукти харчування. Але в той же час, врахування нової класифікації може вплинути на ціну, яка змусить споживача робити вибір між дешевшою і дорожчою продукцією.

Нині діапазон цін на курячі яйця на споживчих ринках в областях України коливається в межах 50-75 грн за десяток в залежності від марки виробника, розміру і пакування, а ціна яєць з доставкою до дому вартує до 100 грн.

Система інституційного забезпечення соціально економічної модернізації сфери товарного обігу є своєрідним регулятором відносин між суб'єктами в процесі суспільно економічного обміну, що покликана мінімізувати ризики виникнення потенційних конфліктів між ними, реалізувати превентивні механізми ірраціонального використання природно ресурсного потенціалу держави та гарантувати неухильне дотримання норм діючих нормативно правових актів у контексті задоволення суспільних та особистісних інтересів.

Система інституційного забезпечення є джерелом імплементації структурних зрушень у розрізі складових функціональних компонентів сфери товарного обігу, що формують базисні передумови для нарощення масштабів господарювання секторів національної економіки, гарантування якості та безпеки товарів, удосконалення бізнес-процесів і технологій виробництва, покращення задоволення потреб покупців, узгодження соціальних та економічних інтересів останніх, мінімізації транзакційних витрат у процесі суспільно економічного обміну, стимулювання підтримки макроекономічних процесів розширеного відтворення національної економіки [3].

Бібліографічний список:

1. Дементьев В., Вишневський В. Чому Україна не інноваційна держава: інституціональний аналіз. *Економічна теорія*. 2011. № 3. С. 5-20.
2. Урядовий портал. Угода про асоціацію між Україною та ЄС. URL: <http://www.kmu.gov.ua>
3. Мельник І.М. Система інституційного забезпечення соціально-економічної модернізації сфери товарного обігу. *Інвестиції: практика та досвід*. № 24. 2018. С. 5-12.

УДК: 342.7

МІЖНАРОДНІ КРИТЕРІЇ ДОПУСТИМОСТІ ОБМЕЖЕННЯ ПРАВ ЛЮДИНИ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

Півненко А.В., старший викладач,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків Україна
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-5564-0273>

Збройна агресія російської федерації і її повномасштабне вторгнення на територію України змусили увесь державний апарат і суспільство в цілому перейти до оперативного функціонування в

умовах воєнного стану, що у свою чергу значно ускладнило діяльність державних інституцій щодо гарантування прав людини в умовах об'єктивної необхідності їх часткового обмеження, коли допускається передбачене законом звуження змісту та обсягу прав і свобод. Не дивлячись на складні умови сьогодення, воєнний стан, за будь яких умов, не може бути використаний для того, щоб держава відмовилась від свого основного обов'язку забезпечувати та захищати права людини. Будь-які обмеження прав людини в умовах дії правового режиму воєнного стану можуть визнаватися допустимими лише за умови їх належного нормативно-правового регулювання та відповідності міжнародним критеріям, які вироблені міжнародною правничою доктриною та закріплені в основних міжнародно-правових актах, що визначають загальнолюдські стандарти прав та свобод людини.

Варто зазначити, що встановлення режиму воєнного стану, як реакції держави на збройну агресію, є характерним для більшості країн світу, у національних законодавствах яких містяться вказівки на спеціальну правову конструкцію, яка надає додаткові права публічній адміністрації у випадках, коли держава стикається із непередбачуваними ситуаціями, подолання яких вимагає мобілізації всіх наявних ресурсів – так звані надзвичайні режими чи режими воєнного стану. Можливість обмеження основних прав і свобод людини державою також передбачено фактично у всіх важливих міжнародно-правових актах, що визначають загальнолюдські стандарти прав та свобод людини, а саме у Загальній декларації прав людини, Конвенції про захист прав та основоположних свобод у Міжнародному пакті про громадянські і політичні права.

На сьогодні у науковій доктрині відсутнє єдине розуміння поняття «обмеження прав і свобод людини», та існують різні погляди з даного питання, так само й щодо класифікації обмежень, їх процесуальних та матеріальних складових. На рівні міжнародно-правових актів, також, наявне використання різної термінології. В Загальній декларації прав людини, Міжнародному пакті про економічні, соціальні й культурні права застосовується термін «обмеження», в Міжнародному пакті про громадянські та політичні права – «відступ від своїх зобов'язань», в Американській конвенції про права людини – «призупинення гарантій», в Європейській конвенції про захист прав людини та основних свобод – «обмеження» і «відступ від своїх зобов'язань» [1, с. 37].

Загалом, у науковій літературі, обмеження прав і свобод людини визначається, як певні заборони, які покликані змінити поведінку особи

через обмеження суб'єктивного права. При цьому обмеження являють собою певні юридичні та фактичні наслідки у вигляді “некомфортних” умов для реалізації правових інтересів відповідних фізичних та/чи юридичних осіб, права і свободи яких обмежуються, з одночасним задоволенням певних законних інтересів суб'єкта владних повноважень, який запровадив ці обмеження, або інтересів третьої особи, що зацікавлена у введенні таких обмежень [2, с. 224].

На нашу думку, обмеження конституційних прав людини в умовах воєнного стану можна визначити, як закріплені в Конституції України та конкретизовані у поточному законодавстві правомірні, цілеспрямовані, тимчасові юридичні заходи органів державної влади, що вводяться для досягнення суворо визначених цілей, в інтересах забезпечення прав інших людей, а також забезпечення національної безпеки і оборони України, які не позбавляють людину самого права, а полягають у звуженні обсягу і змісту фундаментальних потенційних можливостей особи на їх реалізацію.

Виходячи з важливості питання, будь-які обмеження прав людини можуть визнаватися допустимими лише за умови відповідності їх критеріям, які вироблені міжнародною правничою доктриною та закріплені в основних міжнародно-правових актах, що визначають загальнолюдські стандарти прав та свобод людини. Рамами таких обмежень є так званий «трискладовий тест» на пропорційність. «Трискладовий тест» — це юридична конструкція, що є засобом перевірки наявності необхідних умов для обмеження прав, гарантованих Конвенцією про захист прав людини та основоположних свобод (1950). Трискладовий тест означає, що будь-яке обмеження права слід перевірити щодо відповідності трьом умовам: 1) законність обмеження, тобто наявність у національному законодавстві держави підстави такого обмеження права; 2) правомірна мета — захист, забезпечення й реалізація прав та інтересів інших осіб, суспільства, національної безпеки й інші цілі, що в основному так само передбачені законодавством; 3) необхідність у демократичному суспільстві, тобто неможливість вирішити ситуацію по-іншому без таких обмежень, а також досягнення пропорційності за обмеження права однієї особи та захисту прав інших осіб. Обмеження, що не відповідає таким умовам, порушує право особи. Хоча назва «трискладовий тест» є умовною, і яку прямо не закріплено в рішеннях ЄСПЛ, саме на ці критерії ЄСПЛ посилається в багатьох рішеннях, що можна вважати усталеною практикою [3, с. 121].

Вказані міжнародні критерії знайшли своє відображення у рішенні Конституційного Суду України від 1 червня 2016 р. № 2-рп/2016, у якому зазначено, що «обмеження щодо реалізації конституційних прав і свобод не можуть бути свавільними та несправедливими, вони мають встановлюватися виключно Конституцією і законами України, переслідувати легітимну мету, бути обумовленими суспільною необхідністю досягнення цієї мети, пропорційними та обґрунтованими, у разі обмеження конституційного права або свободи законодавець зобов'язаний запровадити таке правове регулювання, яке дасть можливість оптимально досягти легітимної мети з мінімальним втручанням у реалізацію цього права або свободи і не порушувати сутнісний зміст такого права» [4].

Першим критерієм допустимості обмеження прав людини є законність обмеження, тобто наявність у національному законодавстві держави підстави такого обмеження права. Варто зазначити, що основним джерелом інституту обмеження прав людини є Конституція України як нормативно-правовий акт вищої юридичної сили та прямої дії, який установлює вихідне й фундаментальне положення: права і свободи людини є непорушними й невідчужуваними (стаття 21 Конституції України). Відповідно до ст. 64 встановлюючи воєнний стан, органи публічної влади можуть встановити окремі обмеження прав людини. В Указі президента України «Про введення воєнного стану в Україні» затвердженого Законом № 2102-IX від 24.02.2022 у ст. 3 визначено, що у зв'язку із введенням в Україні воєнного стану тимчасово, на період дії правового режиму воєнного стану, можуть обмежуватися наступні конституційні права і свободи людини, і громадянина, передбачені статтями 30-34, 38, 39, 41-44, 53 Конституції України, а також вводиться тимчасові обмеження прав і законних інтересів юридичних осіб в межах та обсязі, що необхідні для забезпечення можливості запровадження та здійснення заходів правового режиму воєнного стану, які передбачені частиною першою статті 8 Закону України «Про правовий режим воєнного стану» [5].

Очевидно, що запровадження особливого правового режиму воєнного стану, є потенційною загрозою реалізації прав людини, тому Конституція України містить низку важливих гарантій щодо обмеження конституційних прав людини в умовах воєнного стану. Зокрема, стаття 64 містить вичерпний перелік прав людини та громадянина, які навіть в умовах воєнного стану обмежувати забороняється. Перелік конституційних прав людини, які можуть бути обмежені в період

воєнного стану, є вичерпним й розширеному тлумаченню не підлягає, термін їх застосування не може перевищувати терміну, протягом якого триває воєнний стан.

Наступний критерій допустимості обмеження прав людини це легітимна мета. Така мета зумовлена потребою захистити певні найбільш важливі для держави блага та принципи. Такими принципами, відповідно до Конституції України та Конвенції про захист прав людини та основоположних свобод, є права людини, людське життя та здоров'я, честі і гідність, недоторканність і безпека, державний суверенітет, верховенство права і демократія. При цьому, втручання у права окремого індивіда має бути виправданим з чітко визначеними межами легітимного втручання держави в його приватну автономію з метою забезпечення обороноздатності держави, створення умов для забезпечення функціонування органів державної влади та місцевого самоврядування, забезпечення конституційних прав людини в умовах їх часткового обмеження.

Практично завжди поряд з категорією «легітимна мета» застосовується поняття «пропорційність», яке означає, що обмеження реалізації прав і свобод має відповідати меті, для досягнення якої воно введено. Вимога відповідності засобу має на меті захистити людину від непотрібного втручання органів державної влади. Пропорційність визначає сумірність між здійсненням основного права та необхідністю його обмежень. Саме критерій пропорційності забезпечує обґрунтований і легітимний характер обмежень основних прав. Принцип пропорційності включає в себе адекватність засобів поставленій меті, неприпустимість надмірних обмежень, неприпустимість сваволі, заборону формалізму. [6, с. 25]

Що стосується такої умови, як необхідність у демократичному суспільстві, то чітких універсальних критеріїв того, що саме має включатись у це поняття в міжнародно-правових актах не міститься. Необхідність у демократичному суспільстві, означає неможливість вирішити ситуацію по-іншому без таких обмежень, а також досягнення пропорційності за обмеження права однієї особи та захисту прав інших осіб. Досліджуючи питання прав, свобод та обов'язків людини і громадянина Буткевич В., Речицкий В., наголошують на тому, що Конвенція вимагає, щоб реальному застосуванню обмежень передувало виконання необхідної умови, а саме визнання необхідності таких обмежень не просто в державі, а в демократичній державі. Дослідники зазначають наступне, що «демократична держава», на відміну від

«простой» держави вдається до накладення обмежень лише у крайньому випадку, тобто коли без цього вже очевидно не можна обійтись. Демократичні держави запобігають зловживанню правами своєю терпимою атмосферою. У таких державах гідність людини цінується дуже високо, відтак вони усіляко уникають проявів державного примусу чи насильства [7, с. 48].

Отже, аналізуючи вище викладене, можна констатувати, що у надзвичайно складних умовах дії правового режиму воєнного стану проблема обмеження конституційних прав людини для нашої держави набула особливого значення. На сьогоднішній день відсутнє законодавче визначення інституту обмеження прав людини, але при цьому в міжнародно-правових актах закріплені критерії, яким повинне відповідати будь-яке обмеження. До таких критеріїв міжнародні акти відносять законність обмеження, правомірна мета обмеження; необхідність обмеження у демократичному суспільстві. Таким чином можна зазначити, що лише при дотриманні усіх критеріїв, які закріплені у міжнародно-правових актах можливо визнати обмеження прав людини допустимими.

Бібліографічний список:

1. Основи міжнародно-правових стандартів прав людини: навч.-метод. посібник / за ред. завідувача кафедри міжнародного та європейського права О.В. Бігняка. Херсон: Видавничий дім «Гельветика», 2019. 168 с.

2. Фігель Ю.О. Обмеження прав людини в умовах воєнного стану. *Науковий вісник Львівської комерційної академії. Серія «Юридична»*. 2015. Вип. 2. С. 222-230.

3. Конституційне право: підручник / Ю.Г. Барабаш, О.М. Бориславська, В.М. Венгер, М.І. Козюбра, А.А. Мелешевич; за заг. ред. М.І. Козюбри. К.: Ваіте, 2021. 528 с.

4. Рішення Конституційного Суду України від 01.06.2016 р. № 2-рп/2016 у справі № 1-1/2016. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v002p710-16#Text> (дата звернення: 13.05.2022).

5. Указ Президента України «Про введення воєнного стану в Україні» № 64/2022 затверджений Законом № 2102-IX від 24.02.2022. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/64/2022#Text>

6. Савчин М.В. Основні конституційні критерії обмеження прав людини і основоположних свобод. *Вибори та демократія*. 2008. № 2(16). С. 21-28.

7. Буткевич В., Речицький В. Права і свободи та обов'язки людини і громадянина. *Національна безпека і оборона*. 2015. № 4. С. 44-49.

ІНТЕГРАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ ЯК СПОНУКАННЯ ДО РОЗВИТКУ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ: РОЛЬ ВИКОНАВЧОЇ ВЛАДИ

Семенченко К.С., здобувачка вищої освіти*,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

Інтеграційні процеси, що відбуваються в сучасному світі, стали однією з найбільш важливих тем для дослідження в наш час. Одним із аспектів цієї теми є роль виконавчої влади у спонуканні до розвитку місцевого самоврядування. У даній статті ми розглянемо, як виконавча влада може впливати на розвиток місцевого самоврядування через інтеграційні процеси.

Виконавча влада, як орган державного управління, має велике значення у розвитку місцевого самоврядування. Однак, для того, щоб виконавча влада могла впливати на розвиток місцевого самоврядування через інтеграційні процеси, необхідно відповідне законодавче регулювання. Законодавчі акти повинні передбачати механізми співпраці між місцевими органами влади та органами виконавчої влади на рівні місцевого самоврядування.

Одним із головних механізмів співпраці виконавчої влади та місцевого самоврядування є інтеграційні процеси. Інтеграція може сприяти розвитку місцевого самоврядування, зокрема, за рахунок об'єднання ресурсів, досвіду та експертизи різних органів влади. Інтеграційні процеси можуть також допомогти вирішенню складних проблем, що стоять перед місцевими громадами, через використання синергетичного ефекту.

Виконавча влада може бути ключовим інструментом в реалізації інтеграційних процесів. Наприклад, виконавча влада може здійснювати фінансову підтримку місцевих проєктів, що є важливим елементом стимулювання розвитку місцевого самоврядування. Крім того, виконавча влада може сприяти реалізації інтеграційних процесів через підтримку проєктів, спрямованих на розвиток інфраструктури та соціальних послуг в місцевих громадах.

* *Науковий керівник – доктор філософії з менеджменту С.І. Міненко*

Назва проєкту	Орган виконавчої влади, що забезпечив фінансову підтримку	Обсяг фінансової підтримки	Призначення проєкту
Реконструкція дитячого майданчика	Міський виконавчий комітет	100000 грн	Розвиток інфраструктури для дітей
Створення спортивного майданчика	Районна державна адміністрація	75000 грн	Розвиток спорту та здорового способу життя
Ремонт дорожнього покриття на вулиці Шевченка	Обласна державна адміністрація	200000 грн	Покращення інфраструктури транспорту
Розвиток туризму в місцевій громаді	Міністерство розвитку регіонів	500000 грн	Підтримка розвитку малого підприємництва та туризму

Ця таблиця ілюструє приклади фінансової підтримки місцевих проєктів виконавчою владою на різних рівнях управління. Ці проєкти розроблені з метою підтримки розвитку інфраструктури, спорту, туризму та інших галузей, які впливають на якість життя місцевих жителів та розвиток місцевого самоврядування. Фінансова підтримка таких проєктів є важливою для забезпечення розвитку місцевої інфраструктури та підтримки соціально-економічного розвитку місцевих громад.

Важливо пам'ятати, що успішні інтеграційні процеси вимагають розуміння потреб та інтересів різних сторін. Тому, виконавча влада повинна включати місцеві громади у процес прийняття рішень та спільно з ними розробляти стратегії розвитку.

Укладення договорів між місцевими органами влади та органами виконавчої влади також є важливим механізмом співпраці. Ці договори повинні передбачати взаємодію у сферах, які є важливими для розвитку місцевого самоврядування, таких як розвиток інфраструктури, підтримка соціальних програм та розвиток економіки.

Отже, інтеграційні процеси можуть стати важливим спонуканням до розвитку місцевого самоврядування, а виконавча влада може грати ключову роль у цьому процесі. Необхідно розвивати законодавчу базу, яка б підтримувала співпрацю між місцевими органами влади та органами виконавчої влади на рівні місцевого самоврядування, та використовувати механізми співпраці, такі як інтеграційні процеси та укладення договорів, для досягнення спільних цілей.

Бібліографічний список:

1. Баймуратов М., Могилевський В. Формування правового простору місцевого самоврядування в Україні: теоретичні підходи до розуміння та визначення. *Міжнародні та європейські стандарти місцевого самоврядування: проблеми імплементації в Україні*: матеріали Всеукр. наук.- практ. конф. (20 грудня 2019 р., м. Львів) / за наук. ред. проф. М. Микієвича, проф. О. Сушинського, доц. Р. Бедрія. Львів: АРІДУНАДУ, 2020. С. 11-18.

2. Бортнікова А. В. Місцеве самоврядування в умовах децентралізації як суб'єкт наукової рефлексії вітчизняних учених. *S.P.A.C.E. SOCIETY, POLITICS, ADMINISTRATION IN CENTRAL EUROPE: електронний наук.- практ. журн. Нац. ун-ту «Одеська юридична академія»*. Одеса, 2018. Вип. 9. С. 18-22.

УДК: 364.01

ОСНОВНІ НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ СОЦІАЛЬНОГО ЗАХИСТУ НАСЕЛЕННЯ В УКРАЇНІ

Соценко В.М., здобувачка*,

Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

Унаслідок широкомасштабних воєнних дій проблема забезпечення належного рівня соціального захисту громадян в Україні набуває особливого значення внаслідок того, що наразі суттєвим чином збільшується кількість населення, яка потребує соціального захисту, підтримки та забезпечення, внаслідок чого істотним чином посилюється навантаження на усі соціальні служби. Крім того, унаслідок воєнних дій знищується або пошкоджується соціальна інфраструктура, порушуються зв'язки та усі види взаємодії, суттєво розширюється коло функціональних обов'язків органів державної та місцевої влади, зокрема у питанні соціального захисту, активізується робота волонтерських організацій, благодійних фондів, міжнародних організацій тощо [2, с. 105; 3, с. 61].

Євроінтеграційні прагнення України, посилення соціальної спрямованості ринкових перетворень вимагають, щоб соціально-економічна політика держави та діяльність уряду щодо її реалізації були

* Науковий керівник – кандидат економічних наук, доцент О.В. Грідін

зорієнтовані на досягнення європейських стандартів якості життя та загальнолюдських цінностей. Це передбачає надійний соціальний захист населення як один із визначальних чинників суспільного добробуту. Запровадження засад соціально орієнтованої економіки держави вимагає розгляду комплексу проблем соціального захисту населення України крізь призму стану суспільства. Діюча система соціального захисту в Україні на сьогодні не відповідає поточним соціально-економічним умовам. Внаслідок чого суттєвим чином загострюється протиріччя між зростаючою потребою суспільства щодо соціального захисту населення та відсутністю концептуально-цілісних уявлень про відповідну систему соціального захисту періоду воєнних та післявоєнних перетворень. Для вказаного періоду характерне відставання розвитку нормативів і стандартів законодавчо-правового регулювання буденних потреб суспільства [1, с. 302; 5, с. 43].

Одним із природних бажань людини є забезпечення високого рівня якості життя, що залежить від особистісних, родинних та зовнішніх чинників. При цьому, для досягнення цієї мети, людина має покладатися не лише на себе, а й отримувати матеріальну чи моральну допомогу з боку родини, держави тощо. Це питання набуває особливої актуальності для соціально вразливих категорій населення, які неспроможні самотужки упоратися з поточними життєвими проблемами, а, відповідно, потребують певного соціального захисту [4, с. 47].

Головним способом реалізації соціальної політики держави є система соціального захисту населення. Аналіз існуючої системи соціального захисту в Україні дозволяє визначити основні її недоліки [1, с. 302]: низька адресність надання соціальної допомоги; низький рівень охоплення нужденних верств населення підтримкою; низький рівень ефективності управління системою соціальної підтримки населення тощо.

Удосконалення існуючої системи, створення необхідних умов належного функціонування механізму системи соціального захисту в Україні має здійснюватися за такими основними напрямками [3, с. 64-65]: здійснення стратегічного планування і маркетингового управління попитом та пропозицією соціальних послуг; узгодження міжбюджетних відносин у процесі задоволення потреб у

фінансових ресурсах для соціального захисту населення; створення дієвої системи моніторингу за витрачанням коштів на соціальний захист; дотримання принципу персоніфікації надання соціальної допомоги; використання сучасних підходів та критеріїв оцінки майнового стану родини; сприяння в організації підготовки, перепідготовки, підвищення кваліфікації кадрів у сфері соціального захисту населення; активне залучення НКО, благодійних фондів, інших організацій до процесу соціального захисту населення тощо.

Отже, удосконалення існуючої системи соціального захисту має здійснюватися на основі вироблення нових підходів та критеріїв до оцінювання існуючих соціальних програм з метою їх раціоналізації та консолідації з урахуванням наявних бюджетних ресурсів, що вимагає переходу до системи адресної соціальної допомоги, оптимізації переліку соціальних виплат, гнучкого співвідношення адресної та безадресної допомоги в окремих соціальних програмах тощо.

Бібліографічний список:

1. Балтачєєва Н.А. Стратегія розвитку системи соціального захисту населення в Україні. *Економіка промисловості*. 2012. № 1-2. С. 302-309. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/econpr_2012_1-2_40

2. Грідін О.В. Ринок праці як фундаментальна основа забезпечення соціально-економічної безпеки держави та її регіонів. *Вісник Одеського національного університету: Економіка*. 2022. Том 27. Випуск 3 (93). С. 101-108. DOI: <https://doi.org/10.32782/2304-0920/3-93-18> URL: http://visnyk-onu.od.ua/journal/2022_27_3/20.pdf

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. DOI: <https://doi.org/10.32782/2304-0920/2-92-10> URL: http://visnyk-onu.od.ua/journal/2022_27_2/12.pdf

4. Красніцька Г., Чернишук Н. Історичний розвиток соціального захисту населення в Україні. *Гілея: науковий вісник*. 2013. № 73. С. 47-49. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/gileya_2013_73_21

5. Шаманська Н. Соціальний захист населення в контексті надання соціальних допомог: сучасний стан і пріоритети. *Галицький економічний вісник*. 2013. № 2. С. 43-49. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/gev_2013_2_8

ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ БАНКІВСЬКОЇ ТАЄМНИЦІ У КРАЇНАХ ЄС: ПРАКТИЧНИЙ ДОСВІД ДЛЯ УКРАЇНИ

Таранець Б.В., магістр,

Національний університет «Полтавська політехніка
імені Юрія Кондратюка»

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-0152-9040>

Худолій Ю.С., кандидат економічних наук, доцент,
Національний університет «Полтавська політехніка
імені Юрія Кондратюка»

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-6962-3236>

Банківський бізнес є важливою складовою економічного життя будь-якої держави та впливає на розвиток суспільства в цілому. Уряд країни має завдання забезпечити стабільне та ефективне функціонування банківської системи, що досягається шляхом створення необхідних умов та надання гарантій для банківської діяльності. Однією з основних гарантій є інститут банківської таємниці, який є обов'язковим в будь-якій економічно розвинутій країні.

Сьогодні все важливішою стає проблема правового регулювання банківської таємниці, яка потребує серйозних наукових досліджень. Це пов'язано з тим, що розробка механізмів, які забезпечать максимальний захист прав та законних інтересів громадян у взаєминах з банками, стає все більш важливою з точки зору євроінтеграційних процесів України.

Враховуючи вище сказане, варто розглянути досвід ЄС щодо правового регулюванні банківської таємниці.

У Європейському Союзі (ЄС) законодавча база щодо банківської таємниці регулюється Директивою 2014/107/ЄС [1] та Регламентом (ЄС) № 2015/847 [2]. Ці нормативні акти були ухвалені з метою боротьби зі злочинністю та запобігання фінансуванню тероризму шляхом встановлення стандартів щодо обміну інформацією про банківські рахунки.

Директива 2014/107/ЄС передбачає обмін інформацією між державами-членами ЄС про банківські рахунки, у тому числі інформацію про власників рахунків та отримувачів платежів. Крім того, директива передбачає створення центрального реєстру бенефіціарних власників, який має зберігати інформацію про осіб, які володіють або контролюють юридичні особи та фінансові активи. Регламент (ЄС) № 2015/847 передбачає створення системи обміну інформацією між державами-членами ЄС про клієнтів банків та фінансові операції.

Захист персональних даних та конфіденційності клієнтів залишається важливим питанням для банків та органів державного регулювання в ЄС. Для захисту персональних даних та конфіденційності клієнтів, банки та інші фінансові установи повинні дотримуватись ряду норм та правил, установлених Загальним регуляційними положенням про захист даних (GDPR) ЄС. GDPR передбачає права клієнтів щодо захисту їх персональних даних та їх відповідності з законодавством, зокрема щодо зберігання, обробки та передачі даних.

Наприклад, у Німеччині банківська таємниця регулюється Федеральним законом про банки та інші фінансові установи (Banken – und Finanzdienstleistungsaufsichtsgesetz – BWG) [3], а також Законом про банківську таємницю (Bankgeheimnisgesetz – BankG) [4]. Згідно з BankG, банківська таємниця є обов'язковою для всіх банків та інших фінансових установ, і вона включає будь-яку інформацію про клієнта, яка пов'язана з його банківським рахунком, вкладом, кредитом або іншими послугами, що надаються банком. Згідно з BWG, контроль за дотриманням банківської таємниці здійснюється федеральним відомством з нагляду за фінансовими установами (BaFin). BaFin має право перевіряти банки та інші фінансові установи на дотримання вимог щодо банківської таємниці та накладати штрафи за порушення цих вимог. Для того, щоб здійснювати контроль за дотриманням банківської таємниці, BaFin має право отримувати інформацію від банків та інших фінансових установ. Також важливо зазначити, що банки та інші фінансові установи мають право зберігати та обробляти персональні дані клієнтів лише з їх згоди та в межах, передбачених законом. Клієнти також мають право на доступ до своїх персональних даних, включаючи інформацію про їх банківські транзакції.

У Франції банківська таємниця є важливим елементом фінансової системи та регулюється різними законодавчими актами. Згідно зі статтею L511-33 кодексу монетарних та фінансових установ, банки та інші фінансові установи зобов'язані зберігати конфіденційність інформації про своїх клієнтів [5]. Це означає, що банки не можуть розголошувати будь-яку інформацію про своїх клієнтів без їх згоди, крім випадків, передбачених законом. Додатково, Франція регулюється директивою ЄС про банківську таємницю (Directive 2014/107/EU), яка передбачає встановлення мінімальних стандартів для захисту банківської таємниці в ЄС. Для забезпечення дотримання банками вимог щодо збереження конфіденційності інформації про своїх клієнтів, у Франції діє організація з регулювання фінансового сектору – Агенція фінансових ринків (Autorité des Marchés Financiers, AMF), яка

здійснює нагляд за діяльністю фінансових установ та може накладати штрафи на банки, які порушують вимоги щодо збереження конфіденційності інформації про своїх клієнтів. У Франції також існує спеціальний орган, що відповідає за захист банківської таємниці – Комісія з банківської таємниці (Commission de secret bancaire), яка здійснює контроль за виконанням законодавства про банківську таємницю, розглядає скарги клієнтів щодо можливих порушень їх конфіденційності та видає рекомендації щодо їх захисту.

У Великій Британії правове регулювання банківської таємниці базується на законодавстві, зокрема на таких законах – Bankers' Books Evidence Act 1879, Banking Act 2009, Financial Services and Markets Act 2000 [6], Data Protection Act 2018 [7] та інших.

Згідно з цими актами, банки та їх співробітники зобов'язані зберігати конфіденційну інформацію про своїх клієнтів та їх банківські операції. Така інформація може бути розкрита лише в обмежених випадках, наприклад, якщо це необхідно для запобігання злочинам, боротьби зі злочинністю, дотримання законодавства про боротьбу з відмиванням грошей, податковим законодавством тощо. У Великій Британії також існує орган, що надає рекомендації щодо банківської таємниці – Information Commissioner's Office. Цей орган відповідає за захист особистих даних та забезпечення дотримання відповідного законодавства, зокрема і в галузі банківської таємниці. Також банки використовують загальні принципи конфіденційності та захисту приватності. Наприклад, Британська асоціація банків (British Bankers' Association) має кодекс поведінки, який зобов'язує банки дотримуватися принципів конфіденційності та захисту персональних даних клієнтів.

У Іспанії банківська таємниця також є законодавчо визначеним правом банків, що зобов'язує їх зберігати конфіденційність інформації про клієнтів. Це право забезпечується законом про банківську таємницю, прийнятим в 1977 році, який згідно з останньою версією від 2015 року встановлює, що банки повинні зберігати конфіденційність інформації про своїх клієнтів, включаючи будь-яку інформацію, яку вони отримали під час виконання своїх функцій [8]. Іспанія приєдналася до міжнародних угод про обмін інформацією про фінансові рахунки, зокрема, угода між Іспанією та США про взаємну адміністративну допомогу у справах оподаткування, що надає можливість обмінюватися інформацією про фінансові рахунки громадян та підприємств в обох країнах з метою боротьби з ухиленням від оподаткування. Окремий орган, який відповідає за контроль за дотриманням банківської таємниці – це Банк Іспанії (Banco de España). Банк Іспанії має повноваження здійснювати нагляд за всіма банками, що

працюють на території країни, та забезпечувати дотримання ними вимог законодавства про банківську таємницю.

Отже, основними рекомендаціями щодо правового регулювання банківської таємниці, які можуть бути корисними для України, на основі досвіду європейських країн, можуть бути такі:

– розробити чітку процедуру взаємодії між банками та компетентними органами влади, яка б забезпечувала швидкий та ефективний обмін інформацією, а також дотримання прав та інтересів всіх сторін;

– забезпечити ефективний механізм захисту від кіберзлочинності та виключення можливості несанкціонованого доступу до інформації банків;

– регулярно оновлювати законодавство та механізми контролю за дотриманням правил банківської таємниці з метою адаптації до нових викликів та загроз.

– розглянути можливість збільшення переліку інформації яка може бути віднесена до банківської таємниці, задала охоплення всіх відносин, які виникають на практиці та унеможливлення виникнення спірних ситуацій.

Бібліографічний список:

1. Директива 2014/107/ЄС. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:32014L0107> (дата звернення: 30.03.2023).

2. Регламент (ЄС) № 2015/847. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A32015R0847> (дата звернення: 30.03.2023).

3. Федеральний закон про банки та інші фінансові установи у Німеччині. URL: https://www.gesetze-im-internet.de/englisch_kwg/englisch_kwg.html (дата звернення: 30.03.2023).

4. Закон про банківську таємницю у Німеччині. URL: https://www.gesetze-im-internet.de/kwg_2016/_30.html (дата звернення: 30.03.2023).

5. Національний кодекс монетарних та фінансових установ Франції. URL: <https://www.legifrance.gouv.fr/codes/id/LEGIARTI000006353552/> (дата звернення: 30.03.2023).

6. Financial Services and Markets Act 2000. URL: <https://www.legislation.gov.uk/ukpga/2000/8/contents> (дата звернення: 30.03.2023).

7. Data Protection Act 2018. URL: <https://www.legislation.gov.uk/ukpga/2018/12/contents/enacted> (дата звернення: 30.03.2023).

8. Закон про банківську таємницю в Іспанії. URL: <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-2010-6737> (дата звернення: 30.03.2023).

ОСОБЛИВОСТІ ЗАХИСТУ ПРАВ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

Топоркова М.М., кандидат юридичних наук, доцент,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-3545-1448>

Конституція України гарантує кожному свободу літературної, художньої, наукової і технічної творчості, захист інтелектуальної власності, їхніх авторських прав, моральних і матеріальних інтересів, що виникають у зв'язку з різними видами інтелектуальної діяльності (ст. 54) [2].

В умовах боротьби із COVID-19, актуальними стали винаходи та корисні моделі, які лежать в основі лікарських засобів та вакцин. У цих умовах, було створено багато об'єктів авторського права, зокрема, лекції, промови, наукові статті, доповіді, які стосуються питань щодо даної хвороби.

Під час боротьби із збройною агресією, актуальним став розвиток оборонної сфери: створення нової зброї (винаходи, корисні моделі), створення комп'ютерних програм необхідних в оборонній сфері, наукових статей, промов (об'єктів авторського права); та розвиток духовності населення: створення художніх творів, музики, соціальної реклами, написання патріотичних пісень та картин (об'єкти авторського права та суміжних прав), тобто творів, які направлені на підтримання морального духу, патріотичного настрою в умовах війни.

Введення воєнного стану Указом Президента України № 64/2022 від 24 лютого 2022 року [4] передбачає обмеження конституційних прав і свобод людини і громадянина та прав і законних інтересів юридичних осіб на період дії особливого правового режиму задля проведення необхідних заходів необхідних для відвернення загрози, відсічі збройної агресії та забезпечення національної безпеки, усунення загрози небезпеки державній незалежності України, її територіальній цілісності. Стаття 55 Конституції України не входить до переліку конституційних норм, що гарантують права, які обмежується в період дії воєнного стану [2].

Отже, право кожного захищати свої права і свободи від порушень і протиправних посягань будь-якими не забороненими законом

засобами не обмежується в період воєнного стану. Відповідно до статті 10 Закону України «Про правовий режим воєнного стану», повноваження судів не можуть бути припинені, крім того, скорочення чи прискорення будь-яких форм судочинства забороняється. Але система судочинства зазнала змін під впливом військових дій – була змінена територіальна підсудність судових справ та введена дистанційна форма розгляду деяких справ [3].

Зміна територіальної підсудності та дистанційний розгляд справ не може в повній мірі забезпечити ефективний захист прав інтелектуальної власності. Захист прав інтелектуальної власності – це дії щодо попередження та припинення порушення прав на результати інтелектуальної, творчої діяльності людини або відновлення порушених прав. Військові дії на певних територіях країни можуть ускладнити реалізацію права на захист результатів інтелектуальної, творчої діяльності.

Стаття 26 Закону України «Про правовий режим воєнного стану» забороняє скорочувати чи прискорювати будь-які форми здійснення правосуддя в умовах воєнного стану [3].

Звернення до суду за захистом прав інтелектуальної власності є ефективним коли: сторонам необхідне імперативне рішення уповноваженого органу; сторони не можуть самостійно врегулювати конфлікт; є необхідність, щоб рішення поширювалось на необмежено коло осіб. Крім того, судовий захист прав інтелектуальної власності в період воєнного стану може бути не ефективним. До недоліків судового способу захисту можна віднести: довготривалість судового розгляду справи (розгляд справ у сфері інтелектуальної власності часто потребує залучення експерта, який би володів необхідними знаннями щодо специфіки об'єкта права інтелектуальної власності, а експертне дослідження вимагає часу); фінансова затратність судового розгляду; неможливість бути фізично присутнім на судовому засіданні або неможливість долучити необхідні докази через військові дії на певних територіях; рішення суду не зможе задовольнити обидві сторони, а тому при вирішенні спору судом, конфлікт може тривати або переростати в інший конфлікт та зачіпати більше коло осіб.

Альтернативне вирішення спору (ABC) у сфері інтелектуальної власності – це система способів захисту прав інтелектуальної власності, що ґрунтуються на договірних засадах та направлені на вирішення спору чи врегулювання конфлікту щодо прав на результати інтелектуальної, творчої діяльності. До способів альтернативного

вирішення спору відносять медіацію, врегулювання спору за участю судді, переговори, третейське судочинство, фасилітація та укладання мирової угоди [1]. Перелік способів АВС не є вичерпним, адже розвиток суспільної свідомості та розвиток інформаційних технологій дають можливість розвивати та розширювати систему АВС.

Дані способи є універсальними та гнучкими, тому їх можна ефективно та безперешкодно використовувати в умовах воєнного стану. Також способи АВС можуть бути легко переміщені в цифрове середовище.

Перевагами АВС як способів захисту прав інтелектуальної власності в умовах воєнного стану є: гнучкість, універсальність, менша фінансова та емоційна затратність, рішення прийняте за допомогою одного із способів АВС задовольнить обидві сторони, а значить виконання такого рішення забезпечать самі сторони. Недоліками захисту прав інтелектуальної власності за допомогою способів АВС є використання їх задля затягування процесу та відстрочення понесення відповідальності, а також договірний характер рішень, чим може скористатись недобросовісна сторона конфлікту.

Таким чином, кожна сторона самостійно обирає спосіб захисту своїх прав та інтересів, при чому держава має вжити заходів спрямованих на забезпечення доступності як до судового захисту так і до захисту прав інтелектуальної власності способами АВС та поінформованості населення щодо різноманітності способів захисту прав на результати інтелектуальної, творчої діяльності.

Бібліографічний список:

1. Альтернативні способи вирішення цивільних спорів за законодавством України: навчальний посібник / Верба-Сидор О.Б., Воробель У.Б., Грабар Н.М., Дутко А.О., Юркевич Ю.М.; за ред. канд. юрид. наук, доц. О.Б. Верби-Сидор. Львів: Львівський державний університет внутрішніх справ, 2021. 416 с.

2. Конституція України: Закон України від 28.06.1996 р. № 254к/96- ВР.
URL: <http://zakon3.rada.gov.ua>

3. Про правовий режим воєнного стану: Закон України від 12.05.2015 № 389-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/389-19#Text>

4. Про введення воєнного стану в Україні: Указ Президента України від 24.02.2022 № 64/2022.
URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/64/2022#Text>

РОЗВИТОК АГРОКЛАСТЕРНИХ СТРУКТУР В УКРАЇНІ: ІНСТИТУЦІЙНЕ ТА ОРГАНІЗАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

Трушкіна Н., кандидат економічних наук,
старший дослідник, докторант,
Науково-дослідний центр індустріальних проблем
розвитку НАН України, м. Харків, Україна
ORCID ID: <http://orcid.org/0000-0002-6741-7738>

Кластерна модель є дієвим інструментом забезпечення ефективного розвитку аграрного сектору в різних країнах світу та трансформації інноваційних екосистем, що визначено цілями застосування кластерного підходу. Про це свідчить передова практика Великобританії, Нідерландів, Фінляндії, Німеччини, Італії, Франції, Чехії, Литви, Польщі, Угорщини, Латвії, Естонії, Румунії тощо.

На даний час у країнах Європи діють різні види кластерних структур. За оцінками дослідників [1], у ряді окремих секторів і регіонів ЄС 33,3% фірм-учасниць кластерів продемонстрували зростання зайнятості на 10%, тоді як за межами кластерів таких результатів досягли лише 18,2% компаній.

У Звіті European Observatory for Clusters and Industrial Change за 2020 рік [2] наголошено, що кластери сприяють конкурентоспроможності економіки в Європі. Зазначено, що на 2950 регіональних промислових кластерів припадає майже кожне четверте робоче місце в Європі (61,8 млн робочих місць або 23,4 % загальної кількості зайнятих). У більшості з 51 експортних галузей економіки понад 50 % працівників зайнято саме у кластерних структурах. При цьому продуктивність у кластерах набагато вища за середню продуктивність. Це відповідає ефекту зростання продуктивності на 25 % порівняно з середнім рівнем. Продуктивність збільшується зі зростанням потужності кластера: у базових та середньопродуктивних кластерах рівень продуктивності на 10-15 % вищий за середній, а у високопродуктивних кластерах – більш ніж у 2 рази за середній (140 %).

Отже, у більшості європейських країн ефективно впроваджується кластерний підхід до управління розвитком економічних систем різного рівня у контексті реалізації інноваційної політики. При цьому формування кластерних структур в аграрному секторі є перспективним інструментом забезпечення розвитку національної та регіональних економік із мультиплікаційним ефектом.

Варто зазначити, що у довоєнний період в економічних районах України існував значний логістичний потенціал для створення й розвитку аграрних кластерних утворень, а також відповідні можливості й передумови для організації й забезпечення міжнародних логістичних процесів за допомогою цифрових технологій, інформаційних систем, мультимодальних перевезень і комбінування різних видів транспорту.

Разом з тим у результаті проведення попередніх досліджень [3-5] визначено ключові перешкоди для організації процесів логістичної діяльності суб'єктів господарювання в аграрній сфері в економічних районах України, які умовно систематизовано за 10 групами: політичні, інституційні, інвестиційно-фінансові, інфраструктурні, логістичні, тарифні, митні, інноваційні, інформаційні, екологічні.

Для усунення перелічених бар'єрів доцільно розробити Концепцію створення агрокластеру, яка має включати такі етапи:

1) Аналіз і діагностика належних умов формування кластеру (інституційних, організаційних, економічних, фінансових, інфраструктурних тощо): маркетингові дослідження та аналіз кон'юнктури регіональних ринків сільськогосподарської продукції; оцінювання спрямування діяльності кластера.

2) Розроблення механізму управління розвитком аграрного кластера: виявлення потенційних учасників кластера; визначення принципів функціонування кластера; визначення організаційно-правової форми кластера, розроблення положень і договорів про спільну діяльність; визначення кадрового потенціалу учасників кластера.

3) Формування кластерного утворення: науково-методичне обґрунтування й розроблення кластерної моделі організації логістичної діяльності; формування організаційної структури управління; визначення необхідного ресурсного забезпечення; розроблення механізму фінансового забезпечення; визначення норм і правил партнерської взаємодії між учасниками кластера.

4) Оцінювання очікуваного синергетичного (економічного, соціального, екологічного) ефекту від створення аграрної кластерної структури: оцінювання ефективності та регулювання стратегічного розвитку кластера.

Для дієвого впровадження механізму управління розвитком агрокластерів необхідним є створення належних інституційних, організаційних і фінансових умов, а саме:

– удосконалення нормативно-правового регулювання розвитку агропромислового комплексу, транспортної сфери та організації логістичної діяльності з урахуванням регіональної специфіки функціонування економічних районів;

– внесення змін і доповнень до Концепції створення кластерів в Україні, Стратегії регіонального розвитку до 2027 року і Планів заходів з їх реалізації на 2023-2025 роки щодо створення аграрних кластерних структур як суб'єкта господарювання;

– розроблення Стратегії комплексного розвитку аграрного сектору в економічних районах України, Концепції кластерної політики та Цільової програми “Формування та розвиток агрокластерів у регіонах України на 2023-2027 роки”, у яких необхідно передбачити створення кластерних структур як особливого виду об'єднань підприємств в аграрній сфері та з урахуванням регіональної складової;

– розроблення й реалізація організаційно-економічного та фінансового механізмів управління розвитком аграрного кластеру з використанням інструментів циркулярної економіки, зеленої логістики, цифрових технологій та інформаційних систем;

– розроблення Концепції розвитку критичної інфраструктури в умовах відновлення аграрного сектору у контексті стратегії повосенної розбудови та резильєнтності національної економіки України.

У подальших дослідженнях планується обґрунтувати концептуальні положення розвитку критичної інфраструктури в умовах відновлення аграрного сектору з позицій продовольчої безпеки.

Бібліографічний список:

1. Probst L., Monfardini E., Frideres L., Bohn N.U. European Cluster Excellence Scoreboard. Pilot Version. Luxembourg: European Union, PwC, Enterprise and Industry Directorate-General, 2012.

2. Hollanders H., Merkelbach I. European Panorama of Clusters and Industrial Change. Performance of strong clusters across 51 sectors and the role of firm size in driving specialisation. Luxembourg: European Commission, Publications Office of the European Union, 2020.

3. Кошкалда І.В., Прокопишин О.С., Трушкіна Н.В. Концептуальні засади створення інноваційних агрокластерів в умовах сталого розвитку національної економіки. *Науковий вісник Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу. Сер.: Економіка та управління в нафтовій і газовій промисловості*. 2022. № 1(25). С. 74-88. [https://doi.org/10.31471/2409-0948-2022-1\(25\)-74-88](https://doi.org/10.31471/2409-0948-2022-1(25)-74-88)

4. Прокопишин О.С., Трушкіна Н.В., Сербіна Т.В. Щодо організації зовнішньоекономічної логістичної діяльності аграрних підприємств в умовах війни. *Вісник економічної науки України*. 2022. № 1(42). С. 209-217. [https://doi.org/10.37405/1729-7206.2022.1\(42\).209-217](https://doi.org/10.37405/1729-7206.2022.1(42).209-217)

5. Kwilinski A., Nnatyshyn L., Prokopshyn O., Trushkina N. Managing the Logistic Activities of Agricultural Enterprises under Conditions of Digital Economy. *Virtual Economics*. 2022. Vol. 5. No. 2. P. 43-70. [https://doi.org/10.34021/ve.2022.05.02\(3\)](https://doi.org/10.34021/ve.2022.05.02(3))

МОТИВАЦІЙНІ МЕХАНІЗМИ РЕГУЛЯЦІЇ УПРАВЛІНСЬКОЇ КУЛЬТУРИ В ПУБЛІЧНОМУ АДМІНІСТРУВАННІ

Федотова К.І., здобувач вищої освіти*,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

Сучасний етап управління суспільством і державою складний, неоднозначний, до того ж перебуває і знаходиться на етапі серйозних змін українського соціуму в усіх сферах суспільного життя. Він потребує нових підходів модернізації управління, розуміння історично глибинних, найважливіших, вирішальних проблем управління та з'ясування ролі в цій стратегічній роботі управлінської культури. Шляхи розвитку й структурні зміни управління всіх рівнів торкнулися й державного управління, що поступово має трансформуватися в більш відкрите в діалозі з громадянським суспільством, має ставати публічним. Окреслені зміни й перетворення зумовлюють і сприяють процесам результативного підходу до проблем досліджень історії та сучасних напрямів формування, розвитку, осмислення управлінської культури [1].

Усвідомлюємо, що менеджер системи публічного адміністрування, який починає виконувати управлінську роботу, вже має деякі сформовані якості управлінської культури. Її формування, а надалі розвиток, становлення та утвердження відбуваються в різноманітних соціокультурних обставинах, соціальному оточенні, у відносинах із колегами, керівництвом, загалом соціумом. До того ж сучасні процеси формування управлінської культури мають як організований, так і стихійний характер. А власне від цих обставин істотно залежить професійна діяльність і робота публічного управління.

Ми розуміємо управлінську культуру як соціально-політичний та державно-управлінський феномен, навіть більше, вона в процесі свого історичного формування й розвитку структурувалася в самодостатній суспільно-державний інститут, який має вплив на управлінську політику державою, суспільством, різноманітними колективами, територіальними громадами [2].

* Науковий керівник – доктор педагогічних наук, професор В.М. Нагасв

Ефективне, а найголовніше, результативне управління повноцінно має забезпечувати, задовольняти, а також регулювати життєдіяльність суспільства, державних інституцій, органів місцевого самоврядування, інститутів громадянського суспільства, трудових колективів і т. ін. Окрім цього, важливо також говорити про помітний вплив важелів і принципів управління як практичної діяльності загалом на сприйняття й використання суспільних цінностей у процесі самого управління. Адже здорові цінності тільки сприятимуть результативній практичній роботі управлінців різних рівнів. Такими цінностями можуть виступати: освіта; професіоналізм і компетентність у роботі; управлінські знання і навички; здорова, повноцінна сім'я; сформований світогляд; толерантність і людяність; принциповість; повага до свого колективу; комунікабельність; справедливість вирішення спірних питань; поведінкові ефекти тощо.

Сучасні реалії актуалізують розуміння й успішного вирішення проблем значимості управлінської культури управлінців місцевого самоврядування. В умовах децентралізації влади дедалі більше зростає роль професійного підходу до управління на місцевому рівні. Тут потрібно зауважити, що місцева влада – це єдиний механізм влади державної. Від їх взаємодії істотно залежить ефективний розвиток регіонів, міст, територіальних громад тощо. У практичному житті органи місцевого самоврядування не завжди готові до нових складних викликів сучасності. Саме в цьому проявляється не сформованість управлінської культури керівників і управлінців на місцях. Тому констатуємо щодо загальних якостей та ознак управлінської культури: управлінці місцевого самоврядування мають формувати в себе глибокі знання і практичні навички вирішення місцевих соціальних, побутових, культурних тощо проблем, знати конкретні насувні питання пересічних простих людей, допомагати їм, не займатися політикою та маніпуляціями, а реально впроваджувати місцеві соціальні, економічні, культурні, бізнесові реформи і програми.

У цій роботі одне з найвагоміших значень набуває мотивація управлінця, адже вона формує світобачення людини, її ставлення до оточуючого середовища, ставлення до людей і власне відповідальність за свої управлінські дії. Мотиваційне забезпечення персоналу – одна з найбільш актуальних тем наукових досліджень. Мотивація - це внутрішнє спонукання персоналу до виконання своєї роботи, досягнення виробничих цілей. Стимулювання персоналу – це використання зовнішніх чинників, що змушують працівника працювати ефективно й підвищувати свою результативність [3].

Для побудови ефективної системи публічного управління та адміністрування шляхом мотиваційного забезпечення пропонуємо наступні напрями: 1) постійне підвищення освітнього та культурного рівнів працівників; 2) розвиток вторинних потреб персоналу (у моральному задоволенні, творчості, самовираженні та ін.); 3) здійснення активного моніторингу цільових інтересів та ціннісних орієнтацій персоналу для подальшого відображення мотиваційного впливу; 4) формування високих соціально-психологічних якостей особистості працівника; 5) активізація процесів децентралізації управлінського впливу; 6) проведення постійних соціологічних досліджень із визначення мотиваційних потреб та інтересів працівників.

У цій роботі одне з найвагоміших значень набуває освіта управлінця, адже вона формує світобачення людини, її ставлення до оточуючого середовища, ставлення до людей і власне відповідальність за свої управлінські дії. Ми виділяємо такі, на нашу думку, найбільш важливі особливості освіти, які мають вплив на управлінську культуру (як нам видається, їх необхідно надалі досліджувати й знаходити нові моделі й форми):

- освіта виступає основою формування цінностей як суспільства, так і окремої людини, саме через освіту вона самостверджується й здобуває право на більш високий соціальний статус у суспільстві;

- освіта формує цінності управлінців, які беруть на себе відповідальність за управління державою та вирішення суспільних проблем;

- освіта виступає консолідуючим чинником, що об'єднує громадянське суспільство, владу та бізнес, що своєю чергою призводить до підвищення рівня демократії та подолання конфліктів між вище зазначеними інститутами;

- освіта є основою формування людського капіталу, який спроможний прискорювати розвиток держави і суспільства;

- освіта виступає фундаментом економічної, політичної, соціальної та військової могутності держави через формування цінностей суспільства та людського капіталу;

- освіта сприяє розбудові громадянського суспільства, що призводить до підвищення рівня демократії та дієвої свідомої участі громадян у процесах прийняття рішень;

- освіта є одним із чинників сприяння сталому розвитку держави;

- освіта виступає дієвим засобом управління суспільством та суспільною свідомістю на користь держави.

Усе це наводить на думку, що освіта має виступати провідним мотиваційним чинником формування й утвердження управлінської культури у сфері публічного управління та адміністрування.

Бібліографічний список:

1. Занюк С. Психологія мотивації. Київ: Либідь, 2002. 304 с.
2. Професіоналізація державної служби / Л.Г. Штика, Н.О. Бондарчук, Л.М. Гогіна та ін. Київ: НАДУ, 2008. 36 с.
3. Liliia V. Honiukova, Vitaliy I. Dokash, Volodymyr V. Perzhun, Nadiia O. Chyrkova. Educational Imperatives of the Administrative Culture in Ukraine: An Empirical Approach. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*. Volume 12, Issue 10, 2020. P. 54-66.

УДК: 346.5:005.591.6(477)

ІНСТИТУЦІЙНЕ ТА ОРГАНІЗАЦІЙНО-ПРАВОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАБІЛІЗАЦІЇ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ

Хуснутдінов Р.Р., здобувач вищої освіти *,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

Інституційне та організаційно-правове забезпечення стабілізації розвитку соціально-економічних систем - це система заходів та політик, спрямованих на забезпечення стійкості та стабільності функціонування соціально-економічних систем.

Одним з ключових елементів інституційного забезпечення стабілізації розвитку соціально-економічних систем є належна регуляторна політика.

Організаційно-правове забезпечення стабілізації розвитку соціально-економічних систем передбачає встановлення необхідних механізмів управління, контролю та координації функціонування цих систем. Це може включати у себе створення спеціальних органів державного управління, які здійснюватимуть моніторинг та аналіз розвитку соціально-економічних систем, розробку та впровадження стратегій розвитку, а також здійснення регулятивних функцій для забезпечення стійкості та стабільності цих систем.

* Науковий керівник – кандидат економічних наук, доцент М.М. Майборода

Крім того, інституційне та організаційно-правове забезпечення стабілізації розвитку соціально-економічних систем передбачає наявність механізмів захисту від ризиків та небезпек, які можуть виникнути під час функціонування цих систем.

Усі ці заходи та механізми повинні бути підтримані відповідним правовим та регуляторним середовищем. Необхідно забезпечити відповідність законодавства та нормативно-правових актів сучасним реаліям розвитку соціально-економічних систем.

Крім того, інституційне та організаційно-правове забезпечення стабілізації розвитку соціально-економічних систем передбачає залучення до цього процесу різних зацікавлених сторін, таких як державні та місцеві органи влади, бізнес-структури, громадські організації та населення.

Узагальнюючи, інституційне та організаційно-правове забезпечення стабілізації розвитку соціально-економічних систем є важливою складовою ефективного управління соціально-економічним розвитком країни. Це дозволяє забезпечувати стійкість та стабільність функціонування різноманітних соціально-економічних систем, забезпечувати їх розвиток та відповідати на виклики, які ставлять перед ними сучасні реалії.

Для ефективного інституційного та організаційно-правового забезпечення стабілізації розвитку соціально-економічних систем необхідно забезпечити прозорість, відкритість та взаємодію між різними суб'єктами управління.

Це можна зробити шляхом створення відкритих механізмів та інструментів для залучення громадськості, бізнесу та інших зацікавлених сторін до процесу прийняття рішень. Також важливим є забезпечення свободи слова та доступу до інформації для всіх суб'єктів управління.

Крім того, необхідно створити ефективну систему контролю та моніторингу за процесами розвитку соціально-економічних систем, що дозволить оперативно виявляти та вирішувати проблеми та виклики, які можуть виникнути.

Успішна реалізація інституційного та організаційно-правового забезпечення стабілізації розвитку соціально-економічних систем передбачає не лише наявність відповідних законів та регуляторних актів, але й їх ефективне виконання та дотримання.

Отже, наступним важливим етапом для інституційного та організаційно-правового забезпечення стабілізації розвитку соціально-економічних систем є розробка та впровадження стратегій та планів розвитку. Вони мають бути розроблені на основі аналізу сильних та

слабких сторін регіону, урахування глобальних трендів та технологічних викликів.

У процесі реалізації стратегій та планів розвитку, необхідно забезпечити ефективне взаємодію між різними секторами економіки, а також взаємодію між різними рівнями управління. Крім того, важливим є забезпечення розвитку людського капіталу, що дозволить забезпечити високий рівень професійної компетентності населення та підвищити якість життя.

У процесі реалізації стратегій та планів розвитку необхідно також враховувати соціальні та екологічні аспекти розвитку, щоб забезпечити сталість та довгострокову перспективу.

Одним з ключових елементів інституційного та організаційно-правового забезпечення стабілізації розвитку соціально-економічних систем є створення сприятливого інвестиційного клімату. Для цього необхідно забезпечити стабільність законодавчого та регуляторного середовища, створити ефективну систему захисту прав інвесторів та підтримки підприємництва, а також забезпечити доступ до ресурсів та інфраструктури для розвитку бізнесу.

Для підвищення ефективності державного управління та забезпечення координації різних зацікавлених сторін, можуть бути створені спеціальні інституції, такі як регіональні агентства розвитку, координаційні ради, комітети та інші. Вони можуть бути відповідальні за розробку та координацію реалізації стратегій та планів розвитку, сприяння інвестиційному привабливості регіону та підтримку підприємництва.

Крім того, важливим елементом інституційного та організаційно-правового забезпечення стабілізації розвитку соціально-економічних систем є забезпечення прозорості та відкритості управління. Це дозволить забезпечити ефективний контроль за діяльністю управлінських структур, забезпечити доступ до інформації для громадськості та зацікавлених сторін, а також підвищити довіру до влади.

Для успішної стабілізації розвитку соціально-економічних систем необхідно враховувати специфіку кожної конкретної системи, зокрема її галузеву структуру, рівень розвитку, наявність інфраструктури, наявність та доступ до ресурсів та інше.

Для досягнення мети стабілізації розвитку соціально-економічних систем, необхідно залучити всі зацікавлені сторони до процесу прийняття рішень та реалізації стратегій розвитку. До таких сторін можуть належати урядові та недержавні організації, бізнес-спільнота, академічний та науковий сектор, громадськість та інші.

Отже, інституційне та організаційно-правове забезпечення стабілізації розвитку соціально-економічних систем є складним та багатограним процесом, який включає в себе різноманітні заходи, такі як забезпечення інвестиційного клімату, ефективне державне управління, створення спеціальних інституцій, підвищення прозорості та відкритості управління та інше, та який вимагає взаємодії різних зацікавлених сторін та підходу, спрямованого на досягнення загальної мети - створення стійкої та стабільної соціально-економічної системи.

Бібліографічний список:

1. Закон України «Про основи національної безпеки»: Закон України № 964IV від 19 черв. 2003 р. URL: <http://zakon.rada.gov.ua>
2. Безпека регіонів України і стратегія її гарантування / Б.М. Данилишин, А.В. Степаненко, О.М. Ральчук та ін.; за ред. д-ра екон. наук, проф., чл.-кор. НАН України Б.М. Данилишина. К.: Вид-во «Наук, думка». 2008. Т. 1. 392 с.
3. Левчук О.В. Економічна безпека України в контексті глобалізаційних викликів. *Економіка і суспільство*. 2017. Вип. № 8. С. 59-64.

УДК: 343.54

ЩОДО ПРОБЛЕМИ ЕКОНОМІЧНОГО НАСИЛЬСТВА У СУЧАСНОМУ КРИМІНАЛЬНОМУ ПРАВІ

Шинкарьов Ю.В., кандидат юридичних наук, доцент,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-1173-7975>

На даний момент кримінальне право та, відповідно, законодавство України знаходиться на стадії реформування і це є загальновідомим. Процес еволюції його викликаний декількома причинами і однією з них є обраний українським суспільством вектор євроінтеграційного розвитку. Намагаючись привести структуру і зміст національного законодавства до європейських стандартів, законотворець доповнює Кримінальний кодекс України новими інститутами і субінститутами права – невідомими до певного часу сучасній доктрині кримінального права, але абсолютно відомими, зрозумілими і вдало застосованими у країнах Європи. Новелізація в повній мірі торкнулася і кримінально-правового понятійного апарату.

Однією з новел, що з'явилися у сучасному Кримінальному кодексі України під впливом вищезазначених процесів – стала ст. 126-1

«Домашнє насильство». Відправною точкою для такої новелізації стало підписання у 2011 р. Стамбульської конвенції, після чого було прийнято низку законів, які внесли зміни в Кримінальний і Кримінальний процесуальний кодекси України тощо.

Безумовно позитивним моментом вказаної норми є те, що вона не тільки передбачає відповідальність за різноманітні прояви домашнього насильства, а й визначає його дефініцію. Так, у статті 126-1 КК України зазначається: «Домашнє насильство, тобто умисне систематичне вчинення фізичного, психологічного або економічного насильства щодо подружжя чи колишнього подружжя або іншої особи, з якою винний перебуває (перебував) у сімейних або близьких відносинах, що призводить до фізичних або психологічних страждань, розладів здоров'я, втрати працездатності, емоційної залежності або погіршення якості життя потерпілої особи». Вищенаведене визначення домашнього насильства щодо власного змісту викликає інтерес у сучасних науковців і певну кількість запитань у правозастосовників. І здебільшого це стосується змісту об'єктивної сторони цього правопорушення. Так, об'єктивна сторона вказаного правопорушення полягає у: умисному систематичному вчиненні фізичного, психічного або економічного насильства ... що призводить до фізичних або психологічних страждань, розладів здоров'я, втрати працездатності, емоційної залежності або погіршення якості життя потерпілої особи. Проблематика фізичного та психічного насильства є достатньо глибоко розробленими у науці сучасного кримінального права. Явище економічного насильства – стало абсолютною новелою (у певний час) для українського законодавства про кримінальну відповідальність. При чому воно є формою вчинення виключно домашнього насильства. У сучасній правовій літературі воно також не знайшло свого належного розгляду із однозначним вирішенням питання його змісту.

В окремих публікаціях зазначається, що економічне насильство полягає у: контролі над фінансами іншої людини без її згоди; обмеженні доступу іншої людини до користування спільною власністю, маніпуляції правом власності як перевагою одного члена сім'ї над іншим; погрозі жертві втратити кошти, власність чи особисті речі у разі непослуху; обмеженні права людини на навчання та працю; примушенні до заняття проституцією, жебрацтвом, крадіжкам; викраданні у жертви майна, коштів чи документів; примушенні передати право власності на рухоме та нерухоме майно жертви; приниженні жертви та психологічному тиску через перевагу у матеріальній власності; маніпулюванні думками та бажаннями жертви способом відбирання у неї матеріальних ресурсів та їжі [1]. Слід

зазначити, що вказаний перелік є більш, ніж суперечливим. Окремі з цих діянь можуть підпадати під ознаки інших кримінальних правопорушень, інші, як здається, не володіють необхідним рівнем суспільної небезпечності для того, щоб їх вчинення вважалося окремим кримінальним правопорушенням. Окремі вчені на теоретико-правовому рівні звужують зміст економічного насильства зазначаючи: «що економічне насильство пов'язане із позбавленням або обмеженням права користування економічними ресурсами: майном, грошима; накладанням майнових зобов'язань; переведенням на потерпілого грошових зобов'язань; заборонаю працевлаштування, що позбавляє жертву в подальшому можливості самореалізації та як наслідок може потягти за собою психічні страждання та зниження психічної стабільності, що вже свідчить про психологічне насильство тощо» [2, с. 78]. При цьому, законодавець передбачає економічне насильство як альтернативу іншим діянням, передбаченим диспозицією статті. Тобто відповідно до конструкції складу кримінального правопорушення передбаченого ст. 126-1 КК України – економічне насильство не вимагає обов'язкового посидання ані з фізичним ані з психічним насильством. Але, аналіз практики притягнення до кримінальної відповідальності доводить інше. В процесі дослідження практики призначення покарання було виявлено відсутність фактів притягнення осіб до кримінальної відповідальності виключно за вчинення економічного насильства [3]. Неоднозначність правового тлумачення змісту економічного насильства, проблематика його взаємодії з іншими видами насильства (фізичним та психічним) та проблемність правозастосування в цьому ракурсі дозволяє говорити про необхідність подальшого удосконалення чинного законодавства для максимальної і реальної протидії такому суспільно небезпечному явищу, як домашнє насильство.

Бібліографічний список:

1. Економічне насильство: ознаки та засоби протидії. URL: <https://www.dk.od.ua/news/ekonomichne-nasilstvo-oznaki-ta-zasobi-protidiji>
2. Данилюк А.Д. Економічне насильство в сім'ї: види та причини застосування. *Правова держава*. 2023. № 41. С. 76-82 URL: <http://pd.onu.edu.ua/article/view/225586/226547>
3. Шинкарьов Ю.В. Щодо феномену економічного насильства. Кримінальна політика Європейського Союзу та України: проблеми інтеграції. Збірник тез науково-практичної інтернет-конференції (28 листопада 2022 року, Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна, юридичний факультет). Харків, ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2022. С. 71-74.

FOREIGN EXPERIENCE OF GOVERNMENT AND PUBLIC SERVICES

Olha Podolska, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
State Biotechnological University, Kharkiv, Ukraine
ORCID ID: <http://orcid.org/0000-0001-9768-6173>

Iryna Shchechenko, student,
State Biotechnological University, Kharkiv, Ukraine

The provision of services is an essential component of the implementation of state-authority powers of executive authorities. The new paradigm of public administration today defines service provision as the main component of the professional activities of civil servants. However, currently in the field of public administration there are a number of uncertainties that appear at the stage of forming the list of services provided by specific state bodies. In particular, Ukrainian legislation regulates the provision of public services through several legal acts, but does not provide a complete and unified list of public services provided to Ukrainian citizens, nor does it include a general definition of services [1-2].

Today, the problem of classification of services attracts more and more attention of scientists and practitioners. Therefore, the issue of standardizing the conceptual apparatus and classification of services remains relevant to this day in Ukraine, the provision and improvement of the quality of services are related to fundamental issues regarding the relationship between the state and citizens. Therefore, the Development Strategy of our country is aimed at improving the welfare of citizens, including the provision of quality services, which requires the creation of legislative, organizational and economic foundations.

Thus, today, in all democratic countries, the provision of public services by the authorities is considered to be an essential part of public administration, the fundamental principles of democracy, the rule of law and human liberties [2-3].

As the analysis convincingly proved, the elements of foreign experience in organizing public services in cities with district divisions, if implemented in Ukraine, will significantly increase the level and quality of services provided in similar Ukrainian cities. Their implementation will limit the elements of corruption, allow for open and transparent service delivery,

and reduce the time spent on service delivery. The algorithm for implementing such norms in practice includes the following [1-4]:

1. Amendments to Art. 12 of the Law of Ukraine "On Administrative Services" regarding the establishment of unified Centers for Administrative Services with territorial divisions in cities with district division.

2. Amendments to the Regulations on the Center and its Rules of Procedure.

3. Adoption of the relevant decision by local self-government bodies on a unified list of services provided by the Center and its territorial subdivisions.

The studied experience of foreign countries in the field of public service provision in territorially divided cities allows us to reach the following conclusions: public service provision should be carried out by special institutions - centers for the provision of public services that have territorial branches, the activity of such centers should be based on the principle for which services are provided in one premises according to the principle of organizational unity, or directly by the administrator of such a center, the provision of services to the population is carried out in accordance with the standards of the provision of public services, according to which the components of service quality are determined.

The author has substantiated the approaches to adapting the best foreign experience of organizing the provision of public services in cities with rayon division, namely [4]:

– the availability of a software product that unifies services and enables decentralization of services;

– adherence to a single standard and quality of service provision, which is achieved by centralizing the management of service provision in cities with a division into territories;

– the complex side of the organizational process depends on the effective organization of the work of front offices on the qualification level of the staff - administrators working in front offices;

– management of the corps of administrators in order to respond in a timely manner to problematic issues in the offices and relocate administrators to those offices where there is a need for more of them (seasonal services or specifics of the territory);

– adequate financing.

Literature:

1. Гринько А.А. Органи місцевого самоврядування як суб'єкт надання адміністративних послуг. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету: зб. наук. пр. Серія: Юриспруденція.* 2018. № 7. С. 160-163.

2. Богомолова К.С., Краля В.Г., Подольська О.В. Публічне адміністрування та процес прийняття управлінських рішень. *Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка: Економічні науки*. Харків: ХНТУСГ. 2017. Випуск 188. С. 66-74.

3. Подольська О.В., Богомолова К.С., Краля В.Г. Громадянське суспільство та його формування в сучасних умовах. *Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка: Економічні науки*. Харків: ХНТУСГ. 2018. Випуск 193. С. 157-166.

4. Даньшина Ю.В. Розвиток механізмів надання адміністративних послуг в Україні: дис. . канд. наук з держ. упр.: 25.00.02. Запоріжжя, 2013. 225 с.

Секція

*Планування,
прогнозування,
облік та контроль
в управлінні
розвитком соціально-
економічних систем*

ІНСТРУМЕНТАРІЙ УПРАВЛІНСЬКОГО КОНТРОЛЮ СТАЛОГО АГРОБІЗНЕСУ

Крюкова І.О., доктор економічних наук, професор,
Одеський державний аграрний університет, м. Одеса, Україна
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-0577-6364>

Поява та активна імплементація концепції сталого розвитку у сучасному бізнесі відіграє провідну роль у досягненні глобальних цілей сталого розвитку суспільства та забезпеченні добробуту теперішніх і наступних поколінь. Бізнес і споживачі активно змінюють поведінку на соціально відповідальну у частині екологічних, соціальних та економічних аспектів розвитку. Завдяки пошуку та досягненню балансу між фінансово-економічними пріоритетами та завданнями сталого розвитку суспільство формує потенціал свого майбутнього існування. Розуміння цих засад та їх імплементація у практичну діяльність компаній віддзеркалюється у зміні стратегічних пріоритетів і місії бізнесу, прийнятих управлінських рішень та звітності, яка супроводжує процес управління. Проактивний стиль менеджменту, орієнтований на досягнення цілей сталого розвитку, вимагає інтеграції двох площин інформаційно-аналітичного забезпечення: зовнішньої (із інформацією про зовнішню перспективу) та внутрішньої (орієнтованої на розкриття інформації про сталий розвиток та його результативність). Найважливішим інструментом як зовнішньої перспективи, так і внутрішньої, постає управлінський контроль досягнення поставлених перед бізнесом цілей і завдань.

У світовій практиці дієвим інструментом управлінського контролю сталого розвитку компанії є системи контролю SMCT, RBV [1], система збалансованих показників (BSC), системи показників управління вартістю брендів та іміджевого капіталу тощо.

Система управлінського контролю SMCT є системою стратегічних контрольних індикаторів, які дозволяють задовольняти інформаційні потреби менеджменту та власників бізнесу про основні результати діяльності у контексті сталого розвитку. Система дозволяє формувати дані, які є необхідними для удосконалення процесів підтримки управлінських рішень, підвищує рівень надійності та прозорості інформації про бізнес компанії та сприяє її інтеграції у зовнішнє середовище.

Система контролю RBV у сучасному менеджменті дозволяє концентруватись на внутрішніх питаннях та ефективно управляти унікальними для кожного бізнесу власними внутрішніми корпоративними ресурсами (нематеріальні активи, персонал, інновації). Внутрішньокорпоративна система контролю орієнтована на мінімізацію та превентивний захист цих активів від ризиків і загроз, які потенційно може формувати перехід компанії на засади сталого розвитку.

За сучасної практики управління стійкість може розумітись як стратегічний нематеріальний актив компанії, який спроможний створювати суспільний корисний ефект та конкурентні переваги для бізнесу. Водночас, імплементація засад сталого розвитку у практичну площину менеджменту – це завжди ризики, мінімізувати та попередити які має система внутрішнього управлінського контролю [2]. Виключно тісним є зв'язок контролю сталого агроменеджменту є із корпоративною соціальною відповідальністю, яка, за своїм змістом, є формою реалізації цілей сталого розвитку.

Контроль управління стійкістю – функція менеджменту, яка на даний час проходить практичну апробацію та формує підґрунтя теоретичного і методичного супроводження. Тісним є зв'язок контролю сталого менеджменту із обліково-інформаційною підсистемою управління, діагностикою, аналізом, оцінкою, аудитом, управлінським обліком, звітністю та консалтингом. Архітектура управлінського контролю сталого менеджменту вибудовується на основі пошуків варіантів оптимального поєднання у межах єдиної системи інструментів, важелів та методів контролю, підсистем його інформаційного, організаційно-технічного і методичного забезпечення. Винятково важливим є складова ідентифікації та оцінки ризиків сталого господарювання. Виключне значення має також система внутрішньофірмових контрольних індикаторів сталого розвитку та бюджетів досягнення поставлених цілей і завдань. У значній мірі наявність таких інструментів і складових системи внутрішнього контролю визначається рівнем корпоративної культури компанії та наявним фінансовим потенціалом. За дослідженнями, проведеними серед аграрних підприємств середнього та малого бізнесу, було виявлено, що у переважній частині статистичної вибірки на агропідприємствах відсутня контрольна служба та її фахівці. Функції контролю, як правило, є суміщеними з виконанням інших посадових обов'язків. Величезною проблемою сьогодення є фактична втрата потенціалу планування, прогнозування, економічної оцінки і діагностики на рівні корпоративного управління, які формують інформаційний базис для системи управлінського контролю.

Дослідження свідчать, що цілі і завдання сталого розвитку є важливими і зрозумілими для менеджменту і персоналу аграрних формувань, проте, фактичний фінансовий потенціал не дозволяє більшості агропідприємств долучатись до активної практики сталого господарювання. Виключення становлять великі агрокомпанії, у яких цілі сталого розвитку домінують у пріоритетах управління, а контроль за ступнем їх досягнення вже є чітким внутрішнім відпрацьованим механізмом.

Реалізація цілей сталого агроменеджменту потребує розробки інклюзивних моделей управління, які, відповідно, передбачають формування інклюзивних систем і механізмів контролю. Прикладами таких моделей є модель внутрішнього управлінського контролю LeadSUS, ка передбачає збір та оцінку 23 ключових аспектів сталого розвитку компанії та дозволяє визначити ступінь прогресу у досягненні завдань сталого розвитку.

За сучасних умов активної діджиталізації суспільних, економічних та управлінських процесів, з'являються нові інструменти управлінського контролю сталого розвитку [3]. Серед таких інструментів – нові програмні продукти, які базуються на хмарних технологіях та штучному інтелекті. Такі програмні продукти володіють функціоналом пропонувати варіанти комплексних рішень на основі оперативної та повної обробки даних. Управлінські інформаційні системи і технології сталим розвитком на даний час пропонують багато варіантів перспективних програмних продуктів, серед яких: Persefoni, Workiva, Novata, Quentic, Cority та ряд інших, застосування яких формує передумови підвищення рівня організації та результативності управлінського контролю у суб'єктах господарювання.

Бібліографічний список:

1. Gunarathne, N., Samudrage, D., Wijesinghe, D.N., Lee, K.H. (2016). Fostering social sustainability management through safety controls and accounting: a stakeholder approach in the mining sector. *Accounting Research Journal*, 29, 179-197.

2. Vlasenko, T., Hatsko, A., Larina, T., Hryn, Ye., Streimikiene, D., Balezentis, T. (2019). Fuzzy evaluation of change management processes in the context of enterprise sustainability. *Sustainability*, 11(22), 6310. <https://doi.org/10.3390/su11226310>

3. Красноручський О.О., Руденко С.В. Обліково-аналітичне забезпечення управління економічним потенціалом аграрних підприємств. *Актуальні проблеми сучасного бізнесу: обліково-фінансовий та управлінський аспекти*. матеріали I Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції (19-21 березня 2019 р.). Ч. 1. Львів: ЛНАУ, 2019. С. 224-226.

СТРАТЕГІЧНЕ ПЛАНУВАННЯ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ: СУТНІСТЬ, МОДЕЛІ, НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ

Гуторова О.О., кандидат економічних наук, доцент,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-4705-5482>

Купріянов О.С., здобувач вищої освіти,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

Стратегічне планування – це унікальний процес управління як великомасштабними соціально-економічними системами, так і локальними - виробничими, територіальними.

Стратегічне планування розвитку сільських територій має бути покладено в основу всієї системи стратегічного планування з урахуванням масштабів країни та необхідності забезпечення їх економічного розвитку [1]. Водночас вона має стати інструментом визначення нової ролі та підвищення значення функціонування сільських населених пунктів на принципах, визначених законодавством про місцеве самоврядування [2].

У контексті цілей децентралізації стратегічне планування на місцевому рівні має на меті зробити процес місцевого самоврядування більш ефективним, відкритим та зрозумілим для мешканців громади, забезпечити участь громадськості у прийнятті рішень та контролі за діяльністю влади [3]. Розробка та реалізація стратегій у територіальних громадах базується на низці нормативно-правових актів: від законів України до конкретних рекомендацій [4].

Специфіка стратегічного планування розвитку сільських територій визначається особливостями не тільки бінарного об'єкта дослідження (процесу стратегічного планування та сільських територій України), а й агропромислового комплексу.

На основі аналізу соціально-економічних об'єктів визначена специфіка сільських територій та особливості процесу стратегічного планування розвитку сільських територій. Врахування специфіки функціонування сільських територій у процесі планування їх розвитку вимагає визначення сукупності відповідних викликів і загроз, тісно пов'язаних із соціально-економічними тенденціями [5].

Стратегічне планування розвитку сільських територій являє собою комплекс адаптивних механізмів, заснованих на трансформації

процесів і реалізації проектів, спрямованих на забезпечення продовольством населення країни, способу і якості життя сільського населення.

З позиції розгляду ролі і значення стратегічного планування розвитку сільських територій необхідно звернути увагу на те, що в основі цього процесу лежать сільські поселення. Саме усвідомлення і прийняття населенням, органами місцевого самоврядування сільського поселення змісту стратегічного планування дозволяє визначити його роль і значення як в економічних і соціальних відносинах, так і в політичних.

У ході досліджень було визначено і доповнено перелік моделей стратегічного планування розвитку сільських територій, складених на основі класифікації форм і типів. Коротка характеристика моделей стратегічного планування розвитку сільських територій. 1) Ідеалістична – формує образ бажаного майбутнього, незалежний від наявної ресурсної бази. Відображає створення якісно нових соціально-економічних відносин між суб'єктами економіки і управління, що визначають якість життя в сільській місцевості. 2) Трансформуюча – в якості мети вона передбачає якісну зміну частини соціальних і економічних відносин, норм регулювання формального і неформального регулювання. 3) Розвиваюча – включає заходи, що формують основу сталого розвитку сільських територій та сільськогосподарського виробництва. Пріоритет принципів бережливого управління та єднання з природою. 4) Перетворювальна – спрямована на зміну господарської спеціалізації сільських територій або їх географічного населення; конкурентна – розвиває сільську місцевість шляхом формування та підтримки добросовісної конкуренції в усіх сферах життя. 5) Відтворювальна – встановлює вимогу забезпечення простого і розширеного відтворення як населення, так і сільськогосподарського виробництва. 6) Корегуєча – застосовує «м'які» соціально-економічні інструменти впливу на комплекс відносин, спрямовує на коригування соціально-психологічної, економічної практики в сільській місцевості для попередження кризових ситуацій. 7) Підтримуюча – визначає напрями, механізми та інструменти забезпечення функціонування та розвитку сільських територій країни. 8) Проблемна – спрямована на вирішення конкретної соціально-економічної проблеми. Можливий як антикризовий, так і розвиваючий характер. 9) Локальна – складається з проєктів, важливих для підтримки соціально-економічної стабільності конкретного сільського району. Може носити антикризовий характер.

Застосування конкретної моделі стратегічного планування розвитку сільських територій залежить від ресурсних можливостей, рівня викликів і загроз, відповідь на які визначається документом стратегічного планування. Моделі стратегічного планування розвитку сільських територій ранжуються за ступенем трансформаційного впливу на об'єкт управління – сільську місцевість. У процесі стратегічного планування розвитку сільських територій може застосовуватися одночасно кілька моделей.

При оцінці ефективності стратегічного планування можна виділити два методологічних підходи: 1) оцінка ефективності процесу стратегічного планування в процесі стратегічного планування; 2) оцінка ефективності процесу стратегічного планування після завершення процесу стратегічного планування за його результатами.

При такому підході використовуються такі параметри, як: формування команди, участь стейкхолдерів у заходах стратегічного планування, використання правильних інструментів стратегічного планування, достатність часу на роботу з інструментами, наявність необхідних компетенцій у учасників процесу стратегічного планування, експертна складова заходу та її врахування в процесі стратегічного планування, рівень методологічного і дидактичного матеріалів, а також рівень доступності участі в заходах стратегічного планування.

Удосконалення методики оцінки ефективності стратегічного планування розвитку сільських територій з урахуванням сучасних трансформаційних тенденцій в агроекономічній сфері можливе в рамках її застосування органами управління агропромислового комплексу та стратегічного планування, у тому числі за такими напрямками: оновлення нормативного коефіцієнта ефективності інвестицій у сільське господарство, пов'язане з цифровою трансформацією як агропромислового комплексу, так і державного управління, цифровізацією суміжних секторів економіки; підвищення якості державної статистики, в тому числі формування системи збору та аналізу об'єктивних даних про функціонування агропромислового комплексу та сільських територій.

Одним з етапів підготовки документа стратегічного планування є SWOT-аналіз, який ґрунтується на співставленні сильних та слабких сторін організації, потенційних можливостей для бізнесу та загроз із зовнішнього середовища.

У ході дослідження розроблено науково-практичні рекомендації щодо удосконалення стратегічного планування розвитку сільських територій, що передбачають використання аналізу зміни клімату та прогнозу клімату в процесі планування; зниження людського фактору

при зборі та обробці аналітичної інформації; розробку алгоритму, інструкцій та стандарту здійснення стратегічного планування розвитку сільських територій; аналіз кращих практик організації функціонування сільських територій та використання найкращих доступних технологій у сільськогосподарському виробництві; залучення експертів-практиків.

Через засоби масової інформації та соціальні мережі необхідно залучати місцеве населення до обговорення змісту документа стратегічного планування розвитку сільських територій і формування громадської підтримки за принципом врахування думки абсолютної більшості.

Місія територіальної громади – це її головне призначення, чітко сформульована причина її існування, які і формують основні напрями та орієнтири її діяльності. На практиці місія формується у процесі пошуку відповіді на запитання про те, яким бізнесом передбачають займатися підприємницькі структури, що розташовані в межах територіальної громади.

Механізм реалізації науково-практичних рекомендацій щодо удосконалення стратегічного планування розвитку сільських територій передбачає: залучення фахівців метеорологічної служби до складу команди розробників; створення системи об'єктивного моніторингу функціонування сільських територій та сільськогосподарського виробництва; формування довідника передового досвіду організації функціонування сільської території та використання найкращих доступних технологій у сільськогосподарському виробництві; організація обговорення проєктів документів стратегічного планування на порталі послуг територіальної громади.

Бібліографічний список:

1. Методичні рекомендації щодо порядку розроблення, затвердження, реалізації, проведення моніторингу та оцінювання реалізації стратегій розвитку територіальних громад. Міністерство розвитку громад і територій України. URL: <https://www.minregion.gov.ua/wp-content/uploads/2022/12/metodychni-rekomendacziyi-.pdf>

2. Гадало Я.М., Лузан Ю.Я. Удосконалення державного управління розвитком аграрного сектору економіки та сільських територій України. *Економіка АПК*. 2020. № 11. С. 6-18. URL: <https://doi.org/10.32317/2221-1055.202011006>

3. Довженко В.А., Войтенко А.Б., Плотнікова М.Ф. Використання європейського досвіду партисипативного управління в стратегічному плануванні розвитку територіальних громад. *Державне управління: удосконалення та розвиток*. 2020. Вип. 12. URL: http://www.dy.nayka.com.ua/pdf/12_2020/35.pdf

4. Оперативне планування реалізації стратегії територіального розвитку: практичний посібник / [О. Берданова, Є. Фішко]. К.: ТОВ «Софія-А». 2012. 48 с.

5. Гуторова О.О., Гуторов О.І. Особливості, проблеми та напрями удосконалення управління сільськими територіями. *Вісник ХНАУ. Серія «Економічні науки»*. Зб. наук. праць / Харк. нац. аграр. ун-т ім. В.В. Докучаєва. Харків, 2017. № 3. С. 27-37.

УДК: 658.5

МІСЦЕ ТА РОЛЬ ПЛАНУВАННЯ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ

Ільченко А.Є., здобувачка вищої освіти *,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

Менеджмент-як суспільний фактор, має багато визначних функцій, серед яких: планування, організація, керування, контроль, мотивація та розвиток. Безперечно, всі функції надзвичайно важливі, вони існують як одне ціле, але вже ж таки хочеться акцентувати увагу на одній з головних, центральних функцій, що визначає кінцеві результати виробничо-збутової, економічної, фінансової й інвестиційної діяльності, а саме функція планування.

Необхідними складовими в управлінні розвитком підприємства є прогнозування і планування нововведень. Планування спрямоване на прийняття і практичне здійснення управлінських рішень. Взагалі що ж таке планування? Простими словами, це процес визначення мети, розроблення різноманітних стратегій та дійових планів, необхідних для досягнення мети організації. Результатом процесу планування є план, який завдяки використанню певних ресурсів та виконанню певних дій повинен забезпечити досягнення бажаної мети. С цього можна сказати, що план-це це система взаємозалежних, об'єднаних загальною метою завдань, що забезпечують реалізацію цілей виробничої системи.

У процесі планування здійснюється: переконливий вибір основних напрямків, інноваційної діяльності для організації в цілому і

* Науковий керівник – доктор економічних наук, доцент О.М. Гіргеєва

для кожної структурної одиниці; формування програм досліджень, розробок і виробництва інноваційної продукції; встановлення календарних термінів проведення робіт; розрахунок потреби в ресурсах і розподіл їх за виконавцями на основі бюджетних розрахунків [1].

Процес планування діяльності підприємств включає багато складових: виробництво і реалізація продукції, її собівартість, забезпеченість трудовими, матеріальними і фінансовими ресурсами, фінансові результати роботи, фінансовий стан підприємства, його інвестиційна діяльність. Саме це і є об'єктами планування діяльності підприємств, які розглядаються як єдине ціле і через які розкривається його предмет.

Сам процес планування проходить чотири етапи: розробку загальних цілей; визначення конкретних цілей на даний період з послідувочою їх деталізацією; визначення шляхів і способів досягнення цілей; контроль за процесом досягнення поставлених цілей шляхом співставлення планових показників з фактичними та коригування цілей. В процесі планування кожне підприємство повинно відповісти на такі запитання: що повинно бути зроблено і для чого? коли це буде зроблено і хто його буде робити? де це буде зроблено, і що для цього необхідно? Вирішення цих питань є функцією планування, яка слугує основою для прийняття рішень та являє собою управлінську діяльність, що передбачає розробку цілей і завдань управління виробництвом, а також визначення шляхів реалізації планів для досягнення поставлених цілей [2].

Відомий вчений у сфері управління П. Друкер, підкреслив, що результативність є наслідком того, що «робляться потрібні і правильні речі». А ефективність – наслідок того, що «ці речі створюються правильно». Планування в цьому випадку виконує велику роль, вирішуючи питання про те, якими повинні бути цілі організації, що повинна робити організація і як це робити. Саме за допомогою планування керівництво підприємства прагне встановити основні напрями для прийняття рішень, які забезпечать цей процес як єдине ціле [3].

Засобами планування керівництво підприємства встановлює головні напрями та прийняття рішень, які забезпечують єдність цілей та завдань для всіх учасників процесу управління. Таким чином, визначається єдиний напрямок у діяльності підприємства для досягнення загальних цілей.

Зміст функції планування передбачає реалізацію програми дій, створенню та розподілу завдань працівникам чи підрозділам фірми, їх взаємо- зв'язок між собою. Важливим тут є регулювання виконуваних робіт, що забезпечують чітку лінію слідування обраного напрямку функціонування підприємства.

Також існують певні фактори, які призводять до зростаючої ролі науки планування в різних сферах, включають: перехід до ринкових відносин та зміну методів господарювання, що вимагає перебудови систем планування на всіх рівнях управління економікою; розвиток науково-технічного прогресу, зростання чисельності управлінських кадрів; зростання масштабів суспільного виробництва, ускладнення господарських зв'язків, розширення міжнародних зв'язків.

Тому для всіх підприємств організацій створення плану розвитку та існування підприємства - це дуже відповідальна справа, планування дозволяє забезпечувати успіх реалізації проектів. Його слід віднести до найважливішого інструменту формування виробничої програми підприємства в сучасних умовах, оскільки воно виконує ключову роль у процесі її економічного обґрунтування.

З вище сказаного, можна підбити певні висновки, що планування є важливою складовою успішної діяльності будь-якого бізнесу. Воно допомагає зосередитися на головних цілях і завданнях, визначити ресурси, які потрібні для їх досягнення, а також розробити стратегії та плани дій. Планування дає можливість підвищити ефективність діяльності, зменшити ризики та забезпечити стабільність бізнесу в довгостроковій перспективі. Однак, важливо пам'ятати, що планування повинно бути гнучким та адаптивним до змін у зовнішньому середовищі та внутрішніх процесах економіки.

Бібліографічний список:

1. Череп А.В., Лисенко О.А. Необхідність бізнес-планування. Вісник Хмельницького національного університету: Економічні науки. 2009. № 6, Т. 1. С. 119-122.
2. Тарасюк Г.М., Шваб Л.І. Планування діяльності підприємства: навч. посібник. 3-є вид. К.: Каравела, 2008. 352 с.
3. Друкер П. Енциклопедія менеджмента. Пер. с англ. М.: Издательский дом «Вильямс», 2004. 432 с.

АВТОМАТИЗАЦІЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ ЯК МЕХАНІЗМ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Лега О.В., кандидат економічних наук, доцент,
Полтавський державний аграрний університет, м. Полтава, Україна

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-0989-8000>

Яловега А.В., кандидат економічних наук, доцент,
Полтавський державний аграрний університет, м. Полтава, Україна

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-5351-545X>

Прийдак Т.Б., кандидат економічних наук, доцент,
Полтавський державний аграрний університет, м. Полтава, Україна

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-9257-0419>

Місія кожного закладу ресторанного господарства – задоволення потреб сучасної людини в їжі та відпочинку. Індивідуальний підхід до кожного клієнта. Надання кращого сервісу, що відповідає найвищим вимогам. Відповідно до зазначеної місії цілі та завдання ресторанних закладів повинні відповідати високому рівню бізнес-процесів управління системою автоматизації [1].

Сучасна система автоматизації ресторану - це професійна система управління рестораном, багатофункціональна, легко модернізована, дозволяє оптимально поєднувати швидкість і якість [2]. Застосування автоматизованих систем має на меті підвищити ефективність управління рестораном, прискорити обслуговування і мінімізувати можливі зловживання.

На сьогоднішній день одним з найпотужніших і найпродуктивніших ПЗ для ресторацій, кафе, кав'ярень тощо є застосунок Poster [3]. Функційність цього програмного забезпечення для ресторану передбачає дві офісні зони: фронт-офіс – для касира, баристи, офіціанта чи бармена та бек-офіс-адмінпанель для керівника і власника, яку можна запустити в будь-якому браузері на ноутбучі.

Охарактеризуємо переваги застосунку Poster для автоматизації бізнес-процесів ресторанних закладів в розрізі основних видів діяльності:

Організаційно-управлінську діяльність:

– візуалізація меню й фото страв – повноцінна карта меню на терміналі в офіціанта, можливість завантаження інших зображень,

розподіл страв на категорії для зручності та швидкості оформлення замовлення;

– налаштування безпеки – власний пін-код для входу у кожного офіціанта, баристи чи бармена. Власник, керуючий закладом, адміністратор надає доступ до проведення фінансових операцій, закриття змін тощо.

Обслуговуюча діяльність;

– приймання готівкових і безготівкових платежів - під'єднання банківського терміналу і приймання безготівкових платежів;

– розділення чека між гостями та змішані способи оплати - можливість оплати частини як карткою, так і готівкою;

– віртуальний зал з розміщенням столиків – відображення на терміналі в офіціанта чи адміністратора копії схеми розміщення столиків у закладі. Натиснувши на будь-який столик, відображається інформація про час бронювання, наявне замовлення або оформлення нового, розділення чеку;

– друк чеків – можливість друку звичайні та фіскальні чеки, в т.ч. з логотипами закладу, побажаннями і будь-якою додатковою інформацією;

– обслуговування біля каси - режим обслуговування буде доречний, якщо заклад має невеликий пункт продажу без офіціантів і оплата приймається за фактом замовлення. Режим дозволяє прискорити приймання замовлення та проведення оплати;

– обслуговування біля столика – режим обслуговування передбачений у випадку, якщо у закладі є офіціанти, які приймають замовлення в залі й беруть оплату біля столика;

– автоматизація доставки ресторану – інтегрована програма для приймання замовлень, відстеження роботи кур'єрів, контролю рентабельності замовлень на доставку та оптимізації витрат в одній системі обліку;

– системи лояльності (накопичення знижок і накопичення бонусів) й акції: від простих варіантів, наприклад 1+1=3, бізнес-ланчі, «щасливі години», і до складніших, як-от знижка на конкретний товар у разі придбання кількох різних позицій;

– бронювання столиків: зручність для клієнтів і зменшення навантаження на адміністратора.

Виробничо-господарська діяльність

– «бігунці» на кухню – передбачено друк замовлень на кухні, в результаті кухарі готуватимуть страви відразу, не чекаючи на офіціанта;

– заготовлення напівфабрикатів, різні види фасування – якщо в програму завантажити інформацію щодо розрахунків технологічних карт, розмірами порцій, виходу тощо, власники в змозі контролювати весь технологічний процес у кафе чи ресторані;

– швидка інвентаризація - обов'язкова функція для профілактики розкрадань у закладі. Функція «Швидка інвентаризація» дозволяє порівняти фактичний залишок кухні чи бару з документальним для виявлення нестач, розкрадань чи лишків;

– миттєва інвентаризація складу - інвентаризація вибіркового позицій, наприклад коли вам треба зрозуміти причину недостачі напоїв у барі чи якоїсь конкретної групи продуктів на кухні;

– створення персональних технологічних карт - для кожної позиції меню є можливість створити окрему техкарту, де буде повністю розписана рецептура страви. При приготуванні страви, інгредієнти автоматично списуються зі складу. Також є можливість переглянути на екрані складники страви.

Торгово-закупівельну діяльність;

– нагадування щодо закупок – передбачено нагадування (електронною поштою чи смс-повідомленням) про критичні залишки продуктів на складі для оформлення нового постачання;

– вбудовані й налаштовувані звіти - АВС-аналіз для оцінки продажів: визначення найрентабельніших страв, на які можна підвищити маржу, виокремлення страв, які не замовляють або собівартість яких надто висока; змога сформувані інформацію про ФУДК:ост, середній чек та інші корисні звіти для підвищення прибутковості закладу (характерно і для економічної діяльності);

Економічна діяльність:

– фінансовий і складський облік – можливість планування та ведення обліку господарських операцій постачання, переміщення, реалізації і т.д.;

– історія дій з кожним чеком – перевірка скасування, застосування акцій, спосіб оплати, час відкриття і закриття чека. Функція підходить для контролю працівників. Зазвичай, доступ до таких можливостей системи обов'язково треба обмежувати;

– докладні онлайн звіти щодо виторгу в будь-який час. Ефективна функція для власників, є доступ до будь-яких фінансових звітів в реальному часі, наприклад сформувані звіт по реалізації товарів за день, півдня, годину і т.д.;

– докладна статистика касових операцій – на адміністративній панелі відображається інформація про закриття і відкриття касових змін, інкасацію та інші дії з касою;

– розрахунок заробітної плати – зручне ведення обліку робочого часу і розрахунок заробітної плати.

Автоматизація закладів ресторанного господарства є необхідною умовою конкурентоздатності бізнесу. Автоматизація дозволяє: створювати замовлення через телефон або планшет, передаючи їх прямо на кухню; формувати і відправляти заявки на поповнення товарів на складі; вести базу клієнтів; покращувати якість обслуговування; вести аналітику; контролювати працівників, а також процеси постачання та продажу; оцінювати доцільність витрат та аналізувати рентабельність в цілому та в розрізі страв тощо.

Наразі існує багато програм, які дозволяють автоматизувати процеси, що протікають у ресторанах, барах та кафе. Кожна з них має свої переваги, недоліки, особливості [5]. При виборі додатку власникам або уповноваженим особам необхідно враховувати основні характеристики: функціональність; обсяг; простота інтерфейсу; особливості застосування; складність підключення; вартість користування.

Бібліографічний список:

1. Автоматизовані системи управління підприємствами ресторанного бізнесу. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/chkhalo.htm (дата звернення: 14.03.2023).

2. Черненко К.В. Автоматизована система обліку як спосіб покращення роботи підприємств ресторанного господарства. *Фінансово-економічні механізми розвитку підприємництва: теоретичний та практичний аспекти*: Матеріали II Всеукр. наук.-практ. конф. Дніпро: НМетАУ, 2021. 310 с. С. 307-310. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/chernenko3.htm (дата звернення: 14.03.2023).

3. Автоматизація ресторанного бізнесу: в чому переваги? URL: <https://zakarpattia.net.ua/News/210338-Avtomatyzatsiia-restorannoho-biznesu-v-chomu-perevaly> (дата звернення: 14.03.2023).

4. Камушков О., Жилко О., Незвещук-Когут Т. Технології автоматизації системи управління у закладах ресторанного господарства. *Економіка та суспільство*. 2022. № 43. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-43-48> (дата звернення: 14.03.2023).

5. Автоматизація _____ ресторану. URL: <https://www.vostok.dp.ua/ukr/infa1/Avtomatizatsiya/avtomatizatsiyarestorana> (дата звернення: 14.03.2023).

ЗАСТОСУВАННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ЗАПАСАМИ «МІНІМУМ-МАКСИМУМ» ПРИ ПЛАНУВАННІ ПОТРЕБИ В ІНСТРУМЕНТІ

Непран А.В., кандидат економічних наук, доцент,
Харківський національний автомобільно-дорожній
університет, м. Харків, Україна
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-8329-7123>

Планування потреби і купівлі інструменту може здійснюватися за системою «на склад», або «мінімум-максимум». Застосування даної системи у значній мірі залежить від типу виробництва та рівня його культури.

Основною системою планування, визначення потреби та купівлі інструментів на заводах масового та крупносерійного виробництва є система «на склад», або як її називають, система «мінімум-максимум». Сутність цієї системи полягає в тому, що запаси інструменту в центральній коморі і в цехових інструментально-роздавальних коморах повинні постійно підтримуватися на рівні, що забезпечує безперервне і безперебійне постачання основного виробництва. Це досягається шляхом своєчасної видачі замовлень на купівлю того чи іншого інструменту, за яким запас досягнув встановленої точки замовлення. Головним чином, ця система застосовується на машинобудівних заводах крупносерійного та масового виробництва, хоча з успіхом вона може бути впроваджена й на заводах дрібносерійного та індивідуального виробництва. Перевагою даної системи є та обставина, що вона попереджує перебої у постачанні цехів та робочих місць інструментів, а також нагромадження надлишкових запасів, що веде до омертвлення частини оборотних засобів.

Система «мінімум-максимум» при раціональному її застосуванні має ряд переваг, що дозволяє її з успіхом застосовувати на підприємствах різних типів.

При системі «мінімум-максимум» встановлюються дві межі запасу зберігання інструменту: мінімальний запас, нижче якого при нормальних умовах витрачання та нагромадження, запас не повинен опускатися, і максимальний запас, вище якого величина запасу не повинна підніматися [1, с. 103]. Перший має характер страхового запасу і використовується лише у виняткових випадках (непередбачуване витрачання, перебої у постачанні, термінова потреба тощо).

Величина мінімального запасу Q_{\min} встановлюється на основі обсягу та режиму споживання, можливих коливань, витрат і часу, необхідного для поновлення розміру запасу інструменту на підприємстві.

Розмір максимального запасу може бути визначений за формулою:

$$Q_{\max} = Q_{\min} + W_m \cdot T_{\text{цис}}, \quad (1)$$

де W_m – місячне витрачання інструменту;

$T_{\text{цис}}$ – періодичність надходження в місяць або проміжок часу між замовленнями інструменту.

Для того, щоб розмір замовлення завжди підтримувався на рівні, не нижче Q_{\min} , необхідно службі матеріально-технічного постачання завчасно надавати замовлення на купівлю інструменту з урахуванням циклу їх виконання. Свочасність видачі замовлення службі матеріально-технічного постачання забезпечується встановленням так названої точки замовлення. Точка замовлення представляє собою рівень запасу, при досягненні якого видається замовлення на купівлю інструменту. Точку замовлення можна визначити за формулою:

$$Q_{\text{м.з}} = Q_{\min} + W_m \cdot T_o, \quad (2)$$

де T_o – тривалість циклу підготовки і виконання замовлення в місяцях.

Величина замовлення $W_m \cdot T_o$ у формулі (2) представляє собою ту кількість інструменту, який буде витрачатися в період замовлення чергової партії інструменту.

Замовлення повинно видаватися в розмірі різниці між максимальним і мінімальним запасами рівної партії поповнення в місяцях потреби або в штуках:

$$P = Q_{\max} - Q_{\min}. \quad (3)$$

За системою «мінімум-максимум» поставки здійснюються за умови, що запаси у встановлений момент часу виявилися рівними пороговому значенні (точка замовлення) або менше її. У випадку видачі замовлення його розмір повинен розраховуватися таким чином, щоб поставки поповнили запаси до бажаного рівня.

Оскільки обсяг витрачання інструменту за окремими видами неоднаковий, то розмір запасів встановлюється для кожного з них має індивідуальне значення. Як правило, на машинобудівних підприємствах використовується широка номенклатура інструментів. В такому випадку розміри замовлення встановлюються для укрупненої номенклатурної групи інструменту, об'єднаної за ознакою трудомісткості виготовлення інструменту і величини його витрачання.

Розрахуємо параметри системи управління запасами за системою «мінімум-максимум» на наступному прикладі. Річна потреба в інструменті 1582 шт., число робочих днів у році – 226 днів, оптимальне замовлення – 75 шт., час постачання – 10 днів, можлива затримка в поставках – 2 дні, тривалість підготовки та виконання замовлення – 3 дні.

Очікуване денне споживання, шт./день складе 7 шт. ($1582/226$).

Очікуване споживання за час доставки (шт.) становитиме 10 дн. $\times 7$ шт.=70 шт. Представляє кількість інструменту, який буде витрачатися в період замовлення чергової партії інструменту.

Величина мінімального запасу складе: 2 дн. $\times 7$ шт.=14 шт.

Розмір максимального запасу становитиме: 14 шт. + 10 дн. $\times 7$ шт.=84 шт.

Замовлення інструменту необхідно здійснювати за наступною величиною залишків інструменту (точка замовлення): 14 шт. + 3 дн. $\times 7$ шт.=35 шт. Отже, коли запаси інструменту становитимуть 35 шт., необхідно здійснювати замовлення на поновлення запасу інструменту.

Величина партії замовлення інструменту складе 84 шт. – 14 шт. = 70 шт.

Таким чином, за системою управління запасами «мінімум-максимум» без збоїв у поставках та споживанні замовлення необхідно здійснювати через 7 днів після попереднього замовлення. Обсяг замовлення інструменту становитиме 70 шт. За календарними датами розмір замовлення інструменту становитиме: 1.01. – 70 шт., 17.01. – 70 шт., 27.01. – 70 шт. і т. п.

Дещо по іншому здійснюється управління запасами інструмента та визначення замовлення при наявності збоїв в поставках і споживанні. Наприклад, затримка в поставці інструменту на завод складала 1 день. В даному випадку затримка призвела до споживання

деякого розміру мінімального запасу інструменту в розмірі $1 \text{ дн.} \times 7 \text{ шт.} = 7 \text{ шт.}$

В даному випадку розмір замовлення буде складати:

$$84 \text{ шт.} - 7 \text{ шт.} = 77 \text{ шт.}$$

Таким чином, затримка у виконанні замовлення призвела до збільшення обсягу замовлення інструменту на 7 шт. (77–70) Ця величина необхідна для відновлення мінімального розміру замовлення.

В системі управління запасами «мінімум-максимум» розрахункова величина замовлення інструменту, а також порядок визначення моменту нового замовлення дозволяють врахувати можливі зміни в поставках, а також у споживанні, використовуючи параметр очікуваного споживання за час замовлення. Модель роботи системи в умовах наявності збоїв у споживанні передбачає, що зміни величини споживання відбуваються кожен цикл роботи системи. Використання цієї системи дозволяє уникнути нагромадження надлишкових запасів, що сприятиме прискоренню оборотності оборотних фондів промислових підприємств.

Весь запас інструменту концентрується в центральній коморі заводу і потім видається окремим цехам. В таких умовах система «мінімум-максимум» стає вирішальним інструментом планування потреби інструменту. При системі «мінімум-максимум» є можливість спростити планування замовлень інструменту, зводячи величину замовлення до певної розрахункової величини кожного виду інструменту, і тим самим забезпечити безперебійний процес постачання інструменту цехам основного виробництва.

На основі виробничої програми цехів та методики визначення потреби в оборотному фонді інструменту цехам встановлюються ліміти (декадні, місячні, кварталні), в яких визначена кількість інструменту, який може отримати цех на протязі планового періоду. Без спеціального дозволу інструментального відділу видача інструменту в цехи понад ліміту не повинна допускатися.

Бібліографічний список:

1. Логістика: навчальний посібник / О.В. Безсмертна, О.О. Мороз, Т.М. Білоконь, І.В. Шварц. Вінниця: ВНТУ, 2018. 161 с.

ВИРОБНИЧИЙ МЕНЕДЖМЕНТ У КОРМОВИРОБНИЦТВІ

Петров В.М., кандидат економічних наук, доцент,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-1693-2545>

Навроцький Я.Ф., кандидат економічних наук,
старший науковий співробітник,
Національний науковий центр «Інститут аграрної економіки»
м. Київ, Україна
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-4677-5306>

Великою проблемою власників (експлуатантів) складних високопродуктивних сільськогосподарських машин є планування та організація їх ефективного використання протягом року, адже сезонність виробничого періоду у рослинництві, низький рівень універсальності машин та обмежені терміни виконання окремих агротехнічних заходів (як правило, 5-10 днів) сприяють невеликому завантаженню технічних засобів протягом сезону польових робіт та, як наслідок, на зростання собівартості їх одиниці [1, с. 157-162].

Це повною мірою стосується машин і обладнання для польового кормовиробництва. На відміну від вузькоспеціалізованих косарок, плющилок, роторних граблів, валкоутворювачів, прес-підбирачів для заготівлі грубих кормів (перш за все сіна і соломи), кормозбиральні комбайни характеризуються більшою універсальністю й використовуються на збиранні широкого асортименту кормових культур різних ботанічних родин: лучні, посівні бобові й злакові однорічні й багаторічні трави на сіно, сінаж і зелений корм; кукурудза, кормове сорго та інші культури на силос і зелений корм тощо. З урахуванням того, що терміни збирання цих культур не збігаються у часі, це створює сприятливі умови для планування та ефективної організації більш тривалого використання кормозбиральної техніки протягом сезону та, відповідно, розподілу амортизаційних відрахувань й експлуатаційних витрат на більшу площу збирання, що у кінцевому результаті позитивно впливає на зменшення собівартості одиниці збиральних робіт [2, с. 39].

Наочно це можна простежити за умов використання у сільськогосподарському підприємстві традиційної технології забезпечення тваринництва зеленими кормами у період літнього

утримання у системі зеленого конвеєра. Наприклад, за середніми багаторічними даними, в умовах Харківської області збирання культур на зелений корм розпочинається у травні (озиме жито і пшениця), продовжується все літо (багаторічні і однорічні трави, кормове сорго, кукурудза) і завершується восени у жовтні (кормове сорго і кукурудза пізніх термінів посіву, у тому числі поукісна і пожнивна). За такої технологічної схеми забезпечення худоби зеленими кормами, використання у господарстві кормозбирального комбайна може відбуватися практично безперервно кожного дня протягом 5,0-5,5 місяців. Але разом з наведеними позитивними тут можуть виникати і суттєві негативні організаційні проблеми. За умов невеликого рівня концентрації поголів'я худоби у сільськогосподарському підприємстві, змінне (денне) навантаження на високопродуктивну кормозбиральну машину буде невеликим, адже час її роботи у полі буде обмежуватися лише денною потребою господарства у зеленому кормі за неможливості його заготівлі хоча б на день наперед внаслідок здатності до швидкого псування. Крім того, навіть за наявності невикористаного денного резерву робочого часу, у господарстві не завжди є можливість використати високопродуктивний комбайн на збиранні інших кормових культур за умов співпадання термінів (наприклад, при одночасному збиранні зеленої маси та підбиранні валків сіна і сінажу однорічних та/або багаторічних трав). Проведення відповідних збиральних робіт передбачає агрегування кормозбирального агрегату з різними адаптерами (жатка для скошування зеленої трави та підбирач для підбору валків сухої або підв'яленої рослинної маси). У такій виробничій ситуації щоденна заміна адаптера та загальне переналадження технологічного режиму роботи системи подачі рослинної маси та її подрібнення є доволі трудомістким процесом, виконується, як правило, в умовах машинного двору або польового стану, що об'єктивно потребує збільшення часу на непродуктивні переїзди та проведення відповідних робіт.

Підвищити денне навантаження на високопродуктивний самохідний кормозбиральний комбайн за умов його використання у системі зеленого конвеєра у наших умовах можна у період заготівлі силосу у серпні-вересні, коли худобі згодують зелену масу кукурудзи, кормового сорго та інших високостеблових кормових культур. У цей період повністю відпадає необхідність у щоденному переобладнанні збирального агрегату, до того ж збиральні роботи як на силос, так і на зелений корм ведуться, як правило, на одному полі, що також суттєво спрощує організацію роботи транспортних засобів.

Використання сучасних високопродуктивних кормозбиральних комбайнів у системі зеленого конвеєра є економічно доцільним лише у сільськогосподарських підприємствах з високим рівнем концентрації поголів'я худоби, що дає змогу забезпечити їх максимальне змінне (денне) завантаження. У сучасних умовах розвитку скотарства в Україні це можуть забезпечити лише крупні вертикально інтегровані виробничі структури корпоративного типу з великим земельним банком, які здійснюють виробництво продукції тваринництва на сучасній інноваційній технологічній основі та відповідного технічного забезпечення. За інших умов у господарстві слід використовувати різні модифікації самохідних, причіпних і навісних кормозбиральних машин середньої або малої продуктивності. У країнах з розвиненим тваринництвом в останні десятиліття активно впроваджують кормозбиральні комплекси на основі блочно-модульних конструкцій в агрегаті з універсальними енергетичними засобами. Прикладами таких силових машин є ВІМА-300 (Франція), Steyer-8300, 8320, 9320 (Австрія), DT 32 Grizly, Xerion 2500, 3000, Holmer Terra variant (Німеччина), УЕС-2 – 250А «Полесьє», УЕС-350 «Полесьє-350» (Республіка Білорусь) тощо [3, с. 99-100; 4, с. 102]. Всі вони обладнані потужними сучасними дизельними двигунами та відповідним шлейфом навісних і причіпних робочих машин і знарядь, що дає змогу ефективно завантажувати енергозасіб на різноманітних сезонних польових, транспортних і загальногосподарських роботах практично протягом всього року.

Організація ефективного використання високопродуктивних самохідних кормозбиральних комбайнів може бути забезпечена у крупних спеціалізованих сільськогосподарських підприємствах з високим рівнем концентрації поголів'я худоби, які використовують прогресивну технологію годівлі монокормом. Її особливість полягає у тому, що збирання кормових культур відбувається у стислі терміни у фенологічні фази розвитку рослин, коли вони містять у вегетативній масі максимальну кількість поживних речовин (для бобових – це фаза бутонізації – початок цвітіння; для злакових – вихід у трубку – початок колосіння; для кукурудзи на силос – молочно-воскова – воскова стиглість). За цієї технології рослинна маса одразу після збирання закладається на тривале зберігання і протягом усього календарного року використовується для приготування однорідної кормової суміші (монокорму) з заданим параметрами вмісту окремих складових (концентрованих, грубих, соковитих, мінеральних та інших кормів) для

конкретних статевих-вікових груп тварин. З урахуванням невеликої тривалості проходження відповідних фенологічних фаз (5-10 діб у залежності від культури) використання сучасної високопродуктивної кормозбиральної техніки дає змогу провести збиральну кампанію в оптимальні агротехнічні терміни та отримати корм високої якості. Головними факторами ефективної організації збиральних робіт тут будуть обґрунтований підбір кормових культур за ботанічними родинними з різними термінами збирання (бобові, злакові, капустяні тощо) і видом корму (сіно, сінаж або силос) та правильно організована логістика.

Перспективним напрямом організації ефективного використання сучасних високопродуктивних кормозбиральних комбайнів є їх концентрація у регіональних виробничих структурах, що спеціалізуються на наданні агротехнологічних послуг (машинно-технологічні станції, сільськогосподарські обслуговуючі кооперативи, прокатні пункти тощо). Незаперечними перевагами таких організаційних форм є наявність в їх організаційній структурі відповідної сервісної і ремонтної матеріально-технічної бази та висококваліфікованих кадрів (трактористів-машиністів, інженерно-технічного та допоміжного персоналу), що створює значно кращі умови у порівнянні з пересічними товарними сільськогосподарськими підприємствами щодо забезпечення належних умов експлуатації, технічного обслуговування, ремонтів і зберігання складних сільгоспмашин. Головною проблемою тут сьогодні виступає вкрай низький рівень розвитку скотарства практично в усіх регіонах України та концентрація поголів'я худоби у невеликих за розмірами землекористування господарствах.

Бібліографічний список:

1. Петров В.М. Організація виробництва та планування діяльності на підприємствах АПК: навч. посібник. Харків: Майдан, 2016. 362 с.
2. Петров В.М., Захарчук О.В., Навроцький Я.Ф. Сучасні тенденції формування ринку кормозбиральної техніки. *Економіка АПК*. 2021. № 7. С. 38-49. <https://doi.org/10.32317/2221-1055.202107038>
3. Петров В.М. Виробнича та ринкова політика провідних світових виробників сільськогосподарської техніки. *Економіка АПК*. 2013. № 12. С. 63-70.
4. Шимко С. Гідна кормозбиральна техніка в полі – і м'яса, й молока матимеш доволі. *Пропозиція*. 2012. № 6. С. 98-102.

ОСОБЛИВОСТІ ПОДАТКОВОГО ОБЛІКУ ЗАПАСІВ

Прищепя А.Д., здобувач вищої освіти*,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

Загальновідомо, що платники податку на прибуток повинні вести податковий облік, у тому числі податковий облік запасів. І хоча такий облік ведеться за загальними правилами бухгалтерського обліку та згідно з обліковою політикою підприємства, проте слід враховувати деякі обмеження, що випливають з вимог Податкового кодексу України.

Незважаючи на те, що останні зміни до ПКУ зближують податковий облік з бухгалтерським, повністю це зробити не вдалося. Досі є чимало розбіжностей між вимогами ПКУ та альтернативними варіантами, які надають національні та міжнародні стандарти бухгалтерського обліку й звітності. Тому з метою оподаткування не достатньо просто взяти інформацію з бухгалтерських рахунків (облікових реєстрів). У цілому можна виділити такі ключові питання, які потребують взаємоузгодження в податковому та бухгалтерському обліку запасів: визначення запасів; надходження запасів; облік ПДВ; вибуття запасів.

З метою бухгалтерського обліку використовується визначення, що міститься у НП(С)БО 9 «Запаси»: запаси – це активи, які утримуються для подальшого продажу (розподілу, передачі) за умов звичайної господарської діяльності; перебувають у процесі виробництва з метою подальшого продажу продукту виробництва; утримуються для споживання під час виробництва продукції, виконання робіт та надання послуг, а також управління підприємством [1]. Тобто, запаси призначені для продажу, для виробництва продукції та управління підприємством або перебувають у виробництві. Для цілей бухгалтерського обліку запаси включають: сировину, основні й допоміжні матеріали, комплектуючі вироби; незавершене виробництво; готову продукцію; малоцінні та швидкозношувані предмети; поточні біологічні активи, якщо вони оцінюються за НП(С)БО 9, а також сільськогосподарська продукція і продукція лісового господарства після її первісного визнання.

* Науковий керівник – доктор економічних наук, професор Т.Г. Маренич

Аналогічний зміст має визначення запасів у МСБО 2 «Запаси»: запаси – це активи, які:

- а) утримуються для продажу у звичайному ході бізнесу;
- б) перебувають у процесі виробництва для такого продажу або
- в) існують у формі основних чи допоміжних матеріалів для споживання у виробничому процесі або при наданні послуг [2].

Як свідчить пп. 14.1.244 ПКУ з метою податкового обліку всі запаси вважаються товарами [3]. «Податкове» визначення товарів досить широке і включає всі види запасів, наведені у НП(С)БО 9.

Надходити запаси на підприємство можуть різними способами: купівля за кошти, купівля внаслідок обміну, надходження у рахунок статутного та іншого капіталу, безоплатне надходження. Залежно від способу надходження запасів змінюється й податковий облік запасів.

Собівартість придбаних запасів визначається однаково як у податковому, так і в бухгалтерському обліку. При цьому у податковому обліку немає собівартості придбання, а є собівартість реалізації, яку визначають не у момент придбання, а у момент реалізації. Відповідно до п. 138.6 ПКУ «собівартість придбаних та реалізованих товарів формується відповідно до ціни їх придбання з урахуванням ввізного мита і витрат на доставку та доведення до стану, придатного для продажу». Тобто не можна сформулювати собівартість проданих товарів у момент реалізації, не знаючи собівартості їх придбання. У бухгалтерському обліку собівартість придбання теж використовується для визначення собівартості запасів під час їх реалізації, тобто це собівартість, в яку вони обійшлися при їх придбанні. Цю вартість потім і списують на витрати. Зазвичай собівартість купівельних запасів під час їх списання на витрати або під час продажу в бухгалтерському обліку відповідає їхній собівартості у податковому. Але якщо до витрат на доставку запасів на підприємство включаються витрати на відрядження працівників, фінансування їхніх особистих потреб (харчування, питна вода тощо) й інші подібні витрати, то треба враховувати, що деякі витрати не дозволяється відображати у податковому обліку, на відповідну суму виникає податкова різниця.

У цілому структура статей собівартості виготовлених та реалізованих запасів у податковому та бухгалтерському обліку не має істотних розбіжностей.

Відносно ПДВ, то суми ПДВ, сплачені у складі ціни запасів під час їх купівлі, не включаються до складу витрат підприємства – платника податку на прибуток і ПДВ. Це означає, що собівартість запасів при їх оприбуткуванні, обліку та вибутті не включає в себе суми

ПДВ. Ті ж підприємства, які не є платниками ПДВ, навпаки – суму ПДВ включають до собівартості запасів під час їх обліку (абз. 2 пп. 139.1.6 ПКУ).

Якщо підприємство (платник податку на прибуток і ПДВ) одночасно продає запаси, які оподатковуються ПДВ за ставкою 20 %, 0% та які звільнені від обкладення ПДВ або не є об'єктом обкладення цим податком, йому потрібно окремо визначати суму «вхідного» ПДВ, що припадає на звільнені або неоподатковувані операції. Ця сума ПДВ включається до собівартості проданих запасів так само, як у неплатників ПДВ (абз. 3 пп. 139.1.6 ПКУ) [4].

У процесі господарської діяльності запаси перетворюються на інші активи або споживаються для поточних потреб підприємства (тобто витрачаються у процесі виробництва чи для інших потреб). У процесі виробництва сировина, матеріали, паливо й інші переробляються на готову продукцію. Це відображається у бухгалтерському обліку проведенням: Д-т 23, К-т 20, 22. Якщо на кінець звітного періоду процес виробництва продукції, виконання робіт або надання послуг не завершено, то у цьому разі буде дебетове сальдо на рахунку 23 в сумі незавершеного виробництва. Також запаси споживаються для забезпечення потреб управління підприємством, збуту продукції (робіт, послуг) та іншої операційної діяльності.

Важливим питанням вибору елементів облікової політики підприємства є визначення собівартості запасів при їх вибутті. З метою бухгалтерського обліку в НП(С)БО 9 запропоновано такі методи оцінки запасів при вибутті: ідентифікованої собівартості відповідної одиниці запасів, середньозваженої собівартості, собівартості перших за часом надходження запасів (ФІФО), нормативних затрат та ціни продажу. Такі самі методи обліку вибуття запасів передбачено і в МСБО 2.

У податковому обліку згідно з пп. 14.1.228 ПКУ собівартість реалізованих запасів визначається як витрати, прямо пов'язані з виробництвом та/або придбанням реалізованих протягом звітного податкового періоду запасів, виконаних робіт, наданих послуг, які визначаються відповідно до положень (стандартів) бухгалтерського обліку, що застосовуються у частині, яка не суперечить положенням розділу III ПКУ. З цього можна зробити висновок, що ПКУ не вимагає ідентичності податкового та бухгалтерського обліку конкретних запасів на конкретному підприємстві. Потрібно лише, щоб собівартість була визначена «відповідно до положень» бухгалтерського обліку (а не за фактичними даними бухгалтерського обліку, в частині, що не суперечить положенням ПКУ). Тобто Податковий кодекс України

прямим текстом не вимагає, аби платники податків одночасно обирали однакові альтернативи для податкового та бухгалтерського обліку собівартості реалізованих запасів і визначали собівартість у податковому обліку на підставі фактичних даних бухгалтерського обліку [4].

Проте необхідно враховувати вплив методів оцінки вибуття запасів на величину одержуваного прибутку. Наприклад, у випадку використання методу ФІФО якщо ціни зростають, то з метою податкового обліку така формула може бути не дуже вигідною, адже вона забезпечує найвищий показник прибутку в найближчих звітних періодах. Така ситуація вимагає вести фактично два окремі обліки запасів – податковий та бухгалтерський. Метод середньозваженої вартості дозволить стабілізувати податкові платежі за рахунок списання запасів за середніми цінами. Як свідчить практика, більшість підприємств не ускладнюють собі життя подвійним обліком та вибирають однакові підходи до оцінки запасів для цілей оподаткування, ведення бухгалтерського обліку та складання фінансової звітності.

Вибувають запаси з підприємства ще шляхом продажу, списання, безоплатної передачі, передачі до статутного капіталу інших підприємств тощо. У бухгалтерському обліку дохід від продажу товарів, готової продукції, результатів робіт та надання послуг обліковується на рахунок 70 «Доходи від реалізації», а дохід від продажу всіх інших запасів – на субрахунок 712 у складі інших операційних доходів. Одночасно з визнанням доходу від продажу запасів списується їхня собівартість на рахунок 90 та субрахунок 943 відповідно, тобто визнаються витрати. Слід зауважити, що принцип відповідності доходів і витрат запроваджено і в податковому обліку.

Отже, існує ряд розбіжностей щодо обліку запасів між вимогами ПКУ і НП(С)БО. Підприємства, які є платниками податку на прибуток та ПДВ, мають враховувати ці особливості та передбачати відповідні елементи та вибір альтернатив у наказі про облікову політику.

Бібліографічний список:

1. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 9 «Запаси»: затверджено наказом Міністерства фінансів України від 20.10.1999 р. № 246. Редакція від 01.01.2023. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0751-99#Text> (дата звернення: 01.04.2023).

2. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 2 «Запаси». URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/929_021#Text (дата звернення: 01.04.2023).

3. Податковий кодекс України від 02.12.2010 р. № 2755-VI. Редакція від 01.04.2023. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17#Text> (дата звернення: 01.04.2023).

4. Єгорова Юлія. Податковий облік товарів та виробничих запасів. *Дебет-Кредит*. 2012. № 23. URL: <https://online.dtkr.ua/2012/23/51603> (дата звернення: 01.04.2023).

УДК: 633.1:339.13

АНАЛІЗ ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ РИНКУ ЗЕРНА В УКРАЇНІ ПІД ЧАС ВІЙНИ

Ращевська Н.В., здобувачка вищої освіти*,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

Україна є однією з найважливіших світових виробників зерна та однією із ключових країн – експортерів на зовнішній ринок безпосередньо таких зернових культур, як пшениця, кукурудза та ячмінь, їх виробництво всередині країни значно перевищує внутрішнє споживання.

Багато років український агропромисловий комплекс до повномасштабного вторгнення на території нашої країни займав ведучі позиції серед експортерів світу. Тому, події 2022 року стали справжнім випробуванням для аграріїв.

Найбільші втрати понесли ті, хто саме вирощували зерно. Адже, по-перше, це найбільша сфера по кількості виробників, а, по-друге, саме на них вплинуло значне зростання цін на логістику. І вже на самому піку логістика стала дорожче, аніж саме зерно – чого не повинно бути взагалі.

На жаль, через воєнний стан в Україні посівну довелося проводити в тяжких умовах. Навіть фермери, які розвивали свої підприємства на територіях, що були окуповані загарбниками, планували починати польові роботи [3].

Почалася посівна на початку березня 2022 року тільки в 20 областях України. Виникало багато питань: від того де знайти насіння до, безпосередньо, робочої сили, яка в країні значно зменшилася, адже дехто встиг виїхати за кордон, дехто пішов на лінію фронту, аби стояти на захисті нашої Батьківщини.

* Науковий керівник – кандидат економічних наук, доцент В.В. Ярова

Через часткову окупацію територій України та зниження врожайності пшениці спостерігалися значні зменшення об'ємів її виробництва. Влітку 2022 року даної культури було зібрано 20,2 млн тонн, що на 37 % менше, аніж показник минулого року [2]. Проте, це пов'язано не тільки з воєнним положенням. Достатнього впливу завдали і погодні умови. Адже, через високі температури повітря та значні недобори осадів відбувалися інтенсивні втрати вологи, особливо на верхніх шарах ґрунтів. До того ж, засуха не тільки сприяла погіршенню зволоження ґрунтів, але й суттєво прискорила фазовий розвиток усіх сільськогосподарських культур.

Надвисокі і стабільно зростаючі експортні показники агропромислового комплексу являються типовими для України за останні 15 років, проте, військове вторгнення агресора на території України, призвело не тільки до певних збоїв в роботі постачань агропродукції на внутрішньому ринку, але й до зупинки роботи українських морських портів, на які приходиться близько 99 % сукупного експорту зерна.

Через військові дії на території України Міністерство інфраструктури закрило декілька портів, серед яких були і Бердянськ, Маріуполь, Херсон. Через це працювали лише невеликі порти, які становили тільки 10 % проходячого через них експорту.

Якщо порівняти показники виробництва та експорту пшениці в Україні за останні 8 років, то можна відмітити те, що вони мали певні тенденції до коливання [1]. Ми розрахували коефіцієнт експорту як відношення обсягу експорту (E) в натуральному або вартісному показнику за певний період до обсягу внутрішнього виробництва (B_B) зерна за цей же період (%):

$$k_{exp} = \frac{E}{B_B} \cdot 100\%.$$

Зобразимо абсолютні і відносні показники виробництва і експорту зерна в Україні в динаміці за 2015 – 2022 рр.

Аналізуючи дані, можна побачити, що найбільшого показнику експорту було досягнуто у 2019/2020 роках, частка якого у виробництві складала аж 73 %. А ось, якщо взяти до уваги 2021/2022 рік, то тут просліджується низька частка експорту у виробництві, адже з 32,2 млн тонн, що були вирощені, експортовано було тільки 18,6.

До 24 лютого 2022 року з України відправлялося приблизно 90-95 % аграрного продовольства [1]. Але через те, що багато територій було окуповано та заблоковано, не було змоги експортувати зерно так, як і раніше, проте всі зерносховища були заповнені урожайми минулих років.

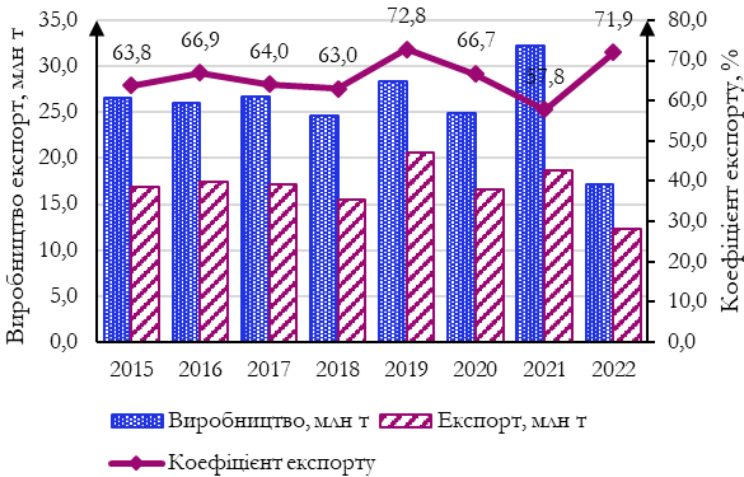


Рис. Абсолютні і відносні показники виробництва і експорту зерна в Україні, 2015-2022 рр.

До середини травня 2022 року експортні ціни на пшеницю досягли небувалого до сих пір рівня, внаслідок чого це мало серйозні наслідки у країнах Африки, Близького Сходу та Азії, де до того ж ситуацію із забезпеченням населення продовольством суттєво погіршила і пандемія COVID-19.

Експерти підкреслюють: «В Україні все ще залишається експортний потенціал пшениці, є перехідні залишки з минулого маркетингового року. Достатня кількість запасів і для внутрішнього споживання, що складає близько 7 млн тонн. Проте ціна все ще залишається низькою на українському ринку, що значно ускладнює подальшу діяльність українських аграріїв» [1].

Задля вирішення низки проблем, було відкрито «зерновий коридор», який почав роботу 1 серпня 2022 року і продовжує свою дію до середини березня 2023 року. Тому, аби якось продати дану продукцію, був єдиний варіант – експортування за допомогою автомобілів або залізниць. Саме завдяки цій ініціативі, з України було експортована достатня кількість агропродукції до Європи.

За 6 місяців роботи зернового коридору світ отримав приблизно 19,7 млн тонн продовольства, а повинен отримати більше 30 млн тонн за умови стабільного функціонування коридору. До того ж, в Міністерстві інфраструктури відмітили, що зберігається критично низький показник виходу суден із портів – близько 2,5 суден в день [4].

26 листопада 2022 року почалася реалізація нової міжнародної ініціативи Grain from Ukraine, в рамках якої українське продовольство будуть експортувати в країни Африки та Азії. З 24 лютого 2022 року по 15 січня 2023 року з України було експортовано приблизно 9 млн тонн пшениці [4].

Бібліографічний список:

1. Рожко В. Воєнні баланси продовольства в Україні. Частина 3. Експорт. Експорт зернових культур. URL: <https://www.apk-inform.com/ru/exclusive/topic/1526929> (дата звернення: 11.03.2023).
2. Маковій Ю. Рік, що нас змінив і зміцнив – підсумки аграрного сезону 2021/22. URL: <https://kurkul.com/spetsproekty/1403-rik-scho-nas-zminiv-i-zmitsniv--pidsumki-agrarnogo-sezonu-2021-22> (дата звернення: 11.03.2023).
3. Війна й посівна: чи буде в Україні і світі продовольча криза – думки фермерів, економістів та Мінагро. URL: <https://suspilne.media/234621-vijna-i-posivna-ci-bude-v-ukraini-i-sviti-prodovolca-kriza-dumki-fermeriv-ekonomistiv-ta-minagro/> (дата звернення: 12.03.2023).
4. Моїсєєв В. Блокування експорту, посівна, руйнування земель: головні події на аграрному ринку у 2022 році. URL: <https://thepage.ua/agro/glavnye-sobytiya-na-agrarnom-rynke-ukrainy-v-2022-godu> (дата звернення: 12.03.2023).

УДК: 336.22:334.7

СПРОЩЕНА СИСТЕМА ОПОДАТКУВАННЯ ТА ЇЇ ВПЛИВ НА МАЛИЙ БІЗНЕС В УКРАЇНІ

Савчук С.С., здобувач вищої освіти*,

Київський національний університет імені Тараса Шевченка,
м. Київ, Україна

Корисний вплив малого бізнесу на економіку країни є колосальним, що підтверджено досвідом західних країн. Однією із основ малого бізнесу в Україні є підприємства зі спрощеною системою оподаткування, тобто ФОПи-платники єдиного податку.

Історія ФОПів не є новою, адже спрощену систему оподаткування для фізичних осіб-підприємців увів у дію ще другий Президент України Л. Кучма 1999 року «для зниження податкового навантаження та стимулювання малого підприємництва» [1]. Зменшення кількості податків, простота ведення бізнесу, превентивний нагляд держави є безумовними плюсами для розвитку малого бізнесу.

* Науковий консультант – кандидат економічних наук, доцент М.В. Музиченко

Проте така організаційно-правова форма завжди була зручною для ухилення від сплати податків, підґрунтям для зменшення бази оподаткування та інших махінацій. І будь-які спроби держави врегулювати це питання стикається із сильним опором малого бізнесу.

Варто згадати про введення обов'язкового використання касових апаратів для ФОПів у 2022 р. Ймовірно, що фіскалізація полегшила б нагляд держави за бізнесом і вивела б чимало схем із тіні. Таке рішення призвело до протестів і зрештою використання РРО відтермінували у зв'язку із військовими діями [2].

Аналізуючи кількість активних ФОПів по роках, чітко прослідковується тенденція до їх збільшення за останній звітний період (рис. 1) [3]. Проте спостерігається їх різке падіння з 2016 року. Перш за все, це пов'язано із введенням обов'язкової сплати ЄСВ у 2017 р. за кожного ФОП незалежно від отримання ним доходу [4].

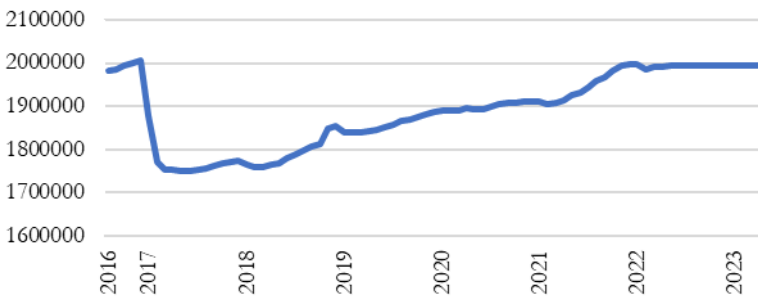


Рис. 1. Динаміка кількості активних ФОПів [3]

Як не парадоксально, такий крок не зменшив податкових надходжень від ФОПів. Упродовж 2016-2021 років надходження до бюджету за рахунок єдиного податку зросли більш ніж у 3 рази (табл. 1) [5].

Таблиця 1

Надходження до бюджету за рахунок єдиного податку по роках (мрд. грн)

	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Надходження до бюджету за рахунок єдиного податку по роках	10,32	15,45	19,88	24,95	27,63	34,81

Джерело: [5]

Підсумовуючи вищенаведене можна дійти висновку, що малий бізнес – це незамінна для розвитку економіки соціально-економічна система, яка у цілому покладається на таку організаційно-правову форму як ФОП.

Цьому явищу притаманні наступні тенденції:

– зростання ролі в економіці, про що свідчить збільшення кількості ФОПів а також податкових надходжень від них;

– їх використання для незаконних схем, пов'язаних з ухиленням від сплати податків;

– неприйняття малим бізнесом посилення нагляду з боку держави і фіскалізації його діяльності;

– відхід у тінь внаслідок збільшення податкового навантаження та інших обов'язкових платежів. Адже чітко спостерігається зменшення кількості ФОПів у 2017 р. Виникає сумнів, що із закриттям ФОП ці підприємці залишили свій бізнес і позбавили себе доходів, скоріше за все вони стали сірими для законодавства і продовжили діяльність без сплати податків.

Не викликає сумнівів ключова роль ринку IT-галузі як невід'ємної складової малого бізнесу в Україні, який показує неухильну тенденцію до зростання, при цьому аутсорсинг, який є основою для цієї сфери, покладається на ФОП.

В пріоритетах також є і вирішення проблеми із тіннізацією. Але державі необхідно знайти консенсус із суспільством, щоб знайти шлях із найменшим опором з боку малого бізнесу. Введення РРО можливо і ефективно вирішить це питання, але подібні різкі рішення наражають державу на черговий податковий майдан.

І звісно ж головним орієнтиром має бути подальше недопущення ускладнення ведення бізнесу, адже тільки так ми зможемо ефективно залучити населення до активного економічного життя держави і провести швидку повоєнну відбудову.

Бібліографічний список:

1. Зануда А. Хто такі ФОПи і чому вони проти РРО. Пояснюємо загадки слів з трьох літер. *ВВС Україна*. 2021.
URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-55618735>

2. Шмигаль: Впровадження касових апаратів для всіх ФОПів відтермінують. *Економічна правда*. 2022.
URL: <https://www.epravda.com.ua/news/2022/03/7/683477/>

3. Фопономіка Економіка українських ФОПів в реальному часі. *Опендатабот*. 2023. URL: <https://opendatabot.ua/open/foponomics>

4. Баконіна О. ФОП без доходів та ЄСВ: сплачувати чи ні. *LIGA ZAKON*. 2020. URL: https://biz.ligazakon.net/news/192241_fop-bez-dokhodv-ta-sv-splachuvati-chi-n

5. ФОПи сплатили в бюджет найбільшу суму єдиного податку за 5 років *Опендатабот. Радіо Свобода*. 2022. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/news-fop-iedynyi-podatok-opendatabot/31674012.html>

УДК: 339.13

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ ЗБУТОМ ПРОДУКЦІЇ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Степанов В.О., магістрант*,
Сумський національний аграрний університет,
м. Суми, Україна

Критичний аналіз наукових поглядів на сутність збутової діяльності дозволив ідентифікувати її як цілеспрямовану організаційно-економічну діяльність, яка направлена на збільшення реалізації товарів та послуг шляхом врахування виробничого потенціалу, технологічного циклу продукції, інноваційної складової діяльності підприємства, маркетингового плану, логістичних зв'язків, механізмів сервісної підтримки, пріоритетів зовнішньоекономічної діяльності підприємства відповідно до стратегічного плану розвитку підприємства, забезпечуючи двосторонній зв'язок підприємства з бізнес-партнерами та бізнес-інфраструктурою. При цьому під управлінням збутом продукції підприємства слід розуміти процес розробки, планування, координації, організації та контролю відповідних заходів і ключових показників ефективності та масштабів просування продукції на цільовому ринку з метою налагодження перспективних довготривалих стосунків з контрагентами [1, 2].

Практика свідчить, що в сучасних умовах інноваційна діяльність стає одним з головних факторів розвитку суб'єктів економічних відносин. Перманентні зміни умов зовнішнього макро- і

* Науковий керівник – доктор економічних наук, професор О.О. Краснопуцький

мікросередовища підвищують ступінь невизначеності бізнесу і потребують від нього адаптаційних дій, метою яких є забезпечення відповідності внутрішніх можливостей розвитку, тобто потенціалу організації, зовнішнім. Природним шляхом забезпечення такої відповідності є інноваційна діяльність. Проте, вона пов'язана з високим ступенем ризику, який стримує інноваційну активність. Однак ті підприємства, що не створюють і не впроваджують інновацій, ризикують ще більше. При цьому найбільш ефективним в короткостроковому періоді та найменш ризикованим з огляду на ризики погіршення фінансово-економічного стану підприємства з огляду на обсяги потреб в інвестиційних ресурсах є шлях впровадження комерційних та маркетингових інновацій, тобто тих, які орієнтовані на раціоналізацію протікання саме збутової стадії виробничо-комерційного циклу.

Відповідно, в дослідженні обґрунтовано критеріальні засади вибору комерційних та маркетингових інновацій з подальшим удосконаленням їх типології. В свою чергу, доведено, що найбільш раціональним критерієм, тобто визначальною ознакою, вибору комерційних та маркетингових інновацій в управлінні збутовою діяльністю аграрного підприємства є їх орієнтація на настання певних подій, а саме: збільшення ринкової частки підприємства на цільовому ринку збуту, підвищення ціни реалізації продукції підприємства за рахунок освоєння певних цільових груп споживачів продукції, а також зміна позиції підприємства в структурі каналу ринкового розподілу продукції за рахунок диверсифікації видів виробничої та комерційної діяльності. В свою чергу, збутова стратегія підприємства має бути інтегрованою в його загальну бізнес-стратегію, адже саме за цієї умови стає можливою стабілізація розвитку підприємства.

Слід зазначити, що досягнутий рівень організації та технологій виробництва продукції аграрних підприємств дозволяє раціонально здійснювати управління обсягами та якістю сільськогосподарської продукції. Втім, ефективність реалізації цього потенціалу суттєво знижується за рахунок недосконалої організації управління маркетингом та збутом продукції. При цьому, якщо маркетингова стратегія та маркетингова політика визначає загальний та специфічні напрями розвитку економічної діяльності підприємства, то від організації збутової стадії залежить остаточне формування фінансових результатів [1, 3].

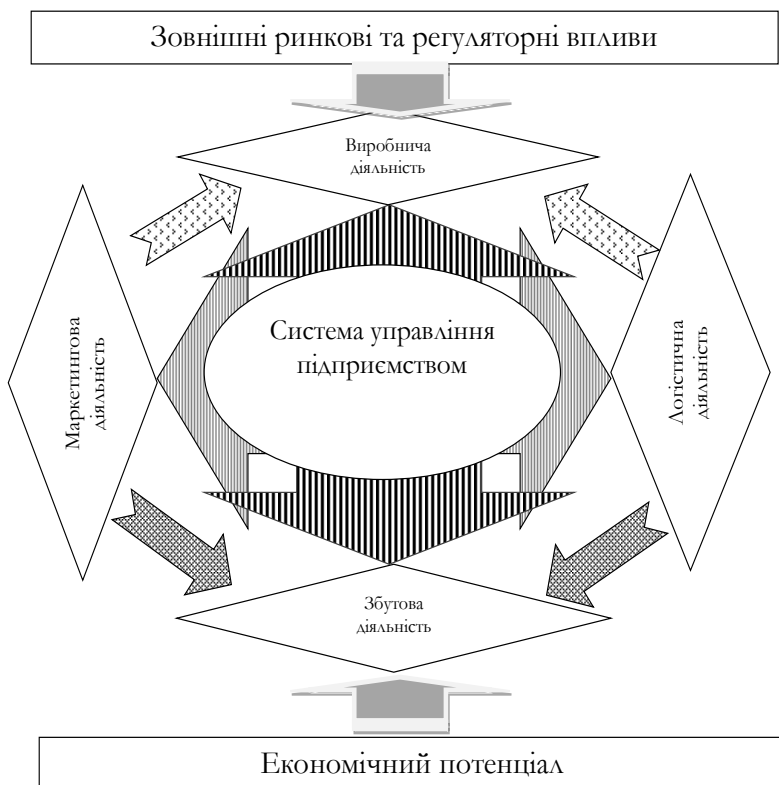


Рис. Зв'язок маркетингово-збутової та виробничої діяльності в системі менеджменту аграрного підприємства

На підставі критичного аналізу наукових позицій та застосування представленого на рис. підходу були визначені сутнісно-змістові характеристики поняття «маркетингово-збутова система» в менеджменті аграрного підприємства, під якою слід розуміти впорядковану сукупність елементів, інструментів, підрозділів та зв'язків, які дозволяють впорядковано здійснювати маркетингові та збутові процеси. Запропонований підхід дозволяє чітко виділяти функціональне навантаження та застосований інструментарій елементів систем управління

виробничою, збутовою та маркетинговою діяльністю в їх органічному поєднанні в системі менеджменту підприємства. Слід зазначити, що для результат-орієнтованого успішного менеджменту підприємства, здавалося б, достатньо наявності сформованих каналів збуту продукції, втім, лише системне управління маркетингом та збутом може забезпечити підприємству стабільне досягнення цілей своєї діяльності, адже саме в такий спосіб останнє буде здатне до ефективної мобілізації всіх своїх виробничих та комерційних можливостей.

В роботі ідентифіковано ринкові аспекти ефективного здійснення збутової діяльності аграрних підприємств шляхом виділення типів конкурентної побудови цільових ринків збуту продукції аграрних підприємств. При цьому встановлено, що складність конкурентних структур цільових ринків сільськогосподарської продукції визначається побудовою, довжиною та особливостями функціонування каналів ринкового розподілу продукції. Дослідження показали, що на рівні взаємодії аграрних підприємств з першими посередниками, які здійснюють торговельно-закупівельну діяльність конкурентну структуру більшості цільових ринків сільськогосподарської продукції можна представити як ринки олігопсонії або, в деяких випадках, монопсонії. На більш високих рівнях маркетингової інфраструктури ринку конкурентні структури модифікуються в олігополію та, іноді, наближаються до моделі досконалої конкуренції. Вказане обумовлене суттєвою диференційованістю концентрації та ефективності функціонування капіталу аграрних підприємств та підприємств сфери оптової торгівлі сільськогосподарською продукцією, а отже і рівнем їх ринкової влади та повноти реалізації економічних інтересів.

Бібліографічний список:

1. Данько Ю.І. Формування систем забезпечення конкурентоспроможності аграрних підприємств: монографія. Суми: Університетська книга, 2016. 301 с.

2. Красноручький О.О. Системи управління збутовою діяльністю аграрних підприємств: стратегія, механізми, інструментарій: монографія. Херсон: Грінь Д.С., 2012. 348 с.

3. Власенко Т.А. Структура чинників зовнішнього середовища підприємств. *Актуальні проблеми інноваційної економіки*. 2019. № 2. С. 48-54.

ФІНАНСОВИЙ МЕНЕДЖМЕНТ В УКРАЇНІ У ПЕРІОД ВІЙНИ

Чорба А.Ю., здобувач вищої освіти*,
Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів, Україна

Менеджмент – це адміністративна діяльність, яка включає організацію, а також повну координацію співробітників та їх завдань для досягнення цілей компанії та за рахунок використання її ресурсів. Чим менше зусиль та ресурсів було витрачено, тим краще працює менеджмент у компанії.

Щоб стати менеджером навіть нижчої ланки, необхідно розвивати навички планування, комунікації, організації роботи та лідерства. Потрібно також повне розуміння цілей компанії та всього процесу загалом: куди і як спрямовувати ресурси для здійснення цих цілей. Менеджмент необхідний для визначення, розуміння та постановки цілей, а також для досягнення їх за допомогою людей та інших ресурсів. Якщо функції управління виконуються, компанія приходить до запланованого результату. Менеджери оцінюють тип роботи, поділяють її на здійсненні завдання та делегують їх іншим співробітникам. Організація складається з низки відносин між окремими співробітниками, навіть цілими відділами чи підрозділами всередині компанії. Відповідальність за те, щоб ці люди та організації працювали як єдиний механізм, несе керівник. Хороший менеджер вміє будувати міжособистісні стосунки між членами команди та усувати будь-які непорозуміння та конфлікти [1].

Фінансовий менеджмент – це процес планування, керування та контролю фінансових ресурсів підприємства, організації чи уряду. Головною метою фінансового менеджменту є забезпечення ефективного використання грошових ресурсів та максимізація їхньої вартості для власників.

У сучасних умовах фінансовий менеджмент також включає в себе використання різноманітних інструментів фінансового аналізу та планування, таких як бухгалтерський облік, аудит, аналіз фінансової

* Науковий керівник – кандидат економічних наук, доцент Ю.Б. Мironov

звітності, управління платіжними потоками та інвестиційні стратегії. Успішний фінансовий менеджмент вимагає від керівників знань з фінансів та економіки, а також здатності до стратегічного мислення, прийняття рішень та управління ризиками. Крім того, ефективний фінансовий менеджмент повинен базуватися на тісній співпраці між різними підрозділами підприємства або організації, такими як фінансовий відділ, відділ маркетингу та виробництва.

Мета фінансового менеджменту – отримати максимальну фінансову вигоду від функціонування підприємства в інтересах його власників. Стратегічні завдання в управлінні фінансами зводяться до:

1. Збільшення прибутку підприємства.
2. Збільшення ринкової вартості акцій компанії і, як наслідок, самої компанії.
3. Забезпечення інвестиційної привабливості підприємства.
4. Забезпечення платоспроможності і ліквідності підприємства.
5. Забезпечення достатнього рівня рентабельності і продажів.
6. Формування гнучкої цінової політики і зниження витрат.
7. Забезпечення фінансової стійкості в довгостроковому періоді й уникнення значних фінансових невдач.
8. Закріплення позицій компанії на займаному ринку або розширення існуючого ринкового сегменту.

Фінансовий менеджмент є гнучким механізмом управління, орієнтованим на швидкі зміни у внутрішньому і зовнішньому економічному середовищі [2].

Більше року тому відбулося повномасштабне вторгнення росії на територію України, що в подальшому призвело до великих людських жертв, значного пошкодження інфраструктури, економічних та екологічних збитків. Фінансовий менеджмент в період війни може бути складним і вимагати додаткових зусиль для забезпечення ефективного управління фінансовими ресурсами.

Основним завданням фінансового менеджменту в період війни є забезпечення фінансової стійкості та підтримки військових операцій. Це вимагає стратегічного планування й ефективного використання ресурсів. Одним із ключових аспектів фінансового менеджменту в період війни є контроль над витратами. Уряд повинен вести строгий облік витрат на військові операції, щоб забезпечити ефективне використання коштів та уникнути зайвих витрат.

Для забезпечення фінансової стійкості уряд може ввести додаткові податки або збори, а також випустити облигації на військові потреби. Уряд також може звернутися до міжнародних фінансових організацій для отримання фінансової допомоги. Фінансовий менеджмент в період війни також вимагає мобілізації фінансових ресурсів та координації роботи між різними державними органами та військовими підрозділами. Ефективне співпрацювання та координація можуть допомогти забезпечити ефективне використання ресурсів та досягнення стратегічних цілей.

Отже, фінансовий менеджмент в Україні в період війни вимагає багато уваги та зусиль для забезпечення фінансової стійкості та підтримки військових операцій. Контроль над витратами, мобілізація ресурсів та ефективне співпрацювання та координація між різними урядовими органами та військовими підрозділами є ключовими елементами успішного фінансового менеджменту в період війни. Крім того, уряд повинен бути готовим до можливих непередбачуваних обставин, що можуть вплинути на фінансову стійкість, таких як економічні кризи, зміни валютних курсів або природні катастрофи. Для успішного фінансового менеджменту в період війни також важливо мати досвідчених фінансових керівників та експертів, які можуть допомогти уряду приймати важливі рішення та забезпечити ефективне використання ресурсів.

Загалом, фінансовий менеджмент в період війни є складним завданням, яке вимагає багато уваги та зусиль для забезпечення фінансової стійкості та підтримки військових операцій. Однак, за наявності ефективної стратегії та координації між різними державними органами та військовими підрозділами, уряд може успішно забезпечити фінансову стійкість та досягнути своїх стратегічних цілей.

Бібліографічний список:

1. Що таке менеджмент і для чого він потрібен.
URL: <https://aboutmarketing.info/>
2. Що таке фінансовий менеджмент?
URL: <https://biznesua.com.ua/shho-take-finansoviy-menedzhment/>

ПРОГНОЗУВАННЯ ОБСЯГІВ ВИРОБНИЦТВА ЗЕРНА ОЗИМОЇ ПШЕНИЦІ ГОСПОДАРСТВАМИ ХАРКІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ В УМОВАХ ВІЙНИ

Ярова В.В., кандидат економічних наук, доцент,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-1742-1886>

Скоробагатько К.А., здобувачка вищої освіти,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

Колеснік А.С., здобувачка вищої освіти,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

Якщо характеризувати розвиток зерновиробництва Харківської області до 2022 року, коли розпочалося повномасштабне російське вторгнення в Україну, то ключовими словами тут були б: стабільність, зростання, ключова галузь, продовольча безпека людства. Ситуація кардинально змінилася 24 лютого 2022 р. Страшні людські втрати серед мирного населення і серед військових, масштабна вимушена міграція, руйнування виробничої та соціальної інфраструктури, небезпечність для сільськогосподарських робіт через замінування та хімічні забруднювачі – це далеко неповний перелік наслідків війни, що триває.

За оцінками Агроцентру KSE, було знищено або викрадено 2,8 млн т зернових і 1,2 млн т олійних культур врожаю 2022 р., загальною вартістю \$1,87 млрд. [1].

Особливістю аграрного виробництва є, по-перше, те що земля є іммобільним ресурсом. Сільське господарство, на відміну від інших видів бізнесу, не можна перевезти в іншу частину країни чи вивезти за кордон. По-друге, людям потрібно бути захищеними від війни і від голоду. Саме сільське господарство забезпечує безпеку і тим хто захищає, і тим, кого захищають.

Метою нашого дослідження є прогнозування обсягів виробництва зерна озимої пшениці господарствами Харківської області в умовах війни з використанням методів екстраполяції рядів динаміки.

Метод екстраполяції полягає у тому, що на основі вивчення динаміки попередніх показників роблять висновки про значення прогнозних показників у майбутньому періоді. У цьому випадку необхідним елементом є побудова та аналіз так званого динамічного

ряду, який класифікує зміну значення показника в часі за різними періодами та описує динаміку його розвитку [1].

Екстраполяція - це метод знаходження значень показника за межами відомого динамічного діапазону і передбачає розширення тенденції ряду в минуле або в майбутнє, тому розрізняють ретроспективну та прогнозну екстраполяцію [2].

Під трендом в економічному прогнозуванні розуміють довгострокову тенденцію зміни економічних показників. Розрізняють такі основні групи методів прогнозування з використанням екстраполяції: 1) метод визначення середнього значення; 2) екстраполяція трендів; 3) експоненціальне згладжування [2].

Ми використали екстраполяцію трендів, тобто продовження трендів, виявлених під час аналізу, за динамічний діапазон, встановлений на основі емпіричних даних (рисунок).

Дослідивши тенденцію зміни розміру посівних площ озимої пшениці у господарствах Харківської області за 32 роки ми встановили закономірність до її щорічного зростання у середньому на 20373 га:

$$y_t = 242.77 + 20.373t$$

Якщо припустити, що ця тенденція зберігатиметься протягом наступних 7 років, то при рівні імовірності 0,95 можна прогнозувати на 2028 рік розмір посівної площі озимої пшениці 711,3 тис. га, що на 22,8% більше фактичної посівної площі по області у 2021 році.



Рис. Екстраполяція динамічного ряду факторів виробництва зерна озимої пшениці у господарствах Харківської області, 1990-2021 рр.

Але окрім чисто математичних прогнозів ми маємо враховувати військовий стан та тенденції, які складаються у навколишньому середовищі із факторами, які впливають на показники виробництва озимої пшениці. Федорова А. зазначає. Що «третина українських земель стала зоною ризикового сільського господарства. Це означає, що територія замінована і є потенційно небезпечною для ведення сільськогосподарських робіт. Забруднені ґрунти можуть стати небезпечними як для населення, яке там проживає, так і для споживачів, які будуть споживати вирощену на них агропродукцію». Експертка вказує на те що на стан ґрунтів впливає все: падіння снарядів, замінування територій, побудова бліндажів. І в міру продовження війни рівень пошкоджень зростає через хімічні, фізичні забруднення та механічні порушення структури ґрунту [5].

По-перше, мова йде про те що, Україна знаходиться у стані війни. Харківська область, як прикордонний регіон, межує із країною агресором. У зв'язку з цим у більшості прикордонних громад (Золочівська, Дергачівська, Липецька, Вовчанська, Вільхуватська, Дворічанська громади) та у районах, які опинилися у зонах активних бойових дій (Харківська, Богодухівська, Валківська, Чугуївська, Куп'янська, Ізюмська, Балаклійська, Великобурлуцька, Циркунівська, Роганська громади) урожай озимої пшениці 2022 року не був зібраний. Ускладнило ситуацію і те, що восени 2022 року не були проведені посівні роботи під урожай озимих 2023 року.

По-друге, хоч у мирні часи, хоч під час військового стану посівна площа відноситься до екстенсивних факторів розвитку зерновиробництва. Головні напрямки збільшення збору зерна мають бути зосередженні на інтенсивному факторі – на зростанні урожайності. Тому ми вважаємо необґрунтованим прогнозувати розширення посівних площ озимої пшениці у господарствах Харківської області на найближчі роки. Більш об'єктивним є використання степеневі функції:

$$y_t = 233.69t^{0.2752}$$

За параметрами криволінійної функції теоретичний прогноз посівної площі озимої пшениці у господарствах Харківської області на 2028 рік становить 553,8 тис. га або 95,6% до фактичного рівня 2021 року (при рівні імовірності 0,95), тобто можливе скорочення посівів цієї важливої зернової культури на 4,4% або на 25700 га.

Чоловський С.М. зазначає, що аналізуючи методи вирощування сільськогосподарських культур, можна виділити два найбільш

ефективних і витратних важелі впливу на рівень врожайності: системи удобрення та збереження. Водночас це «баланси» одного масштабу, а без балансу немає результату. Адаже метою обох заходів є оптимізація та покращення роботи одного з них – системи посівного світла [4].

Ще 10-15 років тому врожайність озимої пшениці в 10 т/га була далекою мрією для українських аграріїв, а сьогодні це реальність для сільськогосподарських підприємств України. Основа цього – збільшення інвестицій, зміна методів вибору сортів, способів обробітку ґрунту, оновлення механічних тракторних парків, удосконалення систем удобрення та захисту рослин [4].

За даними Польового В.М., Лукашук Л.Я., подальше зростання врожайності та покращення якості зерна основної продовольчої культури в Україні – озима пшениця – потребує постійного вдосконалення техніки вирощування завдяки новітнім науковим розробкам. За інтенсивними технологіями вирощування середній рівень її може становити 70 ц/га проти 45 ц/га за звичайною технологією [5].

Нами встановлено, що за 1990-2021 рр. урожайність озимої пшениці в господарствах Харківської області має тенденцію до зростання. Про це свідчать використанні нами для математичного вирівнювання динамічного ряду урожайності і прямолінійна, і криволінійна функції.

Рівняння прямої лінії показує що, теоретична урожайність озимої пшениці у 1989 році була 24,647 ц/га. Протягом досліджуваного періоду вона зростала в середньому за рік на 1,4933 ц/га.

$$y_t = 24.647 + 1.4933t$$

Якщо припустити збереження встановленої тенденції на наступні 7 років, то при рівні імовірності 0,95 можна стверджувати, що теоретична прогнозна урожайність озимої пшениці у 2028 році становитиме 59 ц/га, що на 20,9% вище рівня 2021 року. За такого рівня урожайності при зменшенні посівних площ на 4,4% можна припустити збільшення прогнозного обсягу виробництва зерна озимої пшениці в Харківській області у 2028 році на 15,5% ($0,956 \cdot 1,209 = 1,155$ або 115,5 %).

Парабола 2 порядку має більш високий коефіцієнт достовірності апроксимації (0,3972) порівняно з рівняння прямої лінії (0,3926).

$$y_t = 26.669 + 0.8193t + 0.0396t^2$$

Орієнтовні прогнози обсягів виробництва зерна озимої пшениці господарствами Харківської області на 2028 р.

Математична функція (тренда урожайності)	Прогноз			(+, -)% до 2021 р.
	посівної площі (≤ на 4,4%), тис га	урожайності, ц/га	валового збору, тис ц	
Прямолінійна	553,8	59,0	32672,9	+15,5
Поліном 2-го ступеня	553,8	66,5	36809,2	+30,2

Поліном також встановлює тенденцію зростання урожайності за 1990-2021 рр. Якщо скористатися параметрами параболи 2-го порядку, то теоретично очікувана урожайність озимої пшениці у 2028 році становить 66,5 ц/га або 136,2% до фактичного рівня 2021 року (при рівні імовірності 0,95). За такого рівня урожайності при зменшенні посівної площі на 4,4% можна очікувати зростання обсягів виробництва зерна порівняно з 2021 роком на 30,2 %.

У перспективах подальших досліджень потрібно провести верифікацію отриманих прогнозів, яка є важливим етапом прогнозування. Вона передбачає оцінювання їх точності та обґрунтованості з використанням сукупності критеріїв, способів і процедур. Це дасть можливість оцінити якість прогнозу.

Бібліографічний список:

1. Дослідження KSE Institute та Мінагрополітики: прямі збитки в сільському господарстві України внаслідок війни з РФ сягають \$ 6,6 млрд. URL: <https://kse.ua/ua/about-the-school/news/doslidzhennya-kse-institute-ta-minagropolitiki-pryami-zbitki-v-sil'skomu-gospodarstvi-ukrayini-vnaslidok-viyini-z-rf-syagayut-6-6-mlrd/> (дата звернення: 30.03.2023).

2. Екстраполяційні методи прогнозування як інструмент передбачення оптимальних обсягів споживання продукції вітчизняного продовольчого комплексу. URL: <https://ir.kneu.edu.ua/bitstream/handle/2010/3940/26%20-%2032.pdf?sequence=1&isAllowed=y> (дата звернення: 25.03.2023).

3. Федорова Л. Третина с.-г. земель в Україні є потенційно небезпечними для виробництва. URL: <https://kurkul.com/news/32433-tretina-s-g-zemel-v-ukrayini-ye-potentsiyno-nebezpechnimi-dlya-virobnitstva> (дата звернення: 29.03.2023).

4. Чоловський С.М. Максимальна врожайність озимої пшениці. *Агробізнес сьогодні*. 29.09.2017. URL: <http://agro-business.com.ua/2017-09-29-05-56-43/item/14095-maksimalna-vrozhaunist-ozymoi-pshenytsi.html> (дата звернення: 23.03.2023).

5. Польовий В.М., Лукашук Л.Я. Інтенсифікація технології вирощування пшениці озимої. *Агроном*. 10.08.2019. URL: <https://www.agronom.com.ua/intensyfikatsiya-tehnologiyi-vyroschuvannya-pshenytsi-ozymoi/> (дата звернення 23.03.2023).

Секція

*Виробничі,
маркетингові та
комерційні
інструменти
управління розвитком
суб'єктів економічних
відносин*

FORMATION AND DEVELOPMENT OF MARKETING TOOLS AT ENTERPRISES UNDER MARKET FUNCTIONING CONDITIONS

Boiko N., Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Semen Kuznets Kharkiv National University of Economics,
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-7292-5289>

Today there is no pure existence in different species. In particular, the marketing tools used by Ukrainian enterprises are similar to the marketing tools of enterprises operating in market conditions: targeting, online tools are used, which indicates the activation of Internet marketing communications, traditional advertising. At the same time, the marketing tools of enterprises in market conditions are characterized by individualization, modern approaches, addressability, and a variety of distribution channels.

The marketing strategy and activity of the enterprise depends on its organizational structure and size. Accordingly, any enterprise marketing tools are determined according to the developed marketing plan [3]. To analyze the relationship of marketing tools and organizational structure, it is advisable to consider the development on the basis of organizational structures of marketing proposed by F. Kotler what to highlight characteristic tools depending on the size of the enterprise and its organizational structure (Table 1) [5].

F. Kotler [5] in the evolutionary development of organizational structures marketing distinguishes 6 stages:

1. A simple sales department is typical for small companies. The sales policy is limited by the distribution system. market research, sales planning and advertising are of little importance. The sales department is headed by a vice president who manages the sales staff. If needed to carry out marketing research or conduct an advertising campaign, then specialists from relevant enterprises are hired.

2. Sales department, which performs marketing functions. Such an organizational one the structure is focused on the sale of goods using sales tools The sales manager is subordinate to the functions of other departments, related to sales: sales planning, sales training, service buyers, etc. As the company expands, it has to add or enhance some marketing services.

In this case, for conducting marketing research and advertising campaigns, specialists are hired – marketing research manager and advertising manager. A marketing director may also be hired who will manage these and other marketing functions.

3. Independent marketing department. Continuing to grow, the company can afford additional investments in marketing research, development of new products, advertising and sales promotion, service improvement. Then it becomes necessary and profitable to highlight marketing functions in an independent department. In this case, marketing is already considered as one of the functions of managing the company's activities, product policy is part of marketing activity. They are shortened functions of the sales department. At this stage, sales and marketing are already two different things functions, although they should be closely related.

4. A campaign based on processes and results. There are many now companies are changing their organizational structure again, focusing it on key processes, not departments. The organization "by departments" is increasingly common considered an obstacle to the performance of basic business functions, such as creation of new products, attraction and retention of customers, processing orders and customer service. In this case, the organizational structure aimed at key processes in the company. To achieve certain results according to the listed processes, companies form mixed teams and their managers are appointed. Marketers and trade workers everything spend more time working in such teams

5. Modern marketing department. If between sales and marketing significant misunderstandings and disagreements arise, then the best way out is this is the creation of a marketing department that combines sales functions and marketing under the leadership of the executive director of marketing and sales.

6. Effective marketing campaign. A business can have modern marketing department and still fail in the market. In order to this did not happen, all employees should be creative marketing campaign, and not only marketers and sales staff.

Today, marketing divisions can represent 2 levels management [1; 4]:

- 1) central marketing units;
- 2) operative departments.

Central marketing divisions are responsible for coordinating, planning and controlling actions. Operational issues relate to implementation tasks related to sales of products and their promotion on the market. Structure marketing services are diverse. However, following the systems linear and functional relationships, the following main types can be distinguished [1]:

- 1) by functions of marketing activity;
- 2) by product;
- 3) by region;
- 4) by consumer groups;
- 5) matrix.

Table 1

Characteristics of marketing tools depending on the size of the enterprise and its organizational structure

Organizational structure marketing	Characteristics of marketing tools	The organizational structure enterprises and size enterprises
A simple department sales	Marketing tools: channels distribution, marketing research, advertising	Small companies with linear, functional or linear functional structure
Sales department, which performs functions marketing	Sales marketing tools: sales planning, training sellers, customer service etc.	Small and medium companies with linear, functional or linear functional structure
Independent department marketing	Complex of marketing tools: marketing research, development of new ones goods, advertising and promotion sales, service improvement	Small and medium companies with linear functional or linear functional structure
Modern department marketing	Complex of marketing tools: fastening responsible, segmentation, customer categorization, sales process automation, using the principles of "funnel sales", control activities of sellers, use package market offers for customers, CRM and management client base, systems encouraging marketers to based on key indicators activities (English - KPI), programs loyalty for B2B customers, advertising, internet marketing	Medium enterprises from linear functional and divisional structure
Effective marketing campaign and campaign, based on processes and results	Tools for primary collection information on the state of the market, own positioning and study of competitors' activities; tools of commodity formation politicians; forming tools price policy; tools formation of sales policy; forming tools communication policy; advertising policy tools and promotion; tools after-sales and service; high-tech tools (in particular 3D marketing). Internet marketing: search engine optimization (promotion); contextual advertising; media advertising; banner advertising; interactive advertising; email marketing; virtual marketing; hidden marketing	Corporation, holding, conglomerate, big enterprise with multiple, matrix, project-targeted organizational management structure

Note: suggested by the author

Based on the works of O. Golubkova, V. Cherenkov, we will consider in more detail the structure of marketing services [2; 4].

1. In organizations of functional marketing divisions each department or sector performs one or a number of certain functions marketing activity. This is usually the structure of marketing services of small firms working with a narrow product range, in a small number of markets or their segments that stand out in a certain way homogeneity, stability and small capacity (scale, volume). As a rule, these are companies that make a serial product - a product that is not needed significant modifications depending on the nuances of the demand offered to it, and also which is not the object of significant influence of scientific and technical progress, that is, it does not require significant modernization in the field of research and development research and development works (R&DKR) [4].

2. In the practice of foreign firms, it has become widely spread organization of marketing services by product [2; 3]. They have the structure is built according to the product and industry characteristics - types of goods that are produced, are the basis of the formation of the organization by product and branch a feature - the types of goods and services produced. Such a structure typical for companies that produce a wide range of products, with different production technology and a network of sales markets specializing in a small amount of products of a homogeneous nature. It allows firms it is better to adapt to the market requirements for each individual product or them group due to professional knowledge of the product and, as a result, sensitive response to the slightest changes in the situation in product competition.

3. Firms are characterized by a regional orientation of sales activities organization of marketing services by region. The regional structure gives advantages for companies that carry out extensive sales and production activities abroad. However, it makes special demands on the nature of the products goods company. They should be uniform and satisfactory enough homogeneous requirements of consumers of different segments, most often these are goods that are in stable demand among significant groups of the population and that sold through a wide network of intermediaries. Most often it is like this the geographical structure acts as an auxiliary, that is, a substructure in relation to it others - functional, commodity.

4. Organizational structure by consumer groups. According to R. Tim, depending on the specifics of specific market segments is of the greatest importance organizational structure by consumer groups [4]. To build such marketing management departments are created according to market structures segments. Such a structure of the enterprise is oriented towards

the end consumers, and on this basis segmentation is carried out for each group consumers, namely: individual, complex, market. Such a structure allows for individual service and satisfaction of requirements, nominated by a specific group of consumers. Thus it happens compliance with the principle of in-depth segmentation of work in the market. Organizational structure by consumer group ensures long-term relationships with partners for supply operations and, therefore, stabilization of profit.

5. For matrix-type organizational structures in which there is duality management, there are difficulties with the implementation of the program because it is missing the principle of unity. When establishing clear boundaries of authority and the responsibility of functional managers and program managers these difficulties can be overcome. This structure is quite flexible and multifunctional can be used to the greatest extent in Ukraine, because, for one thing on the other hand, it is necessary to clearly coordinate separate marketing departments, deeply develop each of the functions, and on the other - track the smallest changes on markets (both the markets of geographical regions and the markets of specific goods - depending on the variant of the matrix structure).

So, we can conclude that the organizational structure depends on the size of the enterprise and at the same time affects marketing enterprise tools. Thus, the use of traditional of tools is characteristic of small and medium-sized enterprises with linear, functional or linear-functional structure. Modern marketing tools are typical for large enterprises, corporations, holdings that function on the basis of a matrix, divisional, project-target structure. In addition, organizational structure affects the size and the scale of the marketing department.

References:

1. Organizational structure of marketing units. URL: <http://marketing-helping.com/konspekti-lekcj/20-kurs-lekcji-disiplna-qosnovimarketinguq/352-organizacyjna-struktura-marketingovixn-pdrozdlv.html>
2. Ahmed Pervaiz K., Rafiq Mohammed. The role of internal marketing in the implementation of marketing strategies. *Journal of Marketing Practice: Applied Marketing Science*. 1995. Vol. 1. No. 4. P. 32-51.
3. Dunmore M. Inside-Out Marketing. How to Create an Internal Marketing Strategy. Kogan Page Limited. 2002. 264 p.
4. Tim R.V. Davis. Integrating internal marketing with participative management. *Management Decision*. 2001. Vol. 39/2. P. 121-130.
5. Kotler Ph. Kotler on Marketing : how to create, win and dominate markets. THE FREE PRESS.2008 283 p.

**FORMATION STREAMS CONTINUOUS DEVELOPMENT
FRONTS WORKS OF THE COMPLEX TOWN-PLANNING
POWER RECONSTRUCTION**

Posternak I.,

Candidate of Technical Sciences, Associate Professor,
the Odessa State Academy of Civil Engineering and Architecture
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-5274-8892>

Posternak S.,

Candidate of Technical Sciences, Associate Professor,
private company "Composite" Odessa, Ukraine
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-0890-4963>

Posternak O.,

student speciality 192 "Construction and Civil Engineering"
the Odessa State Academy of Civil Engineering and Architecture
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-4568-9943>

"After the victory in Ukraine, the process of rebuilding and restoring the housing and social infrastructure of communities will begin, which should be based on a comprehensive approach. In particular, we must take care not only of the restoration of objects that were destroyed or damaged as a result of the war, but also of the outdated housing stock, which has long since exhausted its operational resource. The adoption of a new draft law on the complex reconstruction of outdated housing will allow local self-government bodies to start planning the renewal of the housing stock in communities in the context of comprehensive post-war reconstruction," noted Nataliya Kozlovska [1].

This draft law was developed and supported by the Government last year, and the Verkhovna Rada approved it in the first reading in September of this year. Therefore, during the preparation for the second reading, it is necessary to change the emphasis in the document related to the reconstruction of housing destroyed or damaged as a result of hostilities.

In particular, document [1]:

- introduces an algorithm for making a decision on the reconstruction of outdated housing;
- provides for the reconstruction of not only multi-apartment buildings, but also existing objects of social and transport infrastructure, which are located within the boundaries of the quarter, which is subject to reconstruction;

- improves the compensation procedure for owners of outdated housing;
- provides for various options for resettlement of residents of the quarter during reconstruction;
- determines measures for the reconstruction of a block or microdistrict: reconstruction of apartment buildings, in particular modernization, with or without the removal of residents or the demolition of an apartment building;
- expands the list of sources of financing reconstruction projects.

Therefore, the reconstruction of residential facilities will be carried out according to the new building regulations, which provide for aspects of energy efficiency, accessibility, creation of the necessary infrastructure conditions, etc. In the future, this will significantly reduce housing maintenance costs.

As one of perspective forms of integration various complexes act in town-planning structure; in the course of formation of plans of social and economic development of large cities even more often there is a situation when for increase of efficiency used financial, material and a manpower concentration of efforts, but also new progressive forms of the organization of building manufacture – corporate, scientific and technical is necessary not simply, power efficiency [2...4].

Any complex works can be executed various methods with different terms of the beginnings and the terminations works, with different character use resources and development private fronts of works and according to technical and economic indicators different in size. Basically methods calculation the organization works are defined taking into account the restrictions imposed on communication between works.

The line method the organization works is formed by means of spatial division the general front works into private front works and parallel performance into them polytypic private streams works.

Line methods the organization works can be calculated in the different ways, therefore they have received names of methods calculation the organization works. We will consider a method of continuous development fronts works (M-CDF).

For calculation formation streams on method M-CDF we will consider the line organization of works presented by matrix durations and the schedule internal painting and decorating, at reconstruction of buildings of historical building Odessa under standards power efficiency.

On four building objects, defined as private fronts of works, are carried out four kinds of works in rigid technological sequence (A→B→C→D) on each object: plaster works (index A), priming works (index B), underpaint putty works (index C) and works on colouring (index

D). The sequence development private fronts works also is fixed by the following sequence: 1→2→3→4.

Each kind of work is carried out by constant cast which pass to the following object only after the full termination work on previous object. If the given complex works was carried out by a consecutive method its minimum duration would be equal to the sum of durations of all works entering into a given complex:

$$T = 7 + 9 + 6 + 8 + 2 + 3 + 2 + 3 + 13 + 17 + \\ + 11 + 15 + 5 + 8 + 4 + 6 = 119 \text{ days.}$$

For the line organization works at performance any work on any object performance two obligatory conditions is required:

- 1) the termination the given kind of work a resource on previous object (resource readiness of executors);
- 2) the termination a previous kind of work on the given object (technological readiness private front of work).

At formation of schedules works the primary goal consists in calculation terms manufacture works or, otherwise, terms the beginnings and the terminations works.

For the given stream as restriction is entered maintenance continuous development each private front of work (a zero stretching face-to-face communications), and as criterion function - the greatest possible rapprochement adjacent fronts works.

For a conclusion of the basic settlement formulas the size carrying the name of the period expansion which defines a difference between the beginning the subsequent work on private front I and the beginning of previous work on the same front - $T_{pj, j+1}$ is entered into consideration. Clearly, that the work first in a technological order is not preceded by any other work and, hence, its beginning is accepted by the zero. Thus, having defined the beginning the first work and the corresponding period of expansion the second work, it is possible to calculate the beginning its manufacture on private front I etc. (on an induction) before definition the beginning last kind of work.

Having calculated the beginning of last work taking into account restriction on a continuity performance of works, it is possible to define the general duration of all complex works under the formula (1):

$$T = \sum_{j=1}^{n-1} T_{j,j+1}^p + \sum_{i=1}^m t_{n,i} \quad , \quad (1)$$

Where $T_{j, j+1}^p$ - the period expansion the subsequent front of work concerning previous; m - the general number kinds of works (a current serial index, j); n - the general number fronts of works (a current serial index, j); t_n , i - duration i works on last private front.

For definition of values the period expansion the subsequent fronts of works we will take advantage a condition (2) at which prior to the beginning any simple work, work the same kind previous on front should be executed:

$$T_{j, j+1}^p = \max_{i=1, m} \sum_{k=1}^i (t_{j, k} - t_{j+1, k-1}) \quad (2)$$

Where $t_{j+1, 0}$ - the operation time a zero kind equal to zero.

It is offered to create in the city Odessa "the Corporate scientific and technical complex town-planning power reconstruction "CSTC T-PPR", as the innovative organizational structure using in practice the saved up scientific and technical potential for reconstruction buildings historical building of Odessa under standards power efficiency.

Formation of streams (in the matrix form) on a method of continuous development of fronts of works (M-CDF), as line method calculation the planned schedule performance internal painting and decorating of the Corporate scientific and technical complex town-planning power reconstruction "CSTC T-PPR" is executed. The considered method calculation a building stream effectively to apply in need delivery in operation building objects in limiting deadlines.

References:

1. Наталія Козловська. Комплексна реконструкція кварталів застарілого житла має стати частиною післявоєнного відновлення громад. *Офіційний веб-сайт Міністерства розвитку громад та територій України: новини*. URL: <https://www.minregion.gov.ua/press/news/nataliya-kozlovska-kompleksna-rekonstrukciya-kvartaliv-zastarilogo-zhytla-maye-staty-chastynoyu-pislyavoyennogo-vidnovlennya-gromad/>

2. Posternak I.M., Posternak S.A. (2016). Corporate scientific and technical complex town-planning power reconstruction "CSTC T-PPR" Odessa. *The development of international competitiveness: state, region, enterprise*: materials of the International scientific conference. Lisbon, Portugal: Baltija publishing. Part II. Volume 1. Business economics and corporate management: innovation problem. pp. 6-8.

3. Posternak, I.M., & Posternak, S.A. (2016). Sohranenie ob'ektov kulturnogo naslediya Odessyi s uchetom energomenedzhmenta [Preservation objects of a cultural heritage of Odessa with the account power management]. Preservation of historic buildings in the central part of Odessa via inscribing in the UNESCO world heritage list (pp. 220–223). Odessa: Astroprint.

4. Posternak I.M., Posternak S.A. Die Kalender Planung bei der Organisation des Baues des komplexes städtebaulich energetisch-rekonstruktion. *Economy and society: a modern foundation for human development: materials of the II International scientific conference*, Germany, Leipzig, June 23th, 2017; Leipzig university: Faculty of economics and management science. Baltija publishing, 2017. Part II. P. 44-47.

УДК: 658.5

БАЗОВІ ЕЛЕМЕНТИ МОДЕЛІ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Гіржева О.М., доктор економічних наук, доцент,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-4548-3512>

Порушення виробничих зв'язків, розрив ланцюгів постачання сировини, втрата ринків збуту готової продукції та інші причини, що виникли в умовах сьогодення, приводять підприємства до економічної кризи. На жаль, невід'ємним атрибутом сучасності є суттєве зростання традиційних та поява якісно нових викликів та загроз, що визначають кризовий стан підприємств і вимагають адекватного реагування за допомогою антикризового управління.

З огляду на це є необхідність в ефективному антикризовому управлінні діяльністю підприємства з метою запобігання та усунення фінансових загроз та ризиків, швидкого виходу із криз для мінімізації негативних наслідків.

Виявлення симптомів та ознак кризових явищ з часом має стати основою антикризового управління будь-якого підприємства.

Антикризове управління це системна робота, розрахована на тривалий період. І вона значною мірою пов'язана із управлінням змінами. Щоб отримати бажаний результат у заплановані терміни, необхідно використовувати модель антикризового управління.

Розвиток адаптованої моделі антикризового управління підприємств із урахуванням світового досвіду диктує необхідність формування збалансованої системи формування управлінських рішень, диференційованих залежно від стадії кризи: запобігання – нівелювання - вихід [1]. Протидіючі, адаптивні та наступальні важелі та інструменти повинні бути додані до цих етапів, які можуть не лише запобігти і подолати кризу, але також перетворять його на додаткові можливості та посткризові результати.

Модель антикризового управління передбачає, що робота буде проводитись послідовно. Виділяється п'ять основних елементів цієї моделі.

1. Підготовка організаційних змін.

Результати антикризового управління залежать від того, наскільки продуманими та підготовленими будуть організаційні зміни. На підготовчому етапі необхідно зробити такі кроки:

- проаналізувати поточну ситуацію на підприємстві;
- визначити цілі змін та обмеження;
- визначити можливі методи запровадження антикризової стратегії.

Підготовка організаційних змін може містити, наприклад, навчальні заходи. Важливо, щоб вони мали системний характер. Краще передбачити цикл заходів на рік, наприклад: чотири-шість навчальних семінарів для різних груп; три-чотири тренінги щодо впровадження змін та культури ризик-менеджменту для формування та розвитку практичних навичок; на завершення – тестування або, наприклад, рольова гра.

Стратегічна сесія для керівництва може проводитись на початку або після завершення навчальних заходів. На етапі підготовки також важливо передбачити заходи щодо підтримки впровадження змін.

2. План змін.

Антикризове управління спрямоване на те, щоб отримати певний бізнес ефект. Цей ефект може бути отриманий тільки за умови спільного використання активів, залучення топ-менеджменту, мідл-менеджменту (керівників середньої ланки) та співробітників з урахуванням того, що на кожному рівні управління – певний масштаб мислення.

З метою підвищення ефективності антикризового управління важливо провести роботи методологічного характеру, на цій основі підготувати поетапний план змін та оцінити успіх плану змін за основними критеріями. При цьому важливо: визначити відмінності операційного та стратегічного планування у кризовий період; провести розширений SWOT-аналіз бізнесу; підготувати поетапний план змін; оцінити успіх плану змін за основними критеріями.

Оцінка плану змін проводиться у форматі відповідей на ключові питання: наскільки успішно реалізувалися зміни; який реальний внесок управління змінами привнесло в успішну реалізацію змін.

Проводячи оцінку плану, не варто забувати про чинники, що ускладнюють її. До них належать: відсутність узгодженого визначення успіху; відсутність конкретних критеріїв успіху; нездатність зібрати

необхідні дані. Причому в останньому пункті йдеться не про масив даних, а про так звані «розумні» дані, які необхідні для: прийняття управлінських рішень; фіксування контрольних точок (маленькі успіхи закріплюють впевненість у загальному успіху).

3. Ризики та можливості.

У міру реалізації плану антикризового управління підприємства супроводжуватимуть не лише ризики, а й можливості. Тому для підприємства важливо: розглянути кожен елемент алгоритму роботи з ризиками і можливостями; ідентифікувати ризики; сформувати реєстр ризиків; провести оцінку, ранжування ризиків; вибрати стратегію роботи з ризиками; детально розглянути нові можливості, що відкриваються під час кризи.

4. Реалізація плану змін.

Думку ділових партнерів, а також співробітників підприємства та інших зацікавлених осіб важливо враховувати під час реалізації плану змін. Тому перед початком реалізації необхідно зробити кілька практичних кроків: визначити стейкхолдерів змін та формат взаємодії з ними; нівелювати опір, який гальмує використання плану; скласти антикризову стратегію; навчитися ефективно керувати командою, часом та бюджетом.

Хто має змінювати ситуацію на підприємстві: безпосередні керівники; лідери змін; учасники змін. Серед них обов'язково повинні бути спонсори змін, лідери проєкту, команда змін, топ-менеджери та HR.

Що необхідно змінити на підприємстві: організацію (оргструктуру, органи ухвалення рішень, тимчасові команди, ролі); комунікації та взаємодія (ділові партнери, підрядники, клієнти, населення, ділове співтовариство тощо); людей та культуру (якість провідної команди, корпоративну культуру, культуру ризик-менеджменту, культуру в галузі інформаційної безпеки, практики управління персоналом, систему винагороди, систему фінансової та нефінансової мотивації, систему наставництва тощо); методологію (методологію бізнес-процесів, політики, стратегії, стандарти, регламенти та процедури, методологію визначення та декомпозиції ключових показників ефективності тощо); IT та інфраструктуру (обладнання, програмне забезпечення, додатки та сервіси, дані тощо).

Як необхідно змінити ситуацію на підприємстві: посилити контроль; підвищити достовірність та своєчасність звітності; підвищити ефективність комунікацій та навчання; підвищити залученість персоналу; створити або активізувати менторство та підтримку тощо.

5. Підбиття підсумків проекту щодо впровадження змін.

Резюмувати результати трансформації можна, якщо послідовно виконати роботу за такими напрямками: фіксування результатів; розбір помилок; тимчасове «заморожування» підсумків; завершення неуспішних проєктів; виявлення та аналіз допущених помилок.

Ефективність керування змінами можна виміряти кількома способами. Можна кількісно визначити відповідь на кілька питань, наприклад: - що дає управління змінами щодо досягнення цілей? Для відповіді на це питання необхідно провести дослідження та за його підсумками визначити відсоток учасників цього дослідження, які досягли поставленої мети або перевищили їх; - що дає управління змінами щодо дотримання термінів? Для відповіді на це питання необхідно провести дослідження та за його підсумками визначити відсоток учасників, які завершили проєкт у встановлений термін; - що дає управління змінами щодо дотримання бюджету? Для відповіді на це питання необхідно провести дослідження та за його підсумками визначити відсоток учасників, які не перевищили запланованого бюджету.

На практиці не можна виділити єдиний підхід до запобігання кризі. Кожне підприємство унікальне і має різний потенціал протидії кризовим явищам та різні адаптаційні можливості для реалізації існуючих антикризових моделей [2]. При виборі моделі антикризового управління для підприємств необхідно враховувати такі особливості, як специфічні фактори, висока залежність від ринкових умов, що змінюються, складність завдань матеріально-технічного забезпечення виробничих потреб, обмеженість фінансових ресурсів і відсутність кваліфікованих управлінців і адміністраторів.

Враховуючи різноманіття факторів, тільки професійне та ефективне антикризове управління може їх враховувати та оцінювати. Його основним завданням є організація та структурування інформації відповідно до конкретної комплексної моделі, що включає типові заходи та обмеження. Фактори, що діють у зовнішній системі моделі, порушують здатність підприємства фокусуватися на стратегічному управлінні в період кризи. Тільки у разі їх усунення підприємство може перейти до стратегічного управління ситуацією. У внутрішній системі моделі розрізняють три процесу: ідентифікацію, протидію та реструктуризацію. Модель системного антикризового управління наочно демонструє, що нівелювання зовнішніх факторів та управління внутрішніми процесами роблять кризову ситуацію контрольованою.

Таким чином, завдяки грамотному та системному застосуванню антикризової моделі управління, підбраної саме для вашого підприємства, ви зможете керувати змінами економічно та ефективно, запобігати ризикам та користуватися новими можливостями.

Бібліографічний список:

1. Гонтар З.Г., Соколова М.К. Організація антикризового управління на підприємствах на основі інновацій. *Електронна збірка наукових праць «Е-КОНОМІКА»*. Х.: НТУ «ХПІ». 2020. № 1(4). С. 22-26.

2. Лігоненко Л.О. Антикризисное управление предприятием: теоретико-методологические основы и практический инструментарий. К.: Ника-Центр, 2014. 390 с.

УДК: 339.138

SMM МАРКЕТИНГ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ І ЙОГО ВПЛИВ НА БІЗНЕС

Аванесова О.С., здобувачка вищої освіти*,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

Соціальні мережі стали одним з найважливіших каналів комунікації між брендами та споживачами. Соціальні мережі є не тільки майданчиком для спілкування та розваг, але й інструментом для реклами та просування продуктів і послуг [1-5]. В останні роки, все більше компаній використовують соціальні мережі для просування свого бізнесу. Соціальний медіа-маркетинг (SMM) став часто вживаним терміном в бізнесі.

SMM маркетинг - це використання соціальних медіа-каналів для просування бренду, продукту або послуги. Це означає, що SMM маркетинг включає в себе рекламу, залучення уваги та зв'язок зі споживачами в соціальних мережах, таких як Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, YouTube та інших.

SMM маркетинг дозволяє компаніям залучати увагу своєї цільової аудиторії і збільшувати свій брендовий образ в соціальних мережах. Підприємства можуть створювати контент, який привертає увагу, спонсорувати публікації, щоб показувати їх цільовій аудиторії, а також взаємодіяти зі своїми підписниками через коментарі та особисті повідомлення.

* Науковий керівник – кандидат економічних наук, професор С.О. Зайка

Одна з головних переваг SMM маркетингу полягає в тому, що він дозволяє підприємствам збільшувати свою онлайн-присутність, не витрачаючи великі кошти на рекламу. Спеціалісти з маркетингу можуть використовувати соціальні мережі для просування своїх продуктів та послуг шляхом створення цікавого та корисного контенту, який привертає увагу аудиторії [4]. Також, SMM маркетинг дозволяє підприємствам знаходити нових клієнтів і збільшувати свою базу підписників.

Однак, SMM маркетинг в соціальних мережах має свої виклики та проблеми. З одного боку, соціальні мережі є дуже конкурентним середовищем, де бренди повинні створювати унікальний та цікавий контент, щоб привернути увагу аудиторії. З іншого боку, соціальні мережі постійно змінюють свої алгоритми, що може вплинути на охоплення публікацій підприємств. Також, важливо мати правильну стратегію та метрики для оцінки ефективності SMM маркетингу.

Отже, для успішного SMM маркетингу в соціальних мережах необхідно мати чітку стратегію та метрики, які дозволять оцінити ефективність підприємства [2]. Крім того, важливо створювати цікавий та корисний контент, який привертає увагу аудиторії. Підприємства також можуть використовувати різні формати контенту, такі як відео, зображення та тексти, щоб залучити різні типи аудиторії.

SMM маркетинг в соціальних мережах став невід'ємною частиною бізнесу в сучасному світі. Використання соціальних медіа-каналів дозволяє підприємствам залучати увагу своєї цільової аудиторії та збільшувати свою онлайн-присутність. Щоб досягти успіху в SMM маркетингу, підприємства повинні мати чітку стратегію та метрики, які дозволять оцінити його ефективність, а також створювати цікавий та корисний контент. Важливо також звертати увагу на аналіз результатів та адаптувати свою стратегію відповідно до отриманих даних.

Крім того, з поширенням соціальних мереж з'явилися нові можливості для реклами та продажів. Рекламні кампанії в соціальних мережах можуть бути дуже ефективними, оскільки дозволяють точно налаштувати таргетування та залучити відповідну аудиторію. Крім того, деякі соціальні мережі надають можливість відразу ж купувати товари та послуги, що дозволяє збільшувати продажі та прибуток підприємства.

Отже, SMM маркетинг в соціальних мережах є потужним інструментом для бізнесу. Якщо підприємства будуть правильно використовувати цей інструмент, вони зможуть залучити увагу своєї цільової аудиторії, збільшити свою онлайн-присутність та збільшити продажі. Однак, важливо не забувати про те, що соціальні мережі постійно змінюються, тому необхідно зберігати гнучкість та адаптуватися до нових тенденцій та вимог аудиторії.

Бібліографічний список:

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. Features of marketing communications on the Internet. *Modern transformations in economics and management: V International scientific-practical conference (March 26-27, 2021. Klaipeda, Lithuania)*. Riga, Latvia: "Baltija Publishing", 2021. P. 98-102.

3. Zaika S., Kuskova S., Zaika O. Trends of marketing development in the condition of digital economy. *Economy digitalization in a pandemic conditions: processes, strategies, technologies: International scientific conference (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>

4. Савицька Н.Л., Забаптанська Т.В., Забаптанський М.М., Борисович В.А. Соціальні медіа як сучасний інструмент просування бренда. *Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг*. 2020. Вип. 2. С. 116-130.

5. Савицька Н.Л., Чміль Г.Л. Нова парадигма маркетингу в умовах цифрової трансформації економіки. *Вісник Сумського національного аграрного університету*. 2020. Вип. 2(84). С. 81.

УДК: 005.21:658.8

ГЕНЕЗИС ПОНЯТТЯ «МАРКЕТИНГОВА СТРАТЕГІЯ»

Беляев О.І., здобувач третього рівня вищої освіти *,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-0212-8895>

Маркетинг як окрема наука виник відносно недавно, але інструменти заохочення попиту використовувалися людством навіть у часи стародавнього світу. Такі свідчення, збереглися, наприклад на табличках із Месопотамії (територія сучасного Іраку). На одній із таких табличок, що датується 1750 роком до н.е. розміщена скарга на низьку якість руди та затримку її доставки через логістичну помилку [1].

Успіх та ефективність маркетингових засобів підприємства, у першу чергу, залежить від кваліфікації керівників, які схвалюють або коригують документацію стосовно ведення маркетингової політики.

На теперішній час, головним інструментом, що регулює маркетингову політику підприємства на найвищому рівні є

* Науковий керівник – кандидат економічних наук, професор С.О. Зайка

маркетингова стратегія. Її правильне тлумачення є важливим, оскільки навіть керівники підприємств часто плутають це поняття із поняттям маркетингової політики, що негативно впливає на комунікацію керівників та прийняття рішень.

Спочатку визначимо різницю між поняттями «стратегічний маркетинг» та «оперативний маркетинг». Стратегічний маркетинг охоплює усі галузі діяльності та продукти чи послуги, які виробляє чи надає компанія, і направлений на посилення конкурентної позиції підприємства у цілому. Стратегічний маркетинг визначає високорівневі цілі підприємства та поведінку підприємства у конкурентному середовищі. Оперативний маркетинг, у свою чергу, визначає перелік дій та заходів, направлених на досягнення кожної конкретної цілі підприємства [2]. Відповідно, маркетингова політика - це перелік дій, необхідних для досягнення цілі (або цілей) підприємства, а маркетингова стратегія визначає високорівневі цілі підприємства в цілому, і займає вищу «сходінку» у ієрархії, порівняно з маркетинговою політикою.

Тепер коли межа між поняттями «маркетингова політика» та «маркетингова стратегія» проведена, наведемо визначення маркетингової політики від Філіпа Котлера, якого називають «Батьком маркетингу». Згідно його трактування, «маркетингова стратегія - це маркетингова логіка, за допомогою якої компанія сподівається досягти своїх маркетингових цілей» [3]. Дане визначення є дуже загальним. Варто зазначити, що під «маркетинговою ціллю» у даному визначенні беруться до уваги стратегічні цілі підприємства, наприклад, зайняття певного відсотку ринку певного товару.

У енциклопедії «Wiley International Encyclopedia of Marketing» [4] маркетингова стратегія підприємства визначається як «стратегія, яка базується не тільки на ідентифікації потреб та інтересів клієнта, на чітко визначеному продуктовому ринку, для створення користі для клієнта, а також чітко визначає відмітні характеристики фірми у відношенні до конкурентів на ринку». У цьому визначенні зазначається, що у маркетингову стратегію, окрім детального опису продуктового ринку та планів щодо поліпшення та просування продуктів чи послуг, мають бути закладені характеристики диференціації підприємства на конкурентному ринку, тобто до маркетинг-менеджменту та продакт-менеджменту додається складова бренд-менеджменту. Також було зазначено, що саме створення корисних для клієнта продуктів чи послуг є основним інструментом для досягнення цілей підприємства.

Науковець із Техаського Університету сільського господарства і механіки Р. Варадараян у своїй роботі визначає маркетингову стратегію

як «шаблон рішень, які містять важливі управлінські рішення відносно, продуктів, ринків, маркетингової діяльності та маркетингових ресурсів із метою створення, налагодження комунікації та впровадження продуктів, які несуть користь для клієнта організації, і таким чином дозволяє організації досягти своїх цілей» [5]. У даному визначенні як і у попередньому виділяється орієнтованість на клієнта.

Отже, варто зазначити, що жодне із визначень не втратило актуальність і на теперішній час. Визначення поняття «маркетингової стратегії» розвивається паралельно із розвитком маркетингу як науки. За наведеними у дослідженні визначеннями вчених, можна спостерігати, що із часом поняття «маркетингової стратегії» уточнюється та стає більш всеосяжним, включаючи у себе додаткові уточнення чи складові.

Кожна маркетингова стратегія встановлює напрямки дій організації щодо споживачів та конкурентів на довгий період часу. Вона слугує засобом досягнення маркетингових цілей, ґрунтується на результативному маркетинговому аналізі та підпорядковується ієрархії стратегій організації. Маркетингова стратегія визначає ринкову орієнтацію діяльності підприємств та є важливою складовою формування логічної, послідовної та циклічної маркетингової стратегії.

Враховуючи стрімкий розвиток інформаційних систем та технологій можна зробити припущення, що у майбутньому визначення «маркетингової стратегії» будуть розширюватись із метою охоплення диджиталізації маркетингових процесів, росту популярності соціальних мереж та розповсюдженням спеціалізованих інформаційних систем для вирішення маркетингових задач.

Бібліографічний список:

1. Non-profit and research-oriented Museum «Marketing Museum». URL: <https://marketing.museum/marketing-history/> (дата звернення: 15.03.2023).

2. Giuseppe Volpato, Andrea Stocchetti Ca'Foscari. Old and new approaches to marketing. The quest of their epistemological roots, Ca'Foscari University: Department of Management. 2009. 48 p.

3. Philip Kotler. Principles of marketing 8th edition. New Jersey, 1999. 1032 P.

4. Albert Caruana. Competitive Advantage: Its Sources and the Search for Value // Wiley International Encyclopedia of Marketing, Part 1. Marketing Strategy. Wiley-Blackwell; 2011 P. 17-24.

5. Rajan Varadarajan. Strategic Marketing and Marketing Strategy: Domain, Definition, Fundamental Issues and Foundational Premises. *Journal of the Academy of Marketing Science*. 2010. Vol. 38, No 2. P. 119-140.

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ГАЛУЗІ ТВАРИННИЦТВА В УКРАЇНІ

Воронкова А.А., кандидат економічних наук, доцент,
Державний Біотехнологічний університет, м. Харків Україна
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-0523-3156>

Ровчак Т.Є., здобувач вищої освіти,
Державний Біотехнологічний університет, м. Харків Україна

Україна аграрна країна. Однією з основних галузей аграрного сектору є тваринництво. Воно забезпечує населення продуктами харчування, а для переробної промисловості надає сировину, є постійним учасником формування державних резервів тваринницької продукції, сприяє інтенсивному використанню земельних ресурсів.

Нині ця галузь знаходиться у критичному стані, її фактичний стан не відповідає її потенційним можливостям. Галузь має багато проблем, які потребують негайного вирішення. До найгостріших проблем можна віднести: недостатня кормова база, у більшості випадків низька якість продукції, низькі показники продуктивності тварин, відсутність стабільності у державній підтримці, низький рівень сформованості ринків збуту тощо. Перелічені проблеми негативно впливають на галузь, реалізацію потенційних можливостей тварин а також і на можливості залучення інвестицій на її розвиток.

Проблеми розвитку тваринництва в Україні та ефективності функціонування галузі були об'єктом постійного дослідження протягом останніх років такими вітчизняними вченими, як: В.Г. Андрійчука, В.І. Аранчія, В.І. Бойка, О.М. Бородіної, М.В. Зубця, С.М. Кваші, О.В. Мазуренка, П.Т. Саблука, О.М. Шпичака та інших. Сьогоднішня ситуація ці проблеми не вирішує, а навпаки загострює. Наслідки COVID-2019 та широкомасштабного вторгнення російського агресора лише загострили стан галузі.

Загострення проблем з розвитку тваринництва розпочалося ще за часів трансформації України до ринкових відносин. Економіка України була не готова до такої трансформації, що негативно відобразилось як на темпах розвитку економіки країни так і на галузі тваринництва загалом. Аналізуючи дані Державного комітету статистики України, бачимо, що впродовж останніх двадцяти років трансформації галузі тваринництва, спостерігалася тенденція росту

собівартості продукції тваринництва, що негативно впливало на рівень її рентабельності, прибутковості. В останні роки рентабельним було в небагатьох господарствах, наприклад, Харківщини, лише виробництво молока та яєць. Нерентабельними були розведення овець, великої рогатої худоби, птиці. Як бачимо, суперечливі суспільно-економічні відносини на селі, руйнування спеціалізованих великотоварних господарств, зменшення продуктивності худоби привели до зменшення поголів'я тварин та скорочення виробництва продукції тваринництва.

Тваринництво України представлено скотарством, свинарством, птахівництвом, вівчарством та менш поширеними кролеводством, рибництвом, бджільництвом, звірівництвом та іншими підгалузями. Скотарство, це найбільш складна і надзвичайно важлива галузь сільського господарства, вона є найважливішим індикатором стану тваринницької галузі. До більш ефективних галузей тваринництва відносять птахівництво та свинарство, що забезпечують населення цінними продуктами харчування, такими як м'ясо, а свинарство ще й салом.

Під час широкомасштабного нападу російського агресора, біля 20% поголів'я великої рогатої худоби було сконцентровано на тих територіях, які були тимчасово окупованими, або на яких велися активні бойові дії. Незначну кількість тварин вдалося перемістити на мирні території. Згідно зі словами в. о. директора департаменту агропромислового розвитку Харківської облдержадміністрації К. Панфілова, у десяти господарствах Харківщини внаслідок бойових дій були значні руйнування та втрати, а в семи з них загинули тварини. К. Панфілов повідомив, що під окупацією влітку знаходилися найпотужніші тваринницькі господарства Куп'янського, Ізюмського, та, частково, Чугуївського районів. До воєнних дій, питома сумарна частка великої рогатої худоби у господарствах Куп'янського й Ізюмського районів становила 46%. В цих господарствах обсяги виробництва молока в області становили 48%. Нині половина продукції скотарства та понад 60% продукції свинарства втрачені в частині Чугуївського району[2].

За попередніми оцінками, Укрінформ, в Україні внаслідок російського вторгнення втрачено 15-20% поголів'я великої рогатої худоби, свиней і птиці [1].

Перший заступник міністра аграрної політики та продовольства Т. Висоцький зазначив, що галузь тваринництва переживає важкі часи, але демонструє стійкість перед непередбачуваними викликами, відновлюється та посилює міжнародну співпрацю з країнами ЄС, зокрема з Німеччиною [1].

На сучасному етапі галузь демонструє стійкість, господарства переорієнтовуються, шукають нові альтернативні шляхи для відновлення, до нього долучаються міжнародні партнери з точки зору гуманітарної підтримки. Є ініціатива створити фонд для підтримки України. У мирних регіонах аграрним підприємствам пропонують спеціальні кредитні програми, портфельні гарантії, за рахунок бюджетних коштів підтримують попит та забезпечують продуктами харчування населення, яке наразі знаходиться на тимчасово окупованих територіях.

На думку Т. Висоцького, тваринництво чекає новий виток прогресивного розвитку, що забезпечить розвиток бізнесу, створення нових робочих місць та виготовлення якісної продукції, здатної до міжнародної конкуренції. Але для цього важливо обмінюватися передовими технологіями, фіксувати дружні контакти, налагоджувати взаємовигідну співпрацю в рамках розвитку тваринництва України, українських та німецьких компаній [1].

В процесі дослідження, бачимо, що основними факторами, які сприяють збільшенню виробничої потужності тваринництва, є природи худоби, використання новітніх технологій та концентрація виробництва. Тому, щоб частково вирішити проблеми розвитку тваринництва, необхідно:

По перше, розраховувати на власні сили, власний ентузіазм, любов до своєї справи та Батьківщини. Нині фермерам, аграрним підприємцям слід активніше об'єднуватися, кооперуватися та створювати і розвивати вертикально інтегровані аграрні холдинги, які б організаційно об'єднували усі етапи бізнесу від вирощування зернових, кормових культур, виготовлення комбікормів, відгодівлі тварин, переробки м'яса і молока до їх реалізації через власні збутові мережі.

По друге, підтримка держави шляхом: відродження племінної справи і розвитку селекційних програм (слід матеріально зацікавити та надати фінансову допомогу племінним господарствам для вирощування високоякісних тварин, з урахуванням сучасних вимог); сприяти створенню кооперативів у молочному скотарстві; посилити контроль з боку ветеринарно-санітарних служб; розробки нових і сприяння дотриманню існуючих стандартів та інше. Реалізація даних моментів та обов'язкове виконання вимог стандартів буде сприяти надходженню на ринок дійсно якісної і конкурентоспроможної продукції.

По третє, розумно скористатися підтримкою міжнародних партнерів, обмінюватися з ними передовими технологіями, налагоджувати взаємовигідну співпрацю в рамках розвитку тваринництва.

Питання використання Інтернет-мережі у менеджменті підприємств досліджували і розглядали вітчизняні та зарубіжні автори. Приміром, у І.І. Новаківського, М.Г. Твердохліба, І.В. Гордієнка, А.М. Пелещишина, І.І. Грибика, О.А. Березко, Ю.О. Серова розглянуто процеси розповсюдження Інтернету в управлінні підприємством, сучасних інформаційних технологій, програмного забезпечення.

Питання електронної торгівлі, види комерційних сайтів, канали Інтернет-маркетингу досліджено у І.А. Решетнікової, А.Ф. Павленка та А.В. Войчака.

Особливості використання інтернет-порталів як засобів маркетингових комунікацій підприємства було проаналізовано у роботах А.Є. Шуліченко, О.І. Карого, Ю.Т. Савченко.

Цифровий маркетинг є частиною маркетингу, тобто, організаційної функції та сукупності процесів для створення, комунікації та доставки цінностей для клієнтів та для управління відносинами з клієнтами в інтересах організації та її зацікавлених сторін [3; с. 323].

Інтернет-маркетинг (Web-маркетинг) – досягнення маркетингових цілей за допомогою застосування цифрових технологій, а цифровий маркетинг (digital-маркетинг) – досягнення маркетингових цілей за допомогою електронних комунікаційних технологій. Ця відмінність цілком прийнятна, але важко визначити, чим відрізняються цифрові технології та технології електронних комунікацій, особливо з конвергенцією таких технологій, як мобільні пристрої [1; с. 168].

Маркетинговий план, у будь-якому випадку, є головним кроком, що зосереджується на індивідуальному плані цифрового маркетингу, який відповідає абревіатурі AOSTC.

A – Аудит – Аудит внутрішніх сильних та слабких сторін, зовнішніх можливостей та загроз;

O – Цілі – цифрові маркетингові цілі SMART;

S – Стратегія – цифрові маркетингові стратегії;

T – Tactics – це цифровий маркетинговий набір;

C – Controls – вимірювання ефективності нашого цифрового маркетингового плану.

Тому, цифровий маркетинг за своїм характером є одним із аспектів організаційної функції та безлічі процесів створення, комунікації та доставки цінностей для клієнтів та управління відносинами з клієнтами таким чином, що вигідно для організації та його зацікавлених сторін. Як такий аспект, цифровий маркетинг має

свої власні підходи та інструменти, які сприяють досягненню маркетингових цілей і завдань. Це також допомагає диференціювати цифровий маркетинг та електронну комерцію, оскільки електронна комерція просто купує та продає через Інтернет [2].

Отже, план цифрового маркетингу – аналіз ситуації, що повинен описувати контекст, в якому відбувається цифровий маркетинг. Він повинен включати аналіз внутрішнього (клієнти, ринок, і будь-які тенденції в цьому, поточна онлайн пропозиція, конкуренти) та зовнішнього (соціальний – як зміна споживчих настроїв може вплинути на підхід; законний – тобто дотримання правил цифрового маркетингу, таких як захист даних; навколишнє середовище – переконання в етичному та стійкому підході; політичний – як місцевий чи національний уряд може вплинути на план; технологічний - як досягнення в технології можуть вплинути на ринок) середовища бізнесу.

У мережі Інтернет є цілий ряд інструментів, щоб полегшити роботу маркетологу. Компанія може використовувати Інтернет як спосіб побудови та підтримки відносин із клієнтами. Частина транзакції для збору грошей може здійснюватися в Інтернеті [4; с. 201].

Потенційні клієнти можуть генеруватися за рахунок залучення потенційних клієнтів до реєстрації на короткий проміжок часу, перш ніж зареєструватися на довгостроковій основі.

Інтернет може бути використаний для реклами, що є найпоширенішим видом інтернет-комунікації.

Нарешті, веб можна використовувати як спосіб збирання прямих відповідей, наприклад як частина системи голосування.

Маркетингова діяльність «в цифрі» починається з комплексного дослідження Інтернет-ринку, внаслідок чого оцінюються ринкові можливості, за допомогою сегментації ринку ведеться пошук можливих Інтернет-споживачів, після чого здійснюється позиціонування товару. Прийнявши рішення стосовно позиціонування, підприємство розробляє систему засобів цифрового маркетингу – так званий маркетинг-мікс або комплекс маркетингу: Product, Price, Place, Promotion [5, с. 122].

Отже, цифровий маркетинг – загальний термін, який використовується для позначення таргетивного та інтерактивного маркетингу товарів і послуг, що використовує цифрові технології для залучення потенційних клієнтів і утримання їх в якості споживачів, тобто головними завданнями цифрового маркетингу є просування бренду і збільшення збуту за допомогою різних методик.

Цифровий маркетинг включає в себе великий вибір маркетингових тактик з просування товарів, послуг і брендів. Крім мобільних технологій, традиційних ТБ і радіо методи цифрового маркетингу використовують Інтернет в якості основного комунікаційного посередника.

Бібліографічний список:

1. Бутенко Н.В. Основи маркетингу. К.: ВПЦ «Київський університет», 2004, 256 с. URL: <http://www.books.efaculty.kiev.ua/mrk/3/>
2. Definition of digital marketing. Financial Times. URL: <http://lexicon.ft.com/Term?term=digital-marketing>
3. Павленко А.Ф. Маркетинг: підручник для студ. вищ. навч. закл. К.: КНЕУ, 2008, 600 с. URL: <https://studentbooks.com.ua/content/view/109/44/>
4. Пелешишин А.М. Процеси управління інтерактивними соціальними комунікаціями в умовах розвитку інформаційного суспільства: Монографія. Львів: Вид-во Львівської політехніки, 2012, 368 с.
5. Старостіна А.О., Зозульов О.В. Маркетинг: Навч. посібник. К.: Знання-Прес, 2003, 345 с. URL: <https://kmaecm.edu.ua/wp-content/uploads/2021/06/starostina-a.o.-kravchenko-v.a.-prygara-o.yu.-yarosh-dmytrenko-l.o.-2018-marketynng.pdf>

УДК: 339.1

ОРГАНІЗАЦІЯ МАРКЕТИНГОВИХ ВЗАЄМОВІДНОСИН В ЕЛЕКТРОННІЙ ТОРГІВЛІ

Дронова Т.С., кандидат економічних наук,
Університет митної справи та фінансів, м. Дніпро, Україна
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-0440-5614>

Дробот А., здобувачка вищої освіти,
Університет митної справи та фінансів, м. Дніпро, Україна

Rozetka.ua – український інтернет-магазин та маркетплейс, що з'явився 2005 року. Має відділення у Львові, Києві, Броварах, Житомирі та Одесі.

Розетка працює за схемою, подібною до франчайзингу. Компанія надає торгіві майданчики партнерам, які відповідають вимогам щодо якості та рівня роботи з клієнтами. У 2022 році сайт посідає 2 місце серед найвідвідуваніших в Україні. Щоденна відвідуваність «Розетки» – 2,5 млн. користувачів, сайт уже кілька років - у п'ятірці найпопулярніших в Україні. До покупки тут є 3,9 млн. товарів, а 81 % покупців повертаються. Штат налічує 4 тис. працівників.

Щомісячний платіж за перебування на майданчику та комісія від замовлень. Розмір щомісячного платежу – близько 100 грн. Комісія від замовлень становить від 5 до 20%, залежно від категорії товарів.

Щоб почати продавати, потрібно відкрити два рахунки в особистому кабінеті, з яких списуватиметься комісія з кожного замовлення та щомісячний платіж. Якщо вчасно не поповнювати рахунок, то не можна буде продавати товари. Після надходження замовлення комісія на рахунку продавця заморожується. Гроші знімаються після виконання замовлення. Якщо скасувати замовлення, то гроші повертаються на рахунок продавця. Скласти файл на всі вимоги Розетки досить складно. Оскільки категорії та характеристики товарів повинні відповідати категоріям та характеристикам, прийнятим на Розетці. Сформувати такий файл вручну для великої кількості товарів – практично нереально. І потрібна участь програмістів.

«Розетка» вже кілька років вкладає гроші у створення тонн контенту для потенційних та існуючих клієнтів. Інтернет-магазин використовує маркетингові інструменти для збуту продукції: публікує в середньому 1 відео щодня, створює контент для всіх етапів воронки продажів, публікує оригінальний контент, вкладає серйозні інвестиції в контент.

На вибір сучасному клієнту надається широкий асортимент товарів, тому його вимоги з кожним роком підвищуються. Клієнтам надається якісний сервіс, знижки, дисконтні картки та інші програми лояльності. Задоволення клієнтів та зосередження всіх ресурсів запорука якісного сервісу. Працівники, які забезпечують обслуговування, повинні дбати про потреби клієнта. Співробітники, які спілкуються телефоном з клієнтами, повинні пам'ятати про якісний сервіс спілкування: дбайливість, ввічливість, чесність, готовність допомогти, оперативність, доступність, доброзичливість, знання, професіоналізм.

В роботі електронного торговельного майданчика спостерігаються деякі недоліки: гроші за товар не повертають, прямий зв'язок із розеткою відсутній, коментарі на сайті не всі викладають, коректують. Відправляють повернені товари, до того ж іноді з дефектами, немає можливості з'ясувати на якій стадії відвантаження товар.

Отже, для ефективної роботи інтернет-магазину Розетка необхідно покращити роботу колл центру (створити відділ прийняття скарг та пропозицій); розробити додаток (розробити зручний інтерфейс, додати можливість відслідковувати на якій стадії відправки товар); звертати увагу на всі негативні коментарі та працювати над своїми недоліками; оновлення дизайну; підвищити швидкості завантаження.

РОЛЬ ПОВЕДІНКОВОЇ ЕКОНОМІКИ ЯК СУЧАСНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ТЕОРІЇ В МОДЕЛЮВАННІ І УПРАВЛІННІ БІЗНЕС-ПРОЦЕСАМИ

Єфремов А.О., здобувач третього рівня вищої освіти *,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна
ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0002-0207-6482>

Поведінкова економіка – це міждисциплінарна сфера, яка поєднує розуміння психології, економіки та нейронауки, щоб зрозуміти, як люди приймають рішення в реальних ситуаціях. Зокрема, поведінкова економіка прагне визначити та пояснити когнітивні упередження та евристику, що впливають на прийняття рішень людини, часто призводить до поведінки, яка відхиляється від прогнозів класичних економічних моделей. Приклади явищ поведінкової економіки включають відразу втрат, кріплення та коригування та ефект дарування. Включивши ці розуміння в економічні моделі, поведінкова економіка прагне розробити більш точні та реалістичні моделі поведінки людини, що мають потенційні наслідки для політики та прийняття рішень у широкому діапазоні галузей. Дана проблематика набула популярності ще в середині минулого століття [1], більш сучасні погляди викладені в роботах [2-5].

Поведінкова економіка відіграє важливу роль у моделюванні і управлінні бізнес-процесам, забезпечуючи більш точне розуміння того, як люди приймають рішення та поведуться в реальних ситуаціях. Включивши розуміння поведінкової економіки в моделі бізнес-процесів, можна краще передбачити і враховувати когнітивні упередження і евристику, які можуть впливати на поведінку працівників та прийняття рішень. Так, поведінкова економіка може допомогти пояснити, чому працівники можуть протистояти змінам у встановлених процесах, навіть коли ці зміни можуть бути в їх інтересах або відповідати найкращим інтересам організації. Розуміючи ефект дарування, що говорить про те, що люди цінують речі, які вони вже мають, більш високо, ніж еквівалентні речі, якими вони ще не володіють, можна розробити стратегії управління змінами, які враховують прихильність працівників до існуючих бізнес-процесів та допомагають пом'якшити опір до змін.

* Науковий керівник – доктор економічних наук, професор А.О. Ломовських

Поведінкова економіка може допомогти покращити розробку стимулюючих систем та інших інструментів управління ефективністю, враховуючи способи реакції на винагороду і штрафи. Розуміючи ефект відразу втрат, що говорить про те, що люди більш мотивовані уникати втрат, ніж отримувати прибутки, можна розробити стимули, які обрамлені з точки зору уникнення втрат, а не досягнення прибутків, що може бути більш ефективним для мотивації працівників.

То ж, включивши розуміння поведінкової економіки до моделювання та управління бізнес-процесами, можна розробити більш точні та ефективні моделі поведінки працівників та прийняття рішень, що призводить до покращення результатів бізнесу та підвищення ефективності діяльності підприємства.

Бібліографічний список:

1. Simon H.A. A behavioral model of rational choice. *The Quarterly Journal of Economics*. 1955. № 69(1). P. 69-99.
2. Ломовських Л., Марченко М., Аміт Кумар Гоел. Діджиталізація економічних бізнес-процесів при прийнятті управлінських рішень у маркетинговій діяльності. *Галицький економічний вісник*. 2019. № 6(61). С. 104-110.
3. Пилипенко Н.М., Беляєва В.В. Можливості застосування інструментарію поведінкової економіки при проведенні економічної політики в Україні. *Економіка та держава*. 2019. № 5. С. 95-100.
4. Солодухін С.В., Шайтанова Є.С. Сучасні підходи до аналізу впливу поведінкових факторів в управлінні економічними об'єктами. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2017. Випуск 15, част. 2. С. 129-132.
5. Чернобай Л., Широн Ю. Поведінкова економіка: сутність та підходи до визначення. *Психологічні виміри культури, економіки, управління*. 2016. Вип. 8. С. 71-78.

МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ НЕКОМЕРЦІЙНИХ ЗАКЛАДІВ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я НА РИНКУ МЕДИЧНИХ ПОСЛУГ УКРАЇНИ

Жарлінська Р.Г., кандидат економічних наук, доцент,
Вінницький національний медичний університет ім. М.І. Пирогова
Пилипчук В.А., кандидат медичних наук, доцент,
Вінницький національний медичний університет ім. М.І. Пирогова
Тринчук А.А., PhD,
Вінницький національний медичний університет ім. М.І. Пирогова

Трансформаційні зміни в охороні здоров'я (ОЗ) України, що відбуваються останніми роками, сприяють розвитку ринку медичних послуг та запровадженню в галузь ринкових механізмів. В умовах

ринкових відносин змінюється характер та спрямованість управлінської діяльності, в т.ч. з позицій формування стратегії і тактики функціонування закладів ОЗ. На успішність діяльності закладів ОЗ приватної форми власності має визначальний вплив реалізація маркетингових підходів в управлінні, що є беззаперечним для топ-менеджерів. Проте керівники некомерційних закладів ОЗ, не зважаючи на усвідомлення важливості маркетингових інструментів, практично їх не використовують. Серед багатьох причин досить впливовою є відсутність підходів та методики оцінювання ефективності маркетингової діяльності, адаптованих до реалій вітчизняного ринку медичних послуг.

Однією з проблем оцінки результатів функціонування закладів ОЗ на ринку медичних послуг є визначення ефективності маркетингових технологій та інструментів. Не вдаючись поглиблено у дослідження категорії «ефективність» різними науковцями, зазначимо, що в класичній економічній теорії Д. Рикардо, наприклад, використовував термін «ефективність» не як оцінку результату, а як відношення результату до певного виду витрат, інакше - «перевищення результату над витратами». Фундатори менеджменту Mescon M.H., Albert M., Khedouri F. визначають ефективність як «внутрішню економічність, яка найкраще вимірює використання ресурсів» [1]. Варто зазначити, що поняття ефективності в ОЗ не ототожнюють із загальноприйнятим в економічній науці. В ОЗ за умов використання необхідних ресурсів – персоналу, обладнання, матеріалів тощо – не виключається відсутність будь-якого результату. Особливість ОЗ полягає в тому, що у певних сферах проведення медичних заходів не передбачає економічного ефекту, проте вони мають бути здійснені задля отримання медичного і соціального ефектів. Поняття ефективності системи ОЗ передбачає в сучасних умовах складну задачу поєднання медичної, соціальної та економічної результативності (рис.).

Отже, під ефективністю діяльності закладу ОЗ ми розуміємо співвідношення результатів, виражених у певних показниках (медичних, соціальних і економічних) до виробничих витрат (оплата за результат). В свою чергу, ефективність маркетингової діяльності на ринку медичних послуг може бути визначена, на наш погляд, через результативний показник, що відображає узгодження економічних та соціальних інтересів всіх суб'єктів даного ринку і забезпечення на цій основі просування медичних послуг від виробника (надавача) до споживача.



Рис. Сутність ефективності системи ОЗ

На думку експертів, частка медичних послуг за обсягом їх надання приватними закладами наближається на вітчизняному ринку до 15%. Отже, спостерігається перевага некомерційних господарюючих суб'єктів – КНП та державних закладів. Тому зупинимось на визначенні ефективності останніх та виділимо субринки медичних послуг, що надаються саме некомерційними закладами ОЗ. Учасниками даного ринку виступають: держава, органи місцевого самоврядування, територіальні громади (ТГ), окремі мешканці, представники домогосподарств, підприємців, комерційних і некомерційних організацій, представників місцевого населення у вигляді різного роду громадських або професійних організацій. В узагальненому вигляді для подальшої зручності виділимо три групи суб'єктів ринку: держава в особі органів влади; споживачі медичних послуг; некомерційні заклади ОЗ - підприємства, установи, організації, що надають медичні послуги. Держава як виразник інтересів суспільства в цілому відіграє особливу роль в організації і функціонуванні даного ринку, що проявляється в його зацікавленості у наданні медичних послуг прийнятної для суспільства якості та кількості. Споживачі медичних послуг – громадяни, що проживають на конкретній території (в даному випадку ТГ), це групи людей або індивідуальні споживачі, які отримують

медичні послуги незалежно від того, як здійснюється оплата цих послуг – самими громадянами, організаціями, в яких вони працюють, страховою компанією або надаються для споживачів безкоштовно (фінансуються Національною службою здоров'я України (НСЗУ)). Інтереси споживачів виражаються в обсязі, якості та термінах отримуваних послуг з певною якістю супутнього сервісу. Некомерційні заклади ОЗ – суб'єкти господарської діяльності, створені для здійснення діяльності, спрямованої на досягнення економічних, соціальних та інших результатів без мети одержання прибутку. Вони зацікавлені у високій оцінці власної діяльності їх засновниками, державними органами управління та контролю, формуванні позитивного іміджу у споживачів, професійному розвитку, зростанні доходів за рахунок надання платних медичних та супутніх послуг.

Таким чином, задача визначення ефективності маркетингової діяльності на ринку медичних послуг може бути зведена до оцінки визначених критеріїв досягнення кожним з суб'єктів ринку медичних послуг своїх інтересів. В результаті узагальнення інтересів суб'єктів даного ринку була сформована система показників, що характеризують задоволеність кожного з них. Ґрунтуючись на даних показниках, нами були виділені ключові параметри, які є важливими та здійснюють прямий або опосередкований вплив на ефективність маркетингової діяльності всіх учасників ринку. Узагальнена сукупність вихідних параметрів виглядає наступним чином: обсяг надання медичних послуг; якість послуг, що надаються; економічна ефективність діяльності закладів ОЗ; соціальна ефективність результатів діяльності закладів ОЗ. Наступним етапом є визначення того, як в реальності виражається кожний з параметрів стосовно діяльності конкретного закладу ОЗ і якими показниками можна його виміряти.

Обсяг надання медичних послуг. Даний параметр характеризує кількісне і вартісне вираження тієї медичної допомоги/послуги, яка була надана протягом певного періоду конкретним закладом ОЗ або групою закладів на ринку медичних послуг. Даний показник відображає кількість пролікованих пацієнтів, ліжко-днів, відвідувань (відповідно для стаціонару і поліклініки), обсяг наданих послуг у грошовому вираженні.

Якість наданої медичної послуги. Для діяльності організацій сфери охорони здоров'я даний показник є одним з визначальних. Існує багато методик, метою яких виступає оцінка якості медичної послуги: аналіз «моментів правди», методика критичних подій (Critical Incident Technique), модель SERVQUAL (service quality), методика SERVPERF, модель P-C-P, модель EUROPER [2].

Сутність поняття якості медичної послуги, на думку багатьох авторів, складається з комплексу критеріїв: відповідність сучасному рівню розвитку науки (професійна компонента); задоволеність потреб пацієнтів; відповідність встановленим вимогам і стандартам; оптимальне ефективне використання ресурсів; відповідність досягнутого результату бажаному (очікуваному) стану здоров'я [3-5]. Контроль якості при цьому повинен здійснюватися на всіх рівнях системи ОЗ – від діяльності конкретного лікаря до системи в цілому. Проте абсолютно об'єктивних показників, що відображають якість медичної послуги в конкретному закладі ОЗ, на думку фахівців, фактично не існує. Тим не менш про рівень якості надання медичної послуги можна судити за низкою непрямих ознак (оцінка пацієнтами поліпшення стану здоров'я, відновлення працездатності та можливості соціальної реалізації, кількість повторних звернень за допомогою, кількість обґрунтованих претензій та скарг, позовів до суду з приводу дефектів надання медичної послуги, претензії з боку контролюючих органів, кількість отриманих ліцензій, наявність та рівень акредитацій тощо).

Економічна ефективність діяльності закладів ОЗ. Цей параметр часто є головним при прийнятті багатьох рішень у поточній діяльності конкретного закладу ОЗ. Разом з тим він повинен бути урівноважений іншими параметрами, що мають соціальну спрямованість. Даний параметр не може бути виражений одним показником, оскільки включає в себе безліч аспектів діяльності організації. Традиційно економічна ефективність визначається як користь на одиницю витрат. На практиці для закладу ОЗ це виражається у відношенні між економічним результатом для суспільства, отриманим в результаті поліпшення здоров'я пролікованих хворих (і часу, протягом якого відновлено працездатність) та вартістю проведеного лікування. Розрахунок економічної ефективності у відповідності до даного визначення є вкрай складним, у зв'язку з чим для цілей практичного аналізу доцільно застосовувати показники ефективності використання наявних ресурсів, а саме: показники використання основних засобів (приміщень, обладнання та ліжкового фонду), показники використання праці лікарів та іншого персоналу, показники освоєння фінансових ресурсів, структури доходів і витрат).

Соціальна ефективність діяльності закладів ОЗ. Даний параметр є визначальним для діяльності всієї системи ОЗ і повинен враховуватися при розробці управлінських рішень кожним підприємством (незалежно від форми власності). На рівні суспільства він виражається в збільшенні

середньої очікуваної тривалості життя, зниженні показників захворюваності та смертності, перш за все смертності немовлят та осіб працездатного віку, збільшенні народжуваності, загальному поліпшенні здоров'я населення і задоволеності медичними послугами. Для конкретного закладу ОЗ – це показник задоволеності хворих як якістю, так і обсягом наданих послуг. Для оцінки задоволеності пацієнтів варто застосовувати показники, отримані в результаті маркетингових досліджень споживачів медичних послуг щодо їх отримання, а також причин їх задоволеності або незадоволеності обслуговуванням у конкретному закладі ОЗ (якість супутнього сервісу, терміни отримання медичної послуги, дотримання норм медичної етики та деонтології, загального ставлення персоналу тощо).

Сукупність розглянутих параметрів дозволяє визначити інтегральний показник ефективності маркетингової діяльності на ринку медичних послуг, що надаються некомерційними закладами ОЗ. З цієї метою нами пропонується методика визначення ефективності маркетингової діяльності на ринку медичних послуг, яка базується на експертних оцінках вагомості складових.

Узагальнений показник ефективності маркетингової діяльності на ринку медичних послуг ($УПе$) визначається як сума зважених значень групових критеріїв обсягу надання медичних послуг ($Комп$), якості надання медичних послуг ($Кямп$), економічної ефективності закладів ОЗ ($ЕЕ$), а також соціальної ефективності діяльності закладів ($СЕ$) і виражається формулою (1):

$$УПе = a * Комп + b * Кямп + c * ЕЕ + d * СЕ \quad (1)$$

де a , b , c , d – вагові коефіцієнти.

Присвоєння числових оцінок критеріям, а також визначення їх вагових коефіцієнтів найбільш доцільно проводити за допомогою методу експертних оцінок. Роль експертів у цьому випадку можуть виконувати різні групи людей: медичний персонал безпосередньо закладу ОЗ, який здійснює лікування; спеціально запрошені для незалежної оцінки медичні працівники споріднених закладів ОЗ; клієнти закладу ОЗ; сторонні фахівці в галузі ОЗ.

Вагові коефіцієнти встановлюються для розрахунку внеску кожного з критеріїв у загальну ефективність маркетингової діяльності на ринку медичних послуг. При цьому варто враховувати, що критерій соціальної ефективності є пріоритетним і найбільш значущим в процесі надання медичних послуг некомерційними закладами.

Кожний із запропонованих критеріїв можна розглядати як інтегральний, тобто який складається із сукупності питомих числових показників, що характеризують даний критерій. Кожний з інтегральних критеріїв розраховується за узагальненою формулою (2):

$$IK_i = \sum_{j=1}^{N_i} V_{ij} S_{ij} \quad (2)$$

де IK_i – один з інтегральних критеріїв узагальненого показника ефективності;

V_{ij} – коефіцієнт значущості j -ого числового показника i -ого критерію ефективності;

S_{ij} – числове значення j -ого числового показника i -ого критерію ефективності.

Кількість числових показників N_i в кожному з інтегральних критеріїв і їх коефіцієнти значущості встановлюються з урахуванням особливостей досліджуваного сегмента ринку соціальних послуг. Так, в якості показників інтегрального критерію обсягу надання медичних послуг (ІКомп) використовується кількість пролікованих пацієнтів, ліжко-днів, відвідувань (відповідно для стаціонару і амбулаторного закладу), обсяг наданих послуг у грошовому вираженні тощо. Інтегральний показник якості наданої медичної послуги (ІКямп) буде характеризувати непрямі показники (оцінка пацієнтами поліпшення стану здоров'я, кількість повторних звернень за допомогою, кількість обґрунтованих претензій та скарг, позовів до суду з приводу дефектів надання медичної послуги, претензії з боку контролюючих органів, кількість отриманих ліцензій, наявність та рівень акредитації тощо). Інтегральний показник економічної ефективності діяльності закладів ОЗ (ІЕЕ) можна прорахувати через показники ефективності використання наявних ресурсів, а саме: показники використання основних засобів (приміщень, обладнання та ліжкового фонду), показники використання праці лікарів та іншого персоналу, показники освоєння фінансових ресурсів (структури доходів і витрат) тощо. Інтегральний показник соціальної ефективності в сфері охорони здоров'я (ІСЕ) виражається в збільшенні середньої очікуваної тривалості життя, зниженні показників смертності та захворюваності, збільшенні народжуваності, загальному поліпшенні здоров'я населення і задоволеності медичними послугами. Для конкретного закладу ОЗ це показник задоволеності пацієнта як якістю, так і обсягом наданої послуги.

Використання формули (2) у разі великої кількості критеріїв вимагатиме здійснення одноманітних розрахунків, які можна спростити за рахунок використання вбудованого табличного редактора Microsoft Excel.

Таким чином, запропонована методика розрахунку інтегрального показника ефективності маркетингової діяльності закладів ОЗ дозволяє дати кількісну характеристику ефективності маркетингу як на окремому субринку, так і на ринку медичних послуг загалом. У сукупності параметри ефективності, виявлені на ринку медичних послуг, що надаються некомерційними закладами ОЗ, спрямовані на розвиток і збереження населення шляхом реалізації пріоритетних заходів, спрямованих на стабілізацію демографічної, економічної, соціальної ситуації, зниження впливу факторів, що негативно впливають на формування як окремої особистості, так і суспільства загалом.

Бібліографічний список:

1. Mescon M.H., Albert M., Khedouri F. Management. New York: NY Harper & Row, 1988.704 p.

2. Мачуга Н.З. Теорія і методологія функціонування системи надання медичних послуг в Україні: автореф. дис. ... д-ра екон. наук: 08.00.03. Одеса, 2016. 38 с.

3. Організація контролю якості медичної допомоги в закладах охорони здоров'я (Методичні рекомендації) / уклад.: Ю.В. Вороненко, Н.Г. Гойда, О.З. Децик. Київ, 2014. 31 с.

4. Богданович О.Г. Аналіз ефективності діяльності підприємства на засадах узгодження інтересів груп економічного впливу. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2012. № 1. С. 25.

5. Kaplan R.S., Norton D.P. The balanced scorecard: Measures that drive performance. *Harvard Business Review*. 1992.70(1).P. 71-79.

УДК: 339.138

СУТНІСТЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ДІЯЛЬНОСТІ АГРАРНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Кабанець О.О., магістрант з маркетингу*,

Сумський національний аграрний університет, м. Суми, Україна

Глобалізація бізнесу, посилення конкурентної боротьби на внутрішньому та зовнішньому ринках, підвищення ролі споживача та суспільства у формуванні попиту на товари та послуги, висувають нові

* Науковий керівник – кандидат економічних наук, доцент О.В. Шумкова

вимоги до системи управління підприємствами. В основному вони будуть пов'язані з використанням стратегічного маркетингу та управління для отримання конкурентних переваг, максимізації прибутку на задоволенні потреб споживачів. Використання маркетингових стратегій у діяльності аграрного підприємства відіграє важливу роль у оптимізації зв'язків підприємства з зовнішнім середовищем шляхом використання сучасних методів управління, які орієнтовані на встановлення стійких ринкових відносин, а також це буде мати позитивний вплив і на функціонування внутрішнього середовища діяльності підприємства.

Маркетингова стратегія є важливим інструментом для функціонування сучасного аграрного підприємства, тому є доцільним визначити сутність даного поняття. Існує декілька підходів щодо визначення сутності маркетингової стратегії діяльності підприємства, а саме:

- стратегія маркетингу як система заходів, що передбачає управління виробництвом та дослідження ринку для отримання певних конкурентних переваг і максимізації прибутку;

- маркетингова стратегія як напрямок діяльності підприємства для досягнення основних цілей його діяльності;

- маркетингові стратегії як інструмент досягнення основних завдань, що пов'язані з формуванням та використанням інструментів маркетингу-мікс у діяльності підприємства [2, с. 58].

Будь-яка маркетингова стратегія визначає напрямок діяльності аграрного підприємства по відношенню до споживачів, ринків та конкурентів. У відповідності до цього, маркетингова стратегія має ряд певних специфічних характеристик, що є необхідними умовами для забезпечення конкурентоспроможності підприємства та у процесі формування і використання елементів комплексу маркетингу. До таких специфічних рис маркетингової стратегії слід відносити:

- орієнтованість на довгостроковий період;

- використання як засобу реалізації маркетингових цілей підприємства;

- використання як базової основи результатів стратегічного маркетингового аналізу;

- є складовою частиною загальної стратегії діяльності підприємства і знаходиться в ієрархічному зв'язку з її іншими складовими;

- визначає ринкове спрямування діяльності у відношенні до споживачів та конкурентів;

- визначає сильні сторони і можливості підприємства, які допоможуть у розвитку конкурентних переваг;

- визначає слабкі сторони діяльності підприємства, з якими необхідно попрацювати для підвищення конкурентоспроможності;
- має певну логіку, послідовність і циклічність під час здійснення процесу планування [3, с. 160].

У маркетинговій стратегії підприємства обов'язково мають бути враховані наступні елементи для її правильної та ефективної реалізації:

- визначення цільового ринку та цільових сегментів цього ринку;
- визначення цільових груп існуючих та потенційних клієнтів;
- позиціонування;
- маркетинговий комплекс, який побудований за моделлю 4P, 5P, 7P або іншою у залежності від потреб та специфіки діяльності підприємства [1, с. 16; 3, с. 180].

Важливо зазначити, що оскільки маркетингова стратегія є комплексом певних заходів, то вона має включати у себе всі компоненти, які охоплюють специфіку маркетингової діяльності підприємства і його стратегічної діяльності у цілому.

Основними компонентами маркетингової стратегії аграрного підприємства є:

- ринкова стратегія;
- стратегія поєднання видів діяльності;
- товарна стратегія;
- цінова стратегія;
- стратегія просування;
- збутова стратегія;
- конкурентна стратегія;
- стратегія роботи з постачальниками і стейкхолдерами [1, с. 15; 4, с.405].

Розробка та впровадження підприємством певної маркетингової стратегії, зважаючи на їх велику різноманітність, залежить від впливу чинників, які будуть характеризувати політику підприємства на ринку для досягнення своїх поставлених цілей. Чинники, що впливають на обрання маркетингової стратегії діяльності підприємства є наступними:

- стратегічні та маркетингові цілі і завдання діяльності підприємства;
- ресурси підприємства, які можуть бути використані для досягнення завдань і поставлених цілей діяльності підприємства;
- стан конкурентного середовища підприємства;
- ринкова кон'юнктура;
- умови для розвитку внутрішнього та зовнішнього середовищ діяльності підприємства [4 с. 407].

Таким чином, впровадження у діяльність аграрного підприємства маркетингової стратегії, яка буде відповідати цілям і завданням діяльності підприємства допоможе йому уникати недобросовісної конкуренції та створювати унікальні конкурентні переваги, адекватно передбачати зміни на ринку та у зовнішньому та внутрішньому середовищах, будувати нові бізнес-моделі та формувати нові партнерські зв'язки.

Бібліографічний список:

1. Багорка М.О., Кадирус І.Г., Кравець О.В. Розроблення маркетингових конкурентних стратегій підприємств. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія «Міжнародні економічні відносини та світове господарство»*. 2021. Вип. 36. С. 11-18.
2. Балабанова Л.В., Холод В.В., Балабанова І.В. Стратегічний маркетинг: підручник. Київ : Центр учбової літератури. 2012. 630 с.
3. Савіна С.С. Особливості стратегічного маркетингового планування на підприємстві: монографія. Луцьк. 2018. 138-187 с.
4. Щурко У.В. Підходи до формування та реалізації конкурентних стратегій. *Економіка і суспільство*. 2018. № 17. С. 402-412.

УДК: 339:138

ІННОВАЦІЙНІ ІНСТРУМЕНТИ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ

Кібкало А.Є., здобувачка вищої освіти*,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

Цифровий маркетинг – це сучасний спосіб взаємодії підприємства з ринком, що використовує цифрові канали комунікації для просування товарів і послуг з метою ефективної взаємодії з потенційними або дійсними споживачами в реальному та віртуальному середовищах.

Сучасний комплекс інтегрованих маркетингових комунікацій не може обійтися без цифрового маркетингу та його інструментів, які призначені для використання всіх доступних форм цифрових каналів для просування продукту [2]. Цифровий маркетинг є впливовою сферою сьогодення, і немає іншого тренду, який би так швидко та потужно впливав на світ бізнесу, як цифрові технології [4].

* *Науковий керівник – кандидат економічних наук, професор С.О. Зайка*

Цифровий маркетинг допомагає вирішувати такі завдання, як: підтримка іміджу бренду, виведення нового бренду або продукту на ринок, збільшення впізнаваності бренду та стимулювання продажів товарів чи послуг, що належать до цього бренду [3].

Цифровий маркетинг має декілька переваг, а саме:

- інтерактивність – можливість активно залучати споживача до взаємодії з брендом;

- відсутність територіальних обмежень – можливість реалізації маркетингових ідей без обмежень місця;

- легкий доступ до ресурсів – можливість легко створювати web- і war-ресурси;

- широке поширення Інтернету та мобільного зв'язку – забезпечує можливість активного залучання цільової аудиторії;

- можливість оперативної оцінки заходів кампанії та управління подіями в режимі реального часу.

Інноваційні інструменти цифрового маркетингу можуть включати в себе:

1. Штучний інтелект (AI) і машинне навчання (Machine Learning) – це технології, що дають можливість автоматизувати процеси аналізу та обробки даних про клієнтів та їх поведінку на сайті, що дозволяє підвищити ефективність рекламних кампаній та персоналізувати комунікації з клієнтами.

2. Chatbots та голосові помічники - це програми, що забезпечують автоматизовану обробку запитів користувачів та відповіді на них в режимі реального часу. Це дозволяє покращити якість обслуговування користувачів та скоротити час відповіді на запити.

3. AR та VR технології – це технології розширеної та віртуальної реальності, що дозволяють створювати інтерактивні візуальні досвіди для користувачів, що забезпечують більш глибоке занурення в продукт або послугу та підвищують його привабливість для споживачів.

4. Інтерактивні контенти – це контенти, що дозволяють користувачам взаємодіяти з продуктом або послугою, надаючи їм можливість налаштувати та персоналізувати продукт відповідно до їх потреб.

5. Інфлюенсер маркетинг – це стратегія маркетингу, що полягає у використанні популярних людей в соціальних мережах з метою підвищення уваги до продукту або послуги.

6. Геолокаційний маркетинг – це стратегія маркетингу, що полягає у використанні геоданих для створення персоналізованих кампаній та реклами для клієнтів в конкретному місці або регіоні.

7. Реклама в соціальних мережах – це ефективний інструмент цифрового маркетингу, що дозволяє рекламувати продукти та послуги в соціальних мережах, таких як Facebook, Instagram, Twitter тощо. Це дає можливість налаштувати точну аудиторію для рекламних кампаній, а також дозволяє взаємодіяти з потенційними клієнтами в режимі реального часу.

8. Інтерактивні рекламні формати – це формати реклами, що дозволяють користувачам взаємодіяти з рекламою, змінювати її та налаштовувати її відповідно до своїх потреб.

9. Персоналізована реклама – це інструмент, що дозволяє створювати рекламні кампанії, що персоналізуються для конкретного клієнта на основі його поведінки, інтересів та демографічних характеристик.

10. Big Data аналітика – це технології, що дозволяють збирати, аналізувати та використовувати великі обсяги даних для покращення рекламних кампаній та персоналізації комунікацій з клієнтами [1-5].

Ці інструменти дозволяють підвищити ефективність цифрових маркетингових кампаній, привернути більше уваги споживачів до продукту або послуги, підвищити продажі та покращити відносини з клієнтами.

Бібліографічний список:

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. Features of marketing communications on the Internet. *Modern transformations in economics and management: V International scientific-practical conference (March 26-27, 2021. Klaipeda, Lithuania). Riga, Latvia : “Baltija Publishing”, 2021. P. 98-102.*

3. Zaika S., Kuskova S., Zaika O. Trends of marketing development in the condition of digital economy. *Economy digitalization in a pandemic conditions: processes, strategies, technologies: International scientific conference (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>*

4. Савицька Н.Л., Чміль Г.Л. Трансформація взаємодії суб'єктів ринку в умовах диджиталізації маркетингу. *Цифрова економіка та економічна безпека*. 2022. № 1(01). С. 112-117.

5. Савицька Н.Л., Чміль Г.Л. Нова парадигма маркетингу в умовах цифрової трансформації економіки. *Вісник Сумського національного аграрного університету*. 2020. Вип. 2(84). С. 81-87.

СУЧАСНІ ІНСТРУМЕНТИ ПРОЕКТУВАННЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ ПІДПРИЄМСТВА

Коледіна К.О., кандидат економічних наук,
Прикарпатський національний університет імені В. Стефаника
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-3928-868>

Діяльність будь-якого підприємства – це сукупність його бізнес-процесів (тобто набору дій, які регулярно виконуються на підприємстві для отримання бажаного результату). В умовах високої конкуренції для подальшого успішного розвитку підприємствам необхідне підвищення ефективності бізнес-процесів. Існуючі методології моделювання бізнес-процесів спрямовані на аналіз і поліпшення бізнес-процесів, підготовку підприємства до автоматизації бізнес-процесів та розробку функціональних вимог до програмних комплексів, розробку нових для підприємства бізнес-процесів, повний реінжиніринг всієї функціональної системи підприємства або її найбільших компонент. Досягнення поставленої мети неможливе без організації системи управління, заснованої на розумному використанні сучасних інформаційних технологій. Більшість підприємств приходять до розуміння того, що для побудови ефективної системи управління з високим рівнем автоматизації процесів першим кроком є створення бізнес-моделі суб'єкта господарювання. Саме проектування бізнесу від стратегічних цілей до виконуваних бізнес-процесів операційного рівня дозволяє вибудувати ефективну архітектуру бізнесу. Прагнення підприємств до осмисленої автоматизації процесів зумовило вектор подальшого розвитку ІТ-індустрії в напрямку інтеграції програмних засобів підтримки проектування та автоматизації систем управління.

Одним із сучасних інструментів проектування бізнес-процесів є BPwin – потужний програмний продукт, за допомогою якого можна виконувати моделювання, аналіз, опис і подальшу оптимізацію бізнес-процесів. Перевагами цього продукту є те, що він підтримує відразу три стандартні нотації – IDEF0 (функціональне моделювання), DFD (моделювання потоків даних) та IDEF3 (моделювання потоків робіт). Ці три основних ракурси дозволяють описувати предметну область комплексно; повністю підтримує методи розрахунку собівартості за обсягом господарської діяльності (функціонально-вартісний аналіз); є стандартом де-факто, інтегрований з ERwin, Paradigm Plus тощо;

інтегрований з засобом імітаційного моделювання Arena; містить власний генератор звітів; має широкий набір засобів документування моделей та проектів [1]. Проте цей інструмент має певний недолік: при описі складних процесів схеми IDEF представляють собою нескінченну кількість взаємопов'язаних схем, які зовні дуже схожих, що ускладнює розуміння процесу в цілому.

ARIS – програмний продукт для моделювання бізнес-процесів підприємств, що пропонує розглядати підприємство з позиції 4-х поглядів (погляд на організаційну структуру, погляд на структуру функцій, погляд на структуру даних, погляд на структуру процесів). Для опису бізнес-середовища пропонується використовувати 85 типів моделей, кожна з яких представляє той чи інший аспект. ARIS надає великий вибір інтегрованих методик моделювання та забезпечує ефективну візуалізацію моделей, однак, як наслідок, ці методики надмірно деталізовані й вимагають освоєння досить складної системи позначень. Крім того, оптимізація в ARIS обмежена якоюсь універсальною постановкою завдання, що не дає можливості повноцінно врахувати специфіку роботи організації. І також використання ARIS доцільно на підприємствах зі значним оборотом, оскільки витрати на впровадження ARIS досить високі [2].

Business Studio – система бізнес-моделювання, яка підтримує повний цикл проектування та оптимізації системи управління підприємством: проектування → впровадження → контроль → аналіз. Система дозволяє вирішити такі завдання: формалізація стратегії (стратегічні карти) і контроль її досягнення; опис, проектування та оптимізація бізнес-процесів; розробка організаційної структури і штатного розкладу; формування технічних завдань на впровадження інформаційних систем для автоматизації бізнес-процесів. Основними недоліками є відсутність власного графічного редактора процесів, натомість використовується MS Visio, і жорстку прив'язку до обладнання, локальної мережі, крім того, не завжди можна бачити поточний стан бізнес-моделі.

Ramus є інструментом бізнес-аналітиків в проектах з побудови або реорганізації систем управління підприємством. Переваги Ramus включають можливість розробки систем класифікації та кодування підприємства з внутрішніми перехресними зв'язками, тісно пов'язаною з моделями процесів; генерація сайту, який покликаний забезпечити доступ до даних моделей процесів, системи класифікації та кодування, а також до різноманітної звітності через веб-інтерфейс; переглядати усю інформацію проєкту можливо через веб-браузер, вся інформація

проекту виводиться у вигляді набору HTML сторінок, або ж у вигляді сайту; використання технології Java при реалізації програмних модулів дозволяє використовувати Ramus під управлінням різних операційних систем та апаратних платформ; можливість розділити роботу над проектом між декількома розробниками шляхом використання функції розщеплення проекту без використання мережевої версії. Однак Ramus є сенс використовувати на досить великих і складних підприємствах, де його переваги виявляються в повній мірі. А основним недоліком є відсутність модуля автоматизації та необхідність тестування нових стратегій «в ручну».

Таким чином, можна зробити висновок, що для ведення невеликих за масштабами та тривалістю проектів раціонально використовувати BPWin та Business Studio, які не мають переваги у вигляді можливості «виконувати» побудовані процеси в реальному масштабі часу. Для великих і/або тривалих проектів більше підходить ARIS та Ramus, що надають значно більше можливостей по роботі з окремими об'єктами моделі.

Бібліографічний список:

1. Маклаков С.В. Моделювання бізнес-процесів з BPWin 4.0. М.: Діалог-МПФИ, 2002. 223 с.
2. Карабанов Б.М. П'ять кроків до процесного управління. URL: http://srinest.com/book_770.html (дата звернення: 01.04.2023).

УДК: : 65.014.1

УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ ОРГАНІЗАЦІЇ УПРАВЛІНСЬКОЇ ПРАЦІ У СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

Курська А.А., здобувач вищої освіти*,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

Сучасний стан агропромислового виробництва гостро вимагає підвищення ефективності управлінських процесів у всіх галузях АПК. Для досягнення цієї мети велику роль відіграє наукова організація управлінської праці (НОУП), адже технологічне відставання сільського

* *Науковий керівник – доктор педагогічних наук, професор В.М. Нагасв*

господарства України від провідних країн світу можливо подолати лише підвищенням продуктивності праці, збільшенням її енергоозброєності і високим рівнем технологізації управлінських процесів [1]. Слід відмітити, що рівень НОУП також у значній мірі визначається рівнем кваліфікації керівників та спеціалістів сільського господарства. Тому процеси підготовки кадрів аграрного сектору небвід'ємно пов'язані зі змістом підвищення рівня наукової організації управлінської праці на виробництві.

Метою досліджень є обґрунтування заходів з підвищення ефективності організації праці керівників і спеціалістів сільськогосподарського підприємства на основі удосконалення складових підсистем НОУП. Для досягнення цієї мети велику роль відіграє наукова організація управлінської праці, рівень якої проаналізовано на прикладі Агрофірми «Чугуївська» Товариства з обмеженою відповідальністю Чугуївського району Харківської області. Господарство спеціалізується на вирощуванні рослинницької продукції. Існуюча структура управління підприємства побудована за галузевим принципом і має комбіновану лінійно–функціональну систему управління. Питання організації управлінської праці покладені на директора, керівників і спеціалістів підприємства [2].

Наприклад, протягом останніх 5-ти років валова продукція зменшилася на 30 %, середньорічна чисельність працівників – на 57 %; вартість основних засобів виробництва - на 69,8 %. Аналогічні тенденції стосуються рівня технічного оснащення. Прикладом необхідності удосконалення організації управлінської праці на виробництві є дані аналізу використання робочого часу керівниками і спеціалістами господарства. Наприклад, головні спеціалісти за результатами фотохронометражу перевищують денний робочий час у середньому на 16,6 %, що є свідченням недосконалої технічної та інформаційної оснащеності робочого місця. Також маємо застарілу нормативно-інформаційну базу, яка негативно впливає на якісний рівень аналітичної роботи [3]. Тому, одним з основних завдань для сучасних аграрних формувань є раціоналізація робочого часу управлінських працівників, яка повинна бути відображена у Правилах внутрішнього розпорядку, графіках використання та узгодження робочого часу і виробничих операцій.

Далі розглянемо умови управлінської праці, як сукупність елементів виробничої сфери, що впливають на здоров'я та працездатність працівників. Існує чотири специфічні групи умов праці: санітарно–гігієнічні, фізіологічні, психологічні, естетичні. В АФ

«Чугуївська» оцінка організації робочих місць і умов праці за більшістю критеріїв відповідає нормативам. Середня оцінка цих параметрів за 2022 р. склала 4,1 бали. Однак, 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 необхідно складати план НОУП, який повинен стати одним з основних внутрігосподарських документів регламентаційного характеру. У ньому повинні бути визначені характер, зміст і основні напрямки дослідження і удосконалення управлінської праці. Згідно плану НОУП у структурі управління сільськогосподарських підприємств необхідно визначити центри функціональної відповідальності і забезпечити виконання наступних завдань [4]:

1) підвищення продуктивності праці на основі розробки графіків планування робочого часу;

2) підвищення оперативності управлінських рішень на основі автоматизації і комп'ютеризації виробничого середовища керівників і спеціалістів;

3) удосконалення організації робочих місць і режиму праці;

4) впровадження системи організаційно-методичного інструктування персоналу;

5) удосконалення процесів регламентації діяльності управлінського персоналу та управлінських процесів;

6) впровадження системи нормування виробничих і технологічних процесів, що повинно знайти відображення у розробці (уточненні) норм керованості, обслуговування, чисельності персоналу, виробітку (часу);

7) поліпшення соціально-психологічних умов праці.

На основі проведеного моніторингу існуючого рівня НОУП, можна зробити загальні висновки щодо напрямів удосконалення складових системи організації управлінської праці в сучасних умовах сільськогосподарського виробництва. Насамперед це стосується процесів планування, регламентації діяльності персоналу, підготовки кадрів, раціоналізації робочого часу, розробки нових організаційних проектів, що передбачає впровадження інноваційних форм і методів раціоналізації управлінської праці з урахуванням можливостей організаційної і обчислювальної техніки.

Бібліографічний список:

1. Вінницький С.М. Комплексний аналіз системи організації праці управлінського персоналу та службовців формувань АПК. *Вісник ХНАУ*. № 10, 2013. С. 24-28.
2. Данюк В.М. Організація праці менеджера. К.: КНЕУ, 2012. 267 с.
3. Довгань Л.Є. Праця керівника, або практичний менеджмент. К.: ЕксОб, 2012. 275 с.
4. Мошек Г.Є. Організація праці менеджера. К.: КДТЕУ, 2013. 238 с.

УДК: 331.104

СОЦІАЛЬНІ АСПЕКТИ ЯКОСТІ ТРУДОВОГО ЖИТТЯ ПРАЦІВНИКІВ

Леонтенко О.М., кандидат економічних наук, доцент,
Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана, м. Київ, Україна
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-2058-4037>

У сучасних умовах наявність висококваліфікованого та конкурентоспроможного персоналу є найважливішим чинником забезпечення ефективного функціонування та стратегічного розвитку будь-якої організації. Якщо у недалекому минулому в центрі уваги конкурентної боротьби були такі фактори, як сфера діяльності, технічне та технологічне забезпечення, то сьогодні на перше місце беззаперечно виходить людський капітал. Освіта, кваліфікація та рівень розвитку професійних компетенцій співробітників стають необхідною передумовою та провідною складовою успішності бізнесу. З метою залучення високопрофесійних фахівців, успішні компанії використовують не тільки традиційні способи матеріальної мотивації (рівень заробітної плати, доплати, надбавки, бонуси), а пропонують широкий спектр соціальних пільг та гарантій власним співробітникам [2].

Одним з найважливіших чинників, які визначає ступень розвитку соціальної відповідальності в організації, постає забезпечення високої якості трудового життя власному персоналу.

З організаційної погляду якість трудового життя працівників є об'єднання організаційних умов і практичних методів роботи, у межах яких досягається створення задовільного робочого місця та ефективне виконання професійних обов'язків. З цієї позиції працівник –

розглядається як особистість, яка має творчий потенціал, певні бажання, прагнення, обмеження, тому навколишнє середовище на робочому місці має враховувати фактори, що дозволяє творчому та професійному потенціалу людини розкриватися найбільшою мірою.

Отже, чим кращі умови для власних працівників створює організація, тим ефективніше та продуктивніше буде їх робота.

Суть концепції якості трудового життя полягає у наявності прямого зв'язку між задоволенням потреб співробітників у конкретній організації, ступенем самореалізації людини у професійній діяльності та рівнем продуктивності праці. Сутність якості трудового життя полягає у збагаченні змісту та забезпеченні різноманітності праці, вдосконаленні трудової мотивації, у повному використанні творчого, інтелектуального та морального потенціалу працівників. В основі концепції якості трудового життя лежать критерії умов, які забезпечують найкраще застосування трудового потенціалу працівника. Отже, якість трудового життя можна збільшити шляхом зміни на краще параметрів, що впливають на життя всього колективу і кожного співробітника, що сприяє зростанню як трудового потенціалу, так і ефективності діяльності підприємства [3].

Система якості трудового життя працівників включає комплекс наступних ціннісних орієнтирів:

- самоактуалізація у професійній діяльності – створення організацій реальних умов, які відкривають працівнику можливість використовувати і розвивати свої здібності;

- перспектива зростання – формування та підтримка у співробітника впевненості у сприятливості для нього трудової діяльності, у перспективі його службового просування та професійного зростання;

- винагорода за роботу – відповідна прийнятним у країні стандартам достатку оплата, диференційована оплата з урахуванням значущості та складності різних видів роботи;

- безпека – забезпечення здорових та безпечних умов праці;

- соціальна захищеність - впевненість працівника у завтрашньому дні: у нього буде робота, він не втратить свої законні права, у нього не знизиться рівень життя, він захищений від втручання в особисте життя та свавілля адміністрації;

- морально-психологічна атмосфера – сприятливий клімат для встановлення та підтримання нормальних міжособистісних відносин на основі довіри та взаєморозуміння, для соціального партнерства та розширення організаційної демократії;

– загальна значимість організації – ступінь гордості працівника за свою організацію і себе в ній як професійну одиницю, рівень його впевненості в тому, що його справа, яку він виконує найкращим чином, потрібна і корисна для суспільства;

– оптимальність праці – така організація робочого часу, коли праця співробітника в організації не забирає у нього час, призначений для відпочинку та дозволяє, сімейних відносин та особистісного зростання [1].

Отже, якість трудового життя – це інтегральне поняття, яке можна оцінювати за допомогою системи показників, що характеризують ступінь реалізації цінностей та ціннісних орієнтацій працівників, задоволення їх потреб та забезпечення гідних умов праці.

Оскільки якість трудової життя – це система, яка включає кілька напрямків, то, відповідно, для зміни параметрів необхідно впливати на фактори, які визначають форму якості трудової життя в конкретній організації, з урахуванням її особливостей. Виявлення факторів, що впливають на якість трудового життя, сприятиме формуванню своєчасних організаційно-адміністративних рішень різних рівнів.

У науковій літературі виділяють наступні групи факторів якості трудового життя працівників (рис. 1).



Рис. 1. Групи факторів якості трудового життя працівників

У групі технічних факторів виділяють матеріально-технічну базу та рівень впровадження у виробництво та застосування інновацій. У сучасних умовах практично будь-який працівник як засоби праці використовує різні механізми, комп'ютерну техніку, автомати та інструменти, які у поєднанні з людською працею дозволяють

забезпечити якість результату праці. Усі засоби праці постійно вдосконалюються, не залишаючись дома, що забезпечує науково - технічний прогрес, у світі виходить першому плані. Якщо людина не забезпечений новим, сучасним обладнанням, якщо вона використовує засоби праці двадцятирічної давності, то це не може сприяти якості результату роботи, не відповідає її уявленням про те, який трудовий процес і наскільки він як працівник відповідає уявленням керівництва про розвиток виробництва та процесів, протікають у ньому.

До організаційних факторів впливу на якість трудової життя працівників відносять:

- форми організації праці;
- контроль якості праці;
- регламентацію прав, обов'язків, відповідальності працівника;
- режим робочого часу тощо.

Безпосередньо на своєму робочому місці працівник включається до організованої системи, яка передбачає чітку дію в рамках виробництва та виконання всіх трудових обов'язків для отримання результату. Якщо цей процес порушується, отримання необхідного результату стає неможливим. Розглядаючи як приклад у цій групі факторів режим праці та відпочинку, можна визначити, що порушення режимів роботи, призводить до зростаючого тиску на працівника, втоми та не сприяє його розвитку та якісному виконанню трудових обов'язків. З точки зору, соціально відповідальної поведінки керівництва організації, такі випадки вкрай негативно позначаються на продуктивності діяльності працівників, а отже не мають допускатись.

Будь-яка людина прагне визнання, перебуваючи на робочому місці. Коли він виконує трудові обов'язки, за умовчанням він розглядає себе як професіонала, який здатний займати це робоче місце і працювати на ньому краще, ніж інші. Для того, щоб забезпечувати ефективну роботу, потрібні різні форми стимулювання, які об'єднуються в параметрами мотивації. Мотивація – це внутрішнє прагнення людини отримати що – або, забезпечити собі визнання, одержуючи ті чи інші знаки уваги від організації. Тому виділяють і економічні чинники формування якості трудового життя, до яких відносять оплату праці, рівень заробітної плати та ін. (форми матеріального стимулювання), заохочення у вигляді грамот, цінних подарунків, підготовка та перепідготовка та ін. (форми нематеріального стимулювання).

Людина проводить на робочому місці більшу частину часу протягом ня, тому важливим фактором є соціальні умови, які

представлені соціальною інфраструктурою: системою медичного обслуговування, наданням житла, бази відпочинку.

Адміністративно-правові фактори представлені системою трудового законодавства, нормативами та правилами, нормативно-правовими актами, що реалізуються у сфері трудової діяльності.

Інформація в сучасному світі також має величезне значення, тому доступ до інформації та надання інформації про інноваційні методи та прийоми праці, способи їх застосування у трудовій сфері також розглядається як один із основних факторів якості трудового життя.

Важливим, з точки зору корпоративної соціальної відповідальності є група особистісних чинників впливу на якість трудового життя працівників. Кожна людина унікальна і за своїми особистісними, і психологічними, і професійними характеристиками. Тому необхідно орієнтуватися і на групу особистісних факторів, серед яких можна виділити рівень професійної компетентності, ставлення до праці та рівня відповідальності, мотивацію, самоконтроль та самоменеджмент, ступінь працездатності та інші напрямки. [1]

Враховуючи зміст та різноманітність факторів, що визначають характеристики трудового середовища, а також є критеріями оцінки якості трудового життя, можна стверджувати, що вони мають прямий вплив на самопочуття, мотивацію та продуктивність діяльності персоналу. Сучасні керівники мають враховувати названі чинники задля забезпечення комфортних умов праці та відпочинку своїх працівників та створення умов для ефективної діяльності організації.

Бібліографічний список:

1. Головач Н., Дмитренко Г. Підвищення якості трудового потенціалу організацій з врахуванням потреб роботодавця та працівника. *Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. Серія: Економіка і управління*. 2019. Т. 30(69). № 6. С. 43-48.

2. Леонтенко О., Ільєнко А. Сучасні тенденції розвитку соціальної відповідальності в управлінні персоналом. *Галицький економічний вісник*. 2021. Том 71. № 4. С. 92-98.

3. Сало Я.В., Павличенко А.О. Вплив мотивації праці на якість трудового життя працівників. *Економіка та суспільство*. 2021. № 26. URL: https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/user/setLocale/uk_U_A?source=%2Findex.php%2Fjournal%2Farticle%2Fview%2F321

4. Юрій Маршавін, Тарас Кицак, Володимир Кирилюк, Ольга Леонтенко, Андрій Василенко. Конкурентоспроможність українського ринку праці в контексті сучасних глобальних викликів. *Соціально-трудові відносини: теорія і практика*. 2022. Випуск № 2. Том 12. С. 1-14.

МАРКЕТИНГОВИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ПІДПРИЄМСТВА «НАША РЯБА»

Лисицина Д.І., здобувачка вищої освіти*,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

Маркетинговий менеджмент є новаторським методом управління підприємством, який орієнтований на досягнення зазначених цілей шляхом врахування зовнішніх та внутрішніх факторів і коригування їх впливу [3].

У підприємницькій діяльності завжди існує конкретна мета, яку необхідно досягти. В маркетинговому менеджменті ця мета включає досягнення комерційної результативності та соціального впливу [1]. Комерційна результативність забезпечує збалансований розвиток, доходність та збільшення обсягів продажу товарів і послуг. Соціальний ефект, у свою чергу, допомагає досягнути певного впливу на споживачів, навчаючи їх користуватися продукцією в оптимальний спосіб, змінюючи їхні побутові звички та створюючи певну іміджеву статусність товару чи послуги [2].

У сучасних умовах тема маркетингу розвивається дуже швидко. Кожне підприємство розуміє - реклама це спосіб приваблення споживачів. Раніше рекламою вважався ролик по телевізору або текст з фото в газеті чи на білборді, але час іде і зараз у 2023 році з'явилися нові стратегії та тренди. Звичайно їх горизонт значно звузився в умовах війни, а отже тренди будуть постійно змінюватись.

Приклади завдань маркетингового менеджменту на підприємстві можна розподілити на два комплекси відповідно до основних цілей - комерційної результативності та соціального ефекту. До першого комплексу відносяться завдання, пов'язані з дослідженням зовнішнього і внутрішнього середовища підприємства, визначенням цільових ринків, моніторингом діяльності конкурентів та інших контрагентів. До другого комплексу належать завдання, пов'язані з дослідженням потреб споживачів, встановленням рівня задоволеності роботою на підприємстві, формуванням кар'єрного ланцюжка для співробітників та проведенням спонсорських і благодійних заходів. Треба відзначити, що це лише декілька прикладів з широкого спектру завдань маркетингового

* Науковий керівник – кандидат економічних наук, професор С.О. Зайка

менеджменту, які виконуються на підприємствах. Це демонструє складність встановлення, організації та виконання кожного окремого завдання відповідно до процесів для досягнення основних цілей [4-5].

Варто зазначити, що навіть в умовах війни в Україні спрацьовують загальносвітові тренди. Один з цих трендів це відеомаркетинг, адже на сьогоднішній момент 85 % компаній у світі використовують відеоконтент, наприклад на Youtube або ж в інших соціальних мережах.

Відеоконтент допомагає сформувати пізнаваність бренду. Прикладом може бути ТМ «Наша Ряба», заснована у 1998 році агропромисловою компанією України «Миронівський хлібопродукт», яка у 2002 році у світ вперше випустила рекламу свого бренду. Основною діяльністю цієї компанії було розведення птиці, виробництво та продаж продуктів з м'яса курки. Завдяки відео, тобто рекламі, яка вийшла на екрани за вісім років цей бренд досяг рівня 95 % пізнаваності серед споживачів і суттєво обігнав найближчих конкурентів. Звичайно за цей проміжок часу з 2002 по 2023 рік це не єдиний маркетинговий хід. Але реклама дуже допомогла цьому бренду на початку, з кожним роком ставала усе кращою та не зупинялась, і з часом її почали просувати у соціальних мережах та громадських місцях.

Наразі ТМ «Наша Ряба» лідер на ринку виробництва курячого м'яса в Україні, відповідно метою рекламних компаній є не збільшення пізнаваності бренду, а формування певного іміджу. Задля формування цього іміджу маркетингові менеджери органічно вписали у контент 7 блогерів продукцію бренду. Звичайно блогерів вони обирали з нахилом на цільову аудиторію та придатним контентом. Завдяки цьому ТМ «Наша Ряба» сформувала імідж курочки, вибираючи яку, ви дбаєте про своїх близьких.

Отже, в умовах динамічного зовнішнього середовища підприємства повинні шукати ефективні шляхи розвитку, які ґрунтуються на стратегіях, що адаптовані до змін. Активне використання маркетингового менеджменту дає можливість підприємствам прогнозувати та створювати можливості успішної діяльності, а не тільки реагувати на умови ринку і пристосовуватись до них.

У сучасних нестабільних умовах ринку, все більше підприємств шукають нові та інноваційні форми маркетингу, які допомагають забезпечити їхній розвиток та конкурентоспроможність. При виборі маркетингової стратегії важливо мати глибоке розуміння специфіки діяльності підприємства, визначити рівень ризику та позицію на ринку.

Бібліографічний список:

1. Зайка С.О., Грідін О.В. Проблеми формування інноваційно-орієнтованої стратегії розвитку аграрних підприємств. *Аспекти стабільного розвитку економіки в умовах ринкових відносин*. матеріали у 2 ч. 2016. Ч. 1. Умань: Видавець «Сочінський М.М.». С. 90-91.
2. Зайка С.О., Білецька О.О. Проблеми конкурентоспроможності України у світовому господарстві та шляхи досягнення економічної безпеки. *Наука України. Перспективи та потенціал*: Матеріали III Всеукраїнської науково-практичної заочної конференції «Наука України. Перспективи та потенціал». Всеукраїнське громадське об'єднання «Нова освіта». Запоріжжя, 2012. С. 35-38.
3. Зайка С.О., Кускова С.В. Сутність маркетингової концепції управління товарною політикою підприємства. Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Сучасний маркетинг: стратегічне управління та інноваційний розвиток»: до 90-річчя заснування ХНТУСГ, 30 квітня 2020 р. Харків: ХНТУСГ, 2020. С. 95-96.
4. Ковшова І.О. Організація маркетингового менеджменту на підприємстві. *Економіка і суспільство*. 2017. Вип. 11. С. 244-249.
5. Чайка І.П. Сучасна концепція маркетингового управління діяльністю підприємства. *Економічний аналіз: зб. наук. праць*. 2017. № 1(27). С. 257-262.

УДК: 658.15:631

УПРАВЛІННЯ ВИКОРИСТАННЯМ РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦІАЛУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА

Матвеева Д.В., здобувач вищої освіти*,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

Управління використанням ресурсного потенціалу підприємства є важливим елементом підвищення ефективності сільськогосподарського виробництва. У сучасних умовах механізм управління використанням ресурсного потенціалу підприємств не повністю відповідає критеріям ефективності. Особливої актуальності ця проблема набуває через обмеженість самих ресурсів, що зумовлює необхідність постійного пошуку шляхів оптимізації їх використання [1].

* Науковий керівник – доктор педагогічних наук, професор В.М. Нагасв

Об'єктом дослідження було обрано державне підприємство дослідне господарство «Елітне» Харківського району Харківської області. Організаційна побудова підприємства, яка має цехову структуру. Трудові і матеріальні ресурси підприємства сконцентровані у с. Насінневе. Характеризуючи ресурсний потенціал підприємства, слід зазначити, що загальна земельна площа у 2022 р. склала 2033 га, що на 317 га менше від 2020 р. Середньорічна чисельність працюючих за аналогічний період збільшилася на 8,2 % і склала 53 працівника. Вартість основних засобів за цей період зменшилася на 7,8 %, а оборотних - навпаки збільшилася на 26,7 %. Продовжуючи аналіз фондового потенціалу можемо відмітити позитивні аспекти – збільшується фондооснащеність виробництва оборотним капіталом та фондовіддача порівняно з базовим періодом на 49,6 % та 60,7 % відповідно. Норма прибутку складає 0,22 %, що говорить про активну частку оборотних засобів у виробничому процесі.

Підприємство є прибутковим. У 2021 р. отримано чистого прибутку 40 тис. грн. при рівні рентабельності 0,5 %. Найбільшу частину в структурі товарної продукції займають зернові (66,5 %), та соняшник (18,1 %). Напрямок спеціалізації господарства визначається як зерно-соняшниковий. Коефіцієнт спеціалізації є високим, а саме він дорівнює 0,51. Простежується збільшення урожайності зернових культур до 30,3 ц/га. При цьому вартісні показники ефективності використання земель збільшуються більш ніж у 2 рази.

Можна сказати, що величина сукупного ресурсного потенціалу (СРП) за досліджуваний період збільшилася на 47 %, або на 21 млн. 545 тис. грн. Таке зростання пояснюється збільшенням земельно-ресурсного потенціалу на 82,1 %, трудового потенціалу – у 3,14 рази, а також оборотного потенціалу – на 26,7 %.

Для того, щоб з'ясувати причини змін СРП розглянемо його структуру. Найбільшу питому вагу СРП займає земельно-ресурсний потенціал, на його частку припадає у 2022 р. 65 %. На другому місці – ресурсний потенціал основних засобів, на третьому – оборотних, і останнє місце займає трудовий ресурсний потенціал (3 %). За досліджуваний період позитивний приріст у структурі дав земельно-ресурсний потенціал (12,9 %) та трудовий (0,9 %). Питома вага фондового потенціалу за досліджуваний період мала тенденцію до зменшення.

Модель управління формуванням і використанням ресурсного потенціалу для ДП ДГ «Елітне», яка базується на теоретичних засадах

процесу функціонального управління і характеризується технологічністю прийняття управлінських рішень [2]. У процесі дослідження нами був проведений факторний аналіз щодо впливу організаційно-економічних аспектів на ефективність ресурсного потенціалу ДП ДГ «Елітне». Факторні ознаки тісно корелюють з результуючою ознакою (сукупний ресурсний потенціал).

На основі проведеного комплексного аналізу за темою дослідження, пропонуються такі загальні заходи щодо удосконалення управління формуванням ресурсного потенціалу у ДП ДГ «Елітне» [3]:

1. У структурі земельного капіталу, необхідно забезпечити заходи з раціонального використання землі на основі раціональної системи сівозмін, впровадження інноваційних технологій і агротехнічних заходів, комплексного використання добрив та засобів захисту рослин.

2. У структурі трудового потенціалу доцільно сформувати кадрову політику розвитку професійної компетентності працівників на основі теорії людського капіталу і забезпечити її засобами планування, мотивації і регламентації функцій персоналу.

3. У структурі основних засобів необхідно забезпечити механізм їх своєчасного оновлення, оптимальність використання згідно з нормативними значеннями. У цьому контексті можливо створити переробні потужності, що дозволить знизити сезонність використання робочої сили.

4. У структурі оборотного капіталу необхідним є оптимізація складу і структури оборотних засобів, виявлення надлишкових виробничих запасів, уникнення значних розмірів дебіторської заборгованості.

5. З точки зору технологічного аспекту досліджуваної проблеми, господарству потрібно звернути увагу на зменшення витрат на всіх етапах виробництва продукції, росту інвестиційної привабливості підприємства, удосконалення стратегії конкурентної боротьби.

Бібліографічний список:

1. Краснокутська Н.С. Потенціал підприємства як об'єкт управління в перебігу еволюції теорії стратегічного управління. *Вісник СумДУ. Серія: Економіка*. 2009. № 1. С. 169-177.

2. Отенко І.П. Формування механізму управління економічним потенціалом підприємства. *Бізнес-Інформ*. 2015. № 3.С. 241-246.

3. Отенко І.П., Даневич О.С. Ключові елементи стратегічного потенціалу підприємства. *Бізнес-Інформ*. 2014. № 9. С. 302-307.

ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ ЩОДО ОРГАНІЗАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПОСАДОВЦІВ ПІД ЧАС ВІЙНИ З ВИКОРИСТАННЯМ МАРКЕТИНГОВИХ ІНСТРУМЕНТІВ

Міщук Є.В., кандидат економічних наук, доцент,
Криворізький національний університет, м. Кривий Ріг, Україна
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-4145-3711>

Управління діяльністю посадових осіб загалом та публічної сфери зокрема під час війни вимагає застосування ефективних маркетингових інструментів прийняття управлінських рішень. Варто наголосити, що такі інструменти широко використовуються посадовцями бізнес-структур, а от у публічному управлінні вони не знайшли такого розповсюдження.

Зокрема, це SWOT-аналіз, який, як відомо, може допомогти при визначенні сильних та слабких сторін діяльності посадової особи, а також виявити можливості та загрози, створені для її діяльності зовнішнім середовищем, серед яких найгострішою наразі є війна. Його застосування в публічному секторі надасть можливість посадовим особам під час війни управляти ризиками та розробляти стратегії, які зможуть забезпечити успішну діяльність усієї публічної служби в умовах війни.

Наступний інструмент – це матриця БКГ [1]. Посадовцям бізнес-структур вона допомагає визначити продукти чи послуги, які можуть бути успішними в умовах війни. Інформація, отримана з матриці БКГ, у разі застосування цього інструменту в публічному секторі, допоможе посадовим особам сфери публічного управління приймати рішення щодо вкладення коштів у продукти та послуги, які найбільш потрібні населенню та державі під час війни.

Наступний інструмент – аналіз конкурентів [2]. Бізнес-структурам він допомагає визначити конкурентів та їхні дії в умовах війни. Для посадових осіб публічної сфери його використання надасть можливість:

– по-перше, упроваджувати рішення щодо державної підтримки підприємств, котрі мають пріоритетне значення для економічної та національної безпеки, у т.ч. для збереження їх конкурентної переваги та можливості відповідати на дії конкурентів;

– по-друге, розробляти стратегії розвитку регіонів задля збереження їх економічного та соціального потенціалу за рахунок підтримки містоутворювальних підприємств і т.п.

Наступний інструмент – маркетингові дослідження. Очевидно, що дані дослідження допомагають посадовцям бізнес-структур отримувати інформацію про потреби та попит на продукти та послуги під час війни та приймати рішення на цій підставі. Для посадових осіб у публічному управлінні, використання даного інструменту дозволило б краще усвідомити, які продукти та послуги є найбільш необхідними різним верствам населення (особливо малозабезпеченим, внутрішньо переміщеним особам та особам, які проживають на території бойових дій тощо) і на цьому підґрунті прийняти рішення щодо відповідного державного регулювання і соціальної політики.

Аналіз ризиків у діяльності посадових осіб публічної сфери під час війни є також одним із важливих маркетингових інструментів [3]. Один з основних ризиків для посадових осіб публічного управління, який має місце під час війни – це загроза їх життю і здоров'ю. Вони можуть стати метою нападу з боку ворога. Окрім того, під час війни посадові особи можуть стати метою провокацій, спрямованих на створення напруження між різними соціальними та етнічними групами. Це може призвести до дестабілізації ситуації у регіоні цієї країни. Іншим ризиком є можливість негативного впливу на психологічний стан посадових осіб від стресів і військових дій. Це може призвести до погіршення робочої ефективності та здоров'я. Ризики змін у політичних та економічних умовах під час війни можуть призвести до складнощів у виконанні посадових обов'язків та несприятливо вплинути на роботу всієї системи влади. Необхідно враховувати також ризик втрати доступу до важливої інформації, якою, як правило, володіють посадові особи публічної сфери, або можливість її витоку. Що в умовах війни є загрозою для всієї системи національної безпеки.

Окрім усього вище переліченого, маркетингові інструменти можуть бути використані для підвищення мотивації посадовців, залучення нових кадрів, підвищення ефективності комунікації та взаємодії з громадою. Останнє набуває особливого значення в умовах війни.

Таким чином, прийняття управлінських рішень щодо організації діяльності посадовців під час війни є критично важливим завданням для будь-якої держави. У таких умовах необхідно використовувати різноманітні інструменти та стратегії для забезпечення ефективності та успішності діяльності. Крім того, варто відзначити, що успішне прийняття управлінських рішень під час війни може мати

довготривалий ефект на державу. Якщо правильно вибрати стратегії та інструменти, то можна забезпечити стабільність та ефективність діяльності у повоєнний період.

Бібліографічний список:

1. Churchill G.A., Iacobucci D. Marketing research: Methodological foundations. 11th ed. Cengage Learning. 2019. 672 p.
2. Wilson A., Zeithaml V.A. Services marketing: Integrating customer focus across the firm. 3rd ed. McGraw-Hill Education. 2016. 640 p.
3. Kotler, P., Keller, K.L. Marketing management. 15th ed. Pearson Education Limited. 2016. 832 p.

УДК: 338

СУЧАСНИЙ СТАН РОЗВИТКУ ГАЛУЗІ ТВАРИННИЦТВА

Муковоз В.С., Воронянська Ю.О., здобувачі вищої освіти*,
Полтавський державний аграрний університет, м. Полтава, Україна

Війна в Україні має серйозні наслідки для тваринництва. Це пов'язано з частково зруйнованою виробничою та матеріально-технічною інфраструктурою, утрудненим доступом до засобів виробництва, обмеженою доступністю робочої сили, а також безпосереднім веденням бойових дій на території окремих підприємств. Страждають люди, але і тварини так само стають жертвами війни. За попередніми оцінками, під час війни вже втрачено 15-20 % поголів'я великої рогатої худоби, свиней і птиці. У цій ситуації господарства, які борються за своє існування, змушені переорієнтуватися і шукати альтернативні шляхи [1].

Негативною тенденцією розвитку галузі тваринництва, перш за все, є значне скорочення поголів'я сільськогосподарських тварин у всіх категоріях господарств (рис. 1).

Протягом 1990-2023 рр. поголів'я великої рогатої худоби скоротилося на 89,5 % або на 22550,8 тис. голів, свиней – на 14337,9 тис. голів або на 71,9 %, овець та кіз – на 7908,8 тис. голів або на 87,8 %, птиці на 52,9 млн. голів, або на 20,7 %. За період 2000-2022 поголів'я великої рогатої худоби зменшилося на 7982,5 тис. гол, або на 75,1 %, свиней – на 4464,1 тис. гол, або на 44,3 %, овець – на 790,4 тис. гол, або на 41,9 %. Проте, поруч із занепадом скотарства, свинарства та вівчарства в досліджуваній період через економічну привабливість

* Науковий керівник – кандидат економічних наук, доцент О.В. Лега

розвивається птахівництво. Так, поголів'я птиці в 2022 році порівняно з 2000 роком зросло на 76,1 млн. гол, або на 60,3 %.

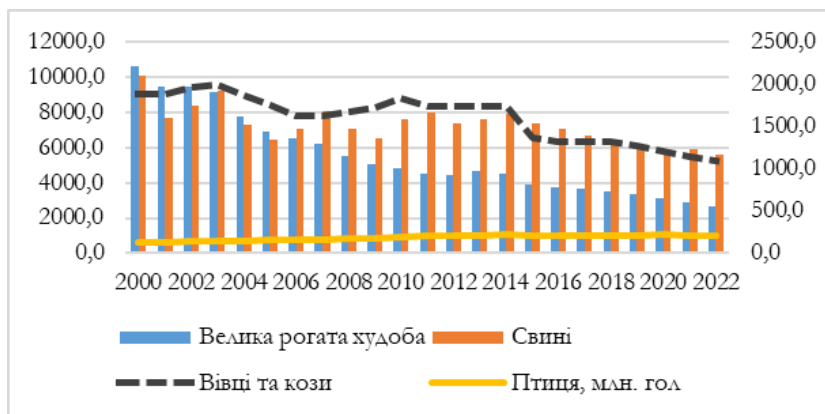


Рис. 1. Динаміка поголів'я тварин у всіх категоріях господарств*
*побудовано на підставі [2]

Скорочення поголів'я худоби призвело до зниження обсягів виробництва продукції тваринництва, та все ж у галузі скотарства та птахівництва спостерігаються позитивні тенденції (рис. 2).

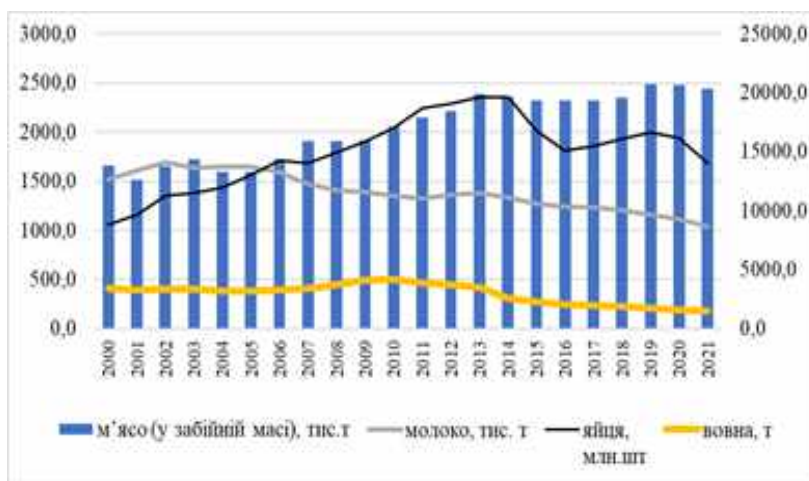


Рис. 2. Динаміка обсягів виробництва продукції тваринництва у всіх категоріях господарств*
*побудовано на підставі [2]

Як свідчать дані рис. 2, загальне виробництво м'яса (у забійній масі) в 2021 р. порівняно з 2000 р. зросло на 775,5 тис. т або на 46,6 %, позитивна тенденція спостерігається і по продукції птахівництва, виробництво яєць зросло на 5262,7 млн. шт, або на 59,7 %. Негативною динамікою характеризується виробництво продукції свинарства – на 3944 тис. т, або на 31,2 %; виробництво вовни – на 1903 т, або на 56 %.

Основними показниками діяльності суб'єктів господарювання різних форм власності, які характеризують інтенсивність їх роботи та успішну життєдіяльність в умовах ринку, є прибуток і рентабельність [3] – табл. 1.

Таблиця 1

**Динаміка рентабельності (збитковості)
продукції тваринництва у всіх категоріях господарств, %***

Роки	М'ясо великої рогатої худоби	М'ясо свиней	М'ясо овець та кіз	М'ясо птиці	Молоко	Яйця
2000	-42,3	-44,3	-46,4	-33,2	-6,0	10,6
2005	-25,0	14,9	-32,1	24,9	12,2	23,5
2010	-35,9	-7,8	-29,5	-4,4	17,9	18,6
2015	-17,9	12,7	-29,6	-6,1	12,6	60,9
2020	-24,2	2,6	-39,4	-0,2	20,4	-19,2

*побудовано на підставі [2]

У галузі тваринництва протягом всього досліджуваного періоду переважає збитковість виробництва. Зокрема, виробництво м'яса у 2020 році було збитковим по галузі скотарства, вівчарства та птахівництва. Порівняно з 2000 роком збитковість виробництва м'яса великої рогатої худоби зменшилася на 18,1 %, овець і кіз – на 7 %, птиці на 33 %, тобто спостерігається позитивна тенденція до зниження збитковості. Галузь свинарства у 2005, 2019 – 2020 рр. рентабельною, показник рентабельності склав 2,6 % у 2020 році проти збиткового показника у 2020 році – 44,3 %.

Проаналізувавши ситуацію розвитку галузі тваринництва, можна зробити висновок про негативні тенденції в розвитку скотарства: скорочення поголів'я тварин, зниження продуктивності худоби, погіршення її якісного складу. Звичайно, ці обставини призвели до зменшення об'ємів виробництва та збитковості галузі.

В умовах війни перед спеціалістами галузі тваринництва головним завданням є, перш за все, зберегти галузь, по-друге, зробити її більш ефективною, по-третє, вирішити нагальні питання -

забезпечення тварин кормами, безпекові питання, логістика, збут й переробки та ін. Після війни очікується складна робота щодо відродження галузі тваринництва, зокрема, через підвищення продуктивності тварин, формування повноцінної кормової бази, оновлення техніко-технологічного забезпечення тваринницьких ферм та удосконалення механізмів державної фінансової підтримки галузі.

Бібліографічний список:

1. Тваринницька галузь в Україні має вистояти і розвиватись попри війну. *Агробізнес. Україна*. URL: <https://agrobusiness.com.ua/tvarynnytska-haluz-v-ukraini-maie-vystoiaty> (дата звернення: 14.03.2023).
2. Державна статистика України. URL: <https://ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 14.03.2023).
3. Самайчук С.І. Аналіз виробництва сільськогосподарської продукції: регіональний аспект. *Агросвіт*. 2020. № 7. С. 31-36. DOI: 10.32702/2306-6792.2020.7.31
4. Брик М.М. Сучасний стан та перспективи розвитку галузі тваринництва в Україні. *Економічний аналіз*. Тернопіль, 2018. Том 28. № 4. С. 331-337.

УДК: 338.1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ПРОВЕДЕННЯ МАРКЕТИНГОВОГО АНАЛІЗУ СТАНУ ПРОДОВОЛЬЧОЇ БЕЗПЕКИ КРАЇНИ

Павловська І.Г., кандидат економічних наук,
Університет митної справи та фінансів, м. Дніпро, Україна
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-0765-9150>

Умови сьогодення, в яких опинилась Україна, починаючи з лютого 2022 р., лише посиляли значущість, актуальність та важливість питань щодо забезпечення продовольчої безпеки. Традиційно продовольчу безпеку розглядають як один із елементів національної безпеки держави, одну з головних цілей аграрної та економічної політики держави.

Одним із можливих шляхів виходу продовольчої галузі з кризи, спричиненої воєнною агресією Росії проти України, зниження залежності від кризових ситуацій на зовнішніх товарних ринках, динамічного розвитку внутрішнього продовольчого ринку може стати вдосконалення маркетингового аналізу стану продовольчої безпеки.

Успішна реалізація маркетингового управління країни з метою забезпечення її продовольчої безпеки потребує комплексного підходу до розвитку двох найважливіших його складових: маркетингового аудиту та маркетингового контролю.

Маркетинговий аудит спрямовано на проведення досліджень, виявлення вузьких місць у маркетинговій діяльності країни щодо забезпечення його продовольчої безпеки. Крім того, результати маркетингового аудиту є найважливішою основою при розробці стратегій, програм, планів розвитку цієї складової економічної безпеки країни. Маркетинговий аудит може охоплювати різні напрями маркетингової діяльності: аналіз маркетингового середовища, показники маркетингової стратегії держави, оцінку результативності маркетингу, вивчення функціональних елементів маркетингу [1, 2]. Планомірність та регулярність проведення маркетингового аудиту багато в чому визначають його ефективність. Для чіткішого визначення меж проведення маркетингового аналізу стану продовольчої безпеки країни розглянемо наступні чотири напрями:

1. Аудит маркетингового середовища країни. Цей напрямок розглядається з позиції двох боків, в рамках яких рекомендовано такі питання для комплексного аудиту:

А) макросередовища:

– економічна та демографічна складові: як оцінюється економічна доступність до продовольства всіх соціальних груп населення держави; наскільки надійна та стійка продовольча система країни; які цільові програми (державні, міжнародні) розвитку сільськогосподарського виробництва реалізуються в країні; як оцінюється стан внутрішнього продовольчого ринку країни; які демографічні тенденції можуть вплинути на стан продовольчої безпеки держави; аналіз динаміки попиту продукції місцевих виробників; як змінилася торгова структура імпорту продукції в умовах військового стану; як оцінюється стан державного агропромислового комплексу;

– науково-технологічна складова: які експортно-імпортні операції у галузі досліджень, розробок та технологій (за кількістю угод) здійснюються в країні у напрямі виробництва продуктів харчування; патентно-ліцензійна діяльність; питома вага інноваційно-активних організацій, які здійснюють технологічні інновації, в загальній кількості організацій; розмір інвестиційних вкладень в основний капітал, що призначається саме для впровадження інновацій; інвестиції, що спрямовуються безпосередньо на інноваційний розвиток на підприємствах з виробництва продуктів харчування;

– політична та правова складові: які зміни у законодавстві можуть вплинути на стратегію та тактику маркетингу держави; як оцінюються наслідки військового стану держави у короткостроковій та довгостроковій перспективі; як оцінюється стан інноваційного потенціалу країни у галузі виробництва продуктів харчування;

Б) мікросередовища:

– споживачі: хто є основними споживачами національної продукції; які канали розподілу є основними щодо доставки продукції клієнтам різних регіонів; які види продукції найбільш популярні; які тенденції зміни споживчих переваг на внутрішньому ринку;

– конкуренти: як оцінюється конкурентне середовище у сфері виробництва продуктів; чи слід очікувати появи нових конкурентів та продуктів-замінників; як оцінюються цілі та стратегії реальних та потенційних конкурентів на внутрішньому ринку;

– постачальники: які перспективи отримання доступу до різних ключових ресурсів, що використовуються у виробництві продуктів; які тенденції спостерігаються над ринком постачальників щодо схем організації продажів; наскільки доступні послуги із транспортування, зберігання продукції.

2. Аудит маркетингової стратегії. В рамках цього напрямку рекомендовано такі питання для комплексного аудиту: як оцінюється діюча маркетингова стратегія розвитку; яке місце займає стратегія забезпечення продовольчої безпеки у загальній стратегії держави; чи забезпечується наступність цільових показників, маркетингових завдань у існуючій стратегії; чи відповідає маркетингова стратегія мінливим зовнішньоекономічним та політичним умовам забезпечення продовольчої безпеки держави.

3. Аудит системи маркетингу. В рамках цього напрямку рекомендовано такі питання для комплексного аудиту: як функціонує система збирання маркетингової інформації; які напрями сканування, моніторингу, прогнозування ситуації на продовольчому ринку реалізуються; наскільки успішно працює система маркетингового планування (які показники, індикатори використовуються; як здійснюється прогноз продажу, оцінка ємності ринку та ін.); чи проводиться аналіз фактичного прибутку за галузями, ринками, продуктами; як здійснюється контроль за маркетинговими витратами

4. Аудит комплексу маркетингу. В рамках цього напрямку рекомендовано такі питання для комплексного аудиту: як здійснюється оцінка стану продуктового портфеля підприємств країни; як оцінюється динаміка розвитку товарних портфелів підприємств країни, їх збалансованість, відповідність споживчому попиту; стан цінової

політики у сфері виробництва продуктів харчування, її відповідність якості товарів; які основні характеристики та пріоритети збутової політики внутрішніх виробників; ступінь налагодженості рекламних комунікацій на державному рівні.

Ефективність системи маркетингового аудиту багато в чому визначає успішність реалізації другої складової маркетингового аналізу стану продовольчої безпеки країни – маркетингового контролю.

Маркетинговий контроль стану державного розвитку, включаючи і аспекти продовольчої безпеки, проявляється у систематично виконуваній функції оцінки (перевірки) різних явищ, які прямо чи опосередковано впливають на рівень економічної безпеки держави. Являє собою циклічний процес, здійснюваний за інтерактивним принципом, що дозволяє як формувати систему цільових показників, нормативних величин, так і своєчасно виявляти можливі відхилення, додаючи необхідні корективи. Найважливішим завданням маркетингового контролю є раннє виявлення небажаних змін, запобігання виникненню серйозних проблем у різних напрямках продовольчого розвитку та забезпечення якісного зворотного зв'язку для мінімізації можливих негативних наслідків для безпеки держави в цілому. Результативність маркетингового контролю багато в чому визначається якістю інформації, отриманої у процесі маркетингового аудиту (дані досліджень ринку, дані системи обліку, результати аналізу планових та реальних величин тощо). Забезпечення продовольчої безпеки країни є складною, багатоцільовою проблемою, вирішенню якої сприятиме комплексний підхід на основі використання маркетингових технологій управління з урахуванням тенденцій розвитку світової економічної системи, особливостей соціально-економічного розвитку України в цілому, програм розвитку окремих її галузей, прогнозів та споживчих перспектив.

Використання маркетингового аналізу для забезпечення продовольчої безпеки країни передбачає розробку системи заходів, що забезпечують:

- 1) розробку та реалізацію маркетингової стратегії розвитку агропромислового комплексу країни;
- 2) формування іміджу держави, підвищення її престижу, конкурентоспроможності;
- 3) створення маркетингового аналітичного центру для систематичного проведення моніторингу та прогнозування стану середовища в галузі продовольчого виробництва, споживчого попиту;
- 4) активізацію діяльності щодо участі у міжнародних, державних програмах розвитку продовольчого виробництва;

- 5) підвищення привабливості країни для залучення ресурсів;
- 6) стимулювання розвитку інноваційних процесів в сфері продовольчого виробництва на основі створення сучасних інноваційних структур (технополісних, венчурних, інкубаторських);
- 7) комплексне використання для забезпечення продовольчої безпеки країни основних стратегій маркетингу територій: стратегія маркетингу іміджу, стратегія маркетингу привабливості, стратегія маркетингу інфраструктури, стратегія маркетингу населення [3, 4].

Послідовна та цілеспрямована реалізація системи маркетингових заходів з урахуванням результатів проведених досліджень, оцінки реального потенціалу продовольчих галузей країни, викликів довкілля та інтересів країни загалом дозволить створити стійку систему продовольчої безпеки України у повоснних умовах та в умовах турбулентного зовнішнього середовища.

Бібліографічний список:

1. Монтрін І.І., Барна Н.В., Коротесєва А.В. Маркетинговий аудит: комунікаційний аспект: монографія. Київ: Ун-т «Україна», 2021. 211 с.
2. Прядко О.М., Олішченко К.С. Використання сучасних маркетингових інструментів для спонукання споживчих мотивацій. *Бізнес Інформ.* 2021. № 10. С. 368-374.
3. Сичевський М.П., Юзефович А.Е., Коваленко О.В., Куць О.І., Лузан Ю.Я. Стратегічний потенціал продовольчої системи України: монографія. Київ: Інститут продовольчих ресурсів НААН, 2020. 162 с.
4. Мостова А.Д. Стратегічне забезпечення продовольчої безпеки України. Харків: Вид-во «Точка». 2019. 311 с.

УДК: 338.2:631.1

СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ПОТЕНЦІАЛОМ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Пастух О.В., магістрант*,

Сумський національний аграрний університет, м. Суми Україна

Аналіз наукових позицій дослідників проблемних питань стратегічного управління конкурентоспроможністю аграрних підприємств та їх продукції дозволив встановити взаємозв'язок

* Науковий керівник – доктор економічних наук, професор О.О. Красноруцький

створення та реалізації стійких конкурентних переваг з інноваційно-інвестиційною діяльністю. Казуальний зв'язок вказаних процесів опосередковується через формування достатнього для здійснення розширеного відтворення рівня економічної ефективності основної діяльності, інвестування акумульованого прибутку та залучених ресурсів в інноваційно-орієнтовані проекти, реалізація яких дозволяє створювати конкурентні переваги, імплементація яких у виробничій та маркетингово-збутовій діяльності призводить до підвищення рівня економічної ефективності. В свою чергу, узгодження зазначених процесів потребує певної системності в управлінні їх протіканням, що актуалізує залучення інструментарію стратегічного управління [1, 2, 3].

Об'єктом стратегічного управління в даному контексті виступає потенціал конкурентоспроможності, як сукупність можливостей підприємства щодо створення стійких конкурентних переваг, та, безпосередньо, конкурентоспроможність продукції та підприємства, як результат імплементації вказаних переваг у виробничій та комерційно-збутовій діяльності. Зважаючи на дуальний характер об'єкту управління ускладнюється структура залучених елементів та інструментів системи стратегічного управління, яка визначається процесом реалізації потенціалу конкурентоспроможності (рис. 1).

В дослідженні визначено підхід до ідентифікації конкурентних структур цільових ринків збуту, який передбачає виділення функціонально-відокремлених груп його суб'єктів, визначення рівнів концентрації капіталу та економічної ефективності основної діяльності, що дозволяє також виконувати оцінку потенціалу конкурентоспроможності аграрних підприємств. Встановлено, що на рівні товаровиробника та першого посередника, тобто на найнижчому рівні маркетингової інфраструктури ситуація є наближеною до олігопсонії, а при розгляді локальних ринків, навіть, монопсонії, то на більш високих рівнях маркетингової інфраструктури внутрішній ринок аграрної продукції є олігопсонічним.

В результаті визначення процедурних аспектів стратегічного управління формуванням та реалізацією потенціалу конкурентоспроможності аграрних підприємств та їх продукції, з урахуванням його структурних характеристик, в дослідженні було обґрунтовано цілісну концепцію управління розвитком вказаного потенціалу.

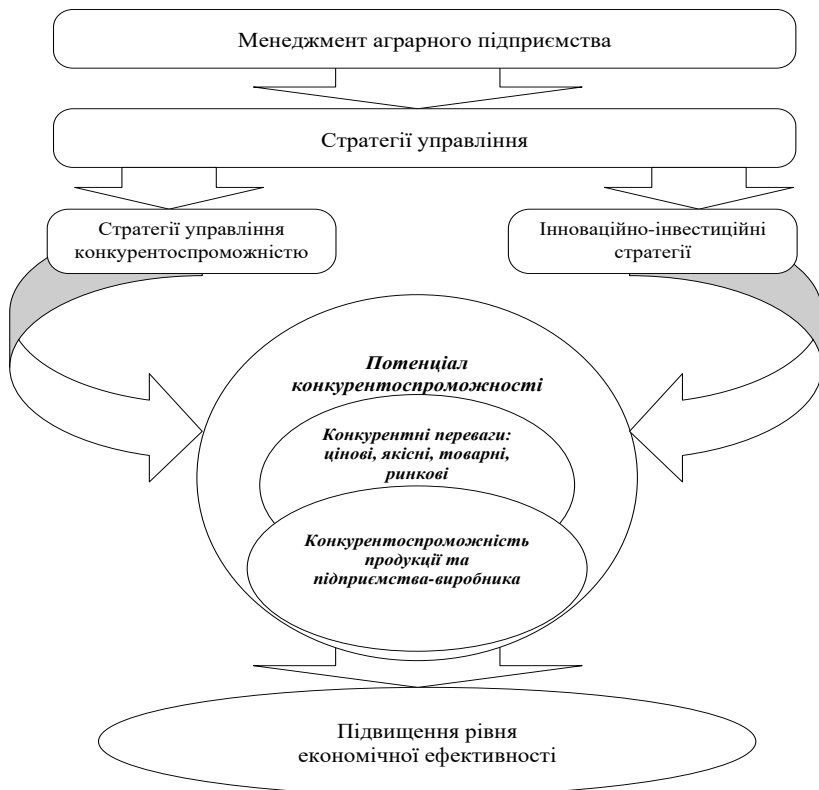


Рис. 1. Процедура та економічні наслідки здійснення процесу стратегічного управління потенціалом конкурентоспроможності

При цьому в основу формування компонент потенціалу покладені впровадження інновацій, орієнтація інвестиційної діяльності на їх генерування та імплементацію, а також розрізнення стратегій конкурентоспроможності та інноваційно-інвестиційних стратегій, які дозволяють формувати конкурентні переваги цінового, якісного, товарного та ринкового характеру. В свою чергу, в дослідженні, відповідно, розвинуто наукове тлумачення дефініції «інноваційно-інвестиційна стратегія», яка передбачає орієнтацію підприємства на розміщення інвестицій лише в спрямованих на створення стійких конкурентних переваг інноваційних проектах, що дозволяє встановлювати причинно-наслідковий зв'язок між інвестиціями, інноваціями, конкурентоспроможністю та ефективністю в контексті більш системної та раціональної формалізації стратегій розвитку.

Бібліографічний список:

1. Писаренко С.В., Іванько М.В., Грицаєнко М.О. Стратегічне управління розвитком потенціалу аграрного підприємства в умовах адаптаційних змін. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2019. Вип. 27(2). С. 29-34. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuumevcg_2019_27%282%29_7

2. Красноручий О.О., Онегіна В.М., Данько Ю.І. Теоретичне значення категорії «розподіл продукції» для досліджень функціонування аграрного ринку. *Вісник Сумського національного аграрного ун-ту : науковий журнал. Сер. «Економіка і менеджмент»*. Сумський НАУ. Суми, 2013. Вип. 4(55). С. 3-9.

3. Сагачко Ю.М. Інноваційне управління як важлива складова стратегії підприємства. *Актуальні питання у сучасній науці. Серія Економіка: журнал*. 2022. № 1(1) 2022. С. 179-188.

УДК: 331.1

КАДРОВИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПІДПРИЄМСТВА: НЕОБХІДНІСТЬ РОЗВИТКУ ТА АКТУАЛІЗАЦІЯ ВПРОВАДЖЕННЯ

Рибалко-Рак Л.А., кандидат економічних наук, доцент,
ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет
економіки і торгівлі», Полтава, Україна

Кужель Н.Л., старший викладач,
ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет
економіки і торгівлі», Полтава, Україна

Дмитренко В.В., здобувач,
ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет
економіки і торгівлі», Полтава, Україна

Дослідження кадрового потенціалу підприємства має ґрунтуватися на оцінці існуючого кадрового потенціалу та прогнозуванні стратегічної необхідності в людських ресурсах. Від лат. Potentia – можливість, потужність, сила.

Кадровий потенціал підприємства можливо розглядати як кількісну та якісну характеристику персоналу, його існуючі та потенційні сильні сторони та можливості, які пов'язані з реалізацією його посадових функціональних обов'язків і повноважень, та впливають на досягнення мети і цілей стратегічного розвитку підприємства. Тому в практичному аспекті кадровий потенціал

можливо досліджувати через можливості персоналу, якість його професійної та кваліфікаційної підготовки, особистісні, психологічні, фізіологічні якості та творчі здібності.

Проблематиці визначення сутності, формування та розвитку кадрового потенціалу підприємства присвячено наукові розробки іноземних учених, які є гуром цього напрямку дослідження, – Ф. Тейлора, Г. Емерсона, А. Файоля, Е. Майо, Д. Мак Грегор, В. Оучи, К. Вітінга, Д. Карліна, С. Моргана, Б. Хенкока, К. Шваба; вітчизняних учених – С. Буковинського, А. Галиняка, А. Гриценка, Д. Дорофєєва, В. Липова, С. Міщенко, С. Науменкова, О. Павликівської, А. Шимановської-Діанич, І. Яненкової. Водночас, кадровий потенціал підприємства характеризується мінливістю, що викликано його активністю як необхідною адаптивною реакцією на зміну факторів зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства. Тому дослідження такої проблематики лишається актуальним завданням в умовах сьогодення.

Розвиток кадрового потенціалу підприємства передбачає визначення можливих напрямів удосконалення управління процесом формування, впровадження і використання персоналу підприємства через реалізацію заходів кадрової політики на засадах системного підходу. Система управління кадровим потенціалом підприємства складається з комплексу взаємопов'язаних підсистем кожна із яких виконує конкретні завдання.

Доцільно розглянути систему управління кадровим потенціалом, запропоновану Е. Онищенко, яка охоплює чотири підсистеми [1]. За результатами структурування підвищується ефективність праці персоналу, удосконалюється структура колективу. Перша підсистема складається з чотирьох елементів: планування потреби у персоналі, найм, комплектування управлінського персоналу, рівень оплати праці. Друга підсистема є реалізацією кадрової політики і стратегії підприємства щодо розвитку персоналу. Третя підсистема – це управління якістю трудового життя, що означає міру задоволення працівниками своїх особистих потреб у процесі роботи на підприємстві. Четверта складова – це управління використанням потенціалу.

При формуванні кадрового потенціалу доцільно орієнтуватися на такі принципи: системність – кадровий потенціал розглядається, як взаємозалежна динамічна система, що охоплює всі категорії працівників та спрямовується на формування та використання людського капіталу підприємства; повага до людини – потреби та інтереси колег є першочерговими серед пріоритетів керівництва та

підприємства у цілому; правова й соціальна захищеність – обов’язковим є дотримання законів, правових актів, трудового, цивільного та господарського права; оптимізація – основу становлять сукупні здібності працівників, що є необхідними для координації дій, щодо забезпечення стратегічних переваг на ринку товарів та послуг; комплементарність управлінських ролей – відбувається постійна взаємодія між професійною та політичною кадровою складовою організації [2, с. 98].

Для ефективної і результативної роботи висококваліфікованих фахівців суб’єкт управління підприємством має успішно використовувати систему управління кадровим потенціалом та розробляти напрями її розвитку, зокрема, щодо підвищення кваліфікації, нових систем мотивації та результативності персоналу.

Бібліографічний список:

1. Онищенко Е.К. Кадровий потенціал та його місце в структурі потенціалу підприємства. Економіка менеджмент підприємництва. *Збірник наук праць Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля*. № 23(II). 2011. С. 7-13.

2. Москаленко В.О. Основні принципи формування кадрового потенціалу підприємства. *Бізнес-Навігатор*. 2010. № 3(20). С. 165-170.

УДК: 331.108

ЦИФРОВІ ІНСТРУМЕНТИ В УПРАВЛІННІ КОМАНДОЮ

Сагачко Ю.М., кандидат економічних, наук, доцент,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-0168-266X>

Богомолова К.С., кандидат економічних наук, доцент,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-1042-825X>

Сьогодні цифрова трансформація пронизує всі сфери нашого життя. Вона надає підтримку в багатьох аспектах, робить процеси більш ефективними та зручними для користувача, а також дозволяє принципово нові способи використання. Однією зі сфер, на яку цифровізація сильно вплинула, є робота. В останні десятиліття, а це пов’язано і з коронавірусною кризою, військовою агресією проти України, з’явилися нові моделі роботи, такі як можливість переходу від

присутньої роботи до мобільної роботи. Звісно, це стосується не всіх видів роботи, але саме інтелектуальна робота потенційно підходить для таких мобільних моделей роботи. Отже, сама по собі тема не нова. Проте, як зробити роботу більш гнучкою, обговорювали протягом останніх тридцяти років. Хоча деякі проблеми не зазнали значних змін, наприклад ті, що стосуються мотивації чи керівництва командою, маємо на увазі соціальні питання.

Так, сьогодні пропонує безліч наукових досліджень командування, в тому числі і цифровізацію цього процесу таких вчених як М. Белбін, який розробив командні ролі, С. Таненбаум, Н. Доценко, М. Армстронг розкриває сутність поняття команда та роль лідера і інші.

Дослідження показують, що компанії впроваджують нові технології швидше, ніж співробітники можуть навчитися ними користуватися. В управлінні командою використання цифрових технологій забезпечує високий рівень задоволення, мотивації, ефективності та продуктивності праці членів команди. Але досягнення таких результатів звісно вимагає володіння техніками, використання цифрових технологій, знання методів та інструментів їх впровадження в роботу команди. І як говорить в інтерв'ю Крейг Резник «Компанії, що виживуть у довгостроковій перспективі – ті, у кого є кращі інструменти, що дозволяють їм бути гнучкими, рухливими, моторними; ті, хто краще за інших зможуть реагувати на зміни сортаменту продукції, контролювати і відслідковувати свої заводи, регулювати ланцюжки поставок і будуть в змозі задіяти свою робочу силу дійсно в будь-якому місці» [1].

Незважаючи на цифровізацію та наявність великої кількості різних цифрових інструментів для співпраці, генерація знань часто працює найкраще, якщо члени команди розташовані разом [2, 3].

Guzmán та ін. [4], наприклад, обговорюють, як організувати команди, щоб зробити їх більш зрілими, пропонується набір інструментів для підтримки команд у спільній роботі, а також обговорюються певні культурні та соціальні проблеми. Thissen та ін. [5] зосереджуються особливо на комунікаційних інструментах і групують їх у сім категорій, таких як чат, віддалений контроль доступу, веб-конференції, передача файлів або пошта. Вони провели три дослідження з командами, щоб проаналізувати різні комбінації інструментів. Ґрунтуючись на результатах, вони пропонують, наприклад, дозволили команді вибрати інструменти на свій вибір, щоб вони сприяли високій частоті спілкування.

Як стверджують експерти [6] найближчими роками головною ознакою будь якої ефективної команди стане по-перше проєктний підхід до бізнесу взагалі, а по-друге застосування data-driven рішень, машинного навчання та штучного інтелекту в сукупності з сучасними засобами комунікації.

Отже, першочерговим корком до впровадження цифрових інструментів має бути розуміння, що будь яке нове програмне забезпечення, чи технологія повинна працювати безперебійно та, в ідеалі, автоматично разом з усіма іншими інструментами, не вимагаючи від користувача невеликих додаткових зусиль. Це має спростити процес, скоротивши час, потрібний працівнику для виконання будь-якого завдання. Якщо це додає час, обов'язково врахуйте це як частину «вартості» технології – і перегляньте, чи варто це того. Не менш важливим при прийнятті рішень по впровадженні цифрових інструментів є апробування його співробітниками, щоб дізнатися про його функції, а саме їх користь для конкретного підприємства. Адже головне завдання керівника команди є віднайти найкращі цифрові інструменти для планування, виконання та контролювання всіх етапів реалізації завдання\проєкту. Такими інструментами можуть бути: ProofHub, ClickUp, Connecteam, Slack, CuteHr, Conceptboard, Conceptboard, Hiver, Serene, ZipBoard. Особливою є платформа Digital Teams Основна мета платформи – надання підтримки для інтелектуальних працівників таким чином, щоб вони могли співпрацювати зі своєю командою з дому чи з коворкінгів з такою самою ефективністю та результативністю, якби вони перебували разом зі своєю командою. Зосереджені як на розподіленій роботі для людей у сільській місцевості та містах, так і на наданні підтримки, головним чином у формі організаційної та розумної підтримки інструментів.

Кожна людина або команда може адаптувати рішення даної платформи до своїх конкретних потреб. Це означає, що послуги, які будуть використовуватися, можна обирати індивідуально. Інші категорії послуг включають системи керування завданнями, служби чату або служби календаря. Для Digital Teams такі послуги надаються як програми, інтегровані в платформу. Таким чином, різні сервіси можуть вигравати один від одного завдяки інтеграції в одну платформу. Потенційно в майбутньому таких послуг можуть бути сотні.

Таким чином організація ефективної роботи в команді це дійсно стало дедалі більшою проблемою для підприємств, які стикаються з великою кількістю працівників, які працюють з різних місць. Тому важливо впроваджувати цифрові інструменти, що дозволяють

ефективно спілкуватися та спільно працювати. А також допомагають підвищити ефективність та задоволеність команди, що сприяє досягненню поставлених цілей та досягненню успіхів у роботі.

Бібліографічний список:

1. Як COVID-19 вплине на ринок автоматизації виробництва? URL: <https://www.automationmag.com/how-will-covid-19-impact-the-manufacturing-automation-market/>
2. David P.A. & Foray D. (2003). Economic fundamentals of the knowledge society. *Policy Futures in Education*, 1(1), 20-49.
3. «Slack» [Online]. URL: <https://slack.com/>
4. García Guzmán, J. & Ramos, J. & de Amescua, A. & Sanz-Esteban, A. (2010). How to get mature global virtual teams: A framework to improve team process management in distributed software teams. *Software Quality Journal*. 18. 409-435.
5. Thissen, M. & Page, J. & Bharathi, M. & Austin, T. (2007). Communication tools for distributed software development teams. 28-35. 10.1145/1235000.1235007.
6. Вікторія КИФЯК & team Інструменти командування. Чернівці: Чернівець. нац. ун-т імені Юрія Федьковича, 2022. 165 с.

УДК: 331.108.2

ЛЮДСЬКІ РЕСУРСИ ЯК ІНСТРУМЕНТ УПРАВЛІННЯ АГРАРНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ НА ОСНОВІ HR-БРЕНДИНГУ

Слюсарев Д.С., здобувач ступеня PhD*

Сумський національний аграрний університет, м. Суми, Україна

ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0007-3740-8201>

В сучасних умовах найважливішим інструментом системи управління аграрними підприємствами є перехід до нової моделі управління, головною цінністю якої є люди – ключовий ресурс, що потребує вкладення інвестицій задля забезпечення його ефективної діяльності.

На сьогодні в Україні прослідковується складність ситуації, як у підприємствах окремих галузей економіки, так і країни в цілому. Під впливом масштабних військових дій, які відбуваються на окупованих

* Науковий керівник – доктор економічних наук, професор А.І. Орехова

Росією територіях південних та східних регіонів, в країні скоротилися обсяги виробництва, порушилися логістичні ланцюги, зріс рівень безробіття та знизилися доходи домогосподарств, погіршилося забезпечення населення послугами соціальної сфери та ускладнилися умови його життя, а масштаби міграції населення закордон досягли 7 млн. осіб. Негативно впливаючи на людський персонал, руйнуючи можливості його відтворення та розвиток, в державі знизилася мотивація людей до праці, що унеможливило, в цілому, ефективну реалізацію людського потенціалу.

Саме тому, питання управління людськими ресурсами залишається ключовим в перебудові всієї системи управління та потребує поглибленого вивчення. Особлива увага, при цьому, має бути приділена діяльності підприємств аграрної сфери, де управління людськими ресурсами здійснюється на основі HR-брендингу.

Варто зазначити, що серед факторів аграрного виробництва (земля, капітал), які забезпечують результативну роботу сільськогосподарських підприємств людські ресурси є чи не найважливішою складовою виробничого потенціалу. Узагальнення теоретичних надбань вчених-економістів, дозволили зробити висновок, що людськими ресурсами є сукупність працівників різних професійно-кваліфікаційних груп, що зайняті на підприємстві, входять в його обліковий склад, а також мають певні навички і знання та можуть використовувати їх у трудовому процесі.

В аграрному секторі економіки витрати на відтворення людських ресурсів становлять близько половини рівня, який досягнутий в промисловості. Все це сьогодні окреслює головне завдання, оскільки для досягнення стану сталого розвитку суспільства галузь сільського господарства має стати провідним динамічним компонентом національної економіки країни. І визначальним, в цьому плані, стає дослідження процесу управління людськими ресурсами на основі HR-брендингу, оскільки лише за їх наявності будь-який суб'єкт господарювання має можливість створювати додану вартість.

Процес формування людських ресурсів в Україні висуває певні вимоги для кожного громадянина. Першочергово, це стосується освіти. Так, ст. 53 Конституції України гарантує кожному громадянину право на освіту. Кодексом законів про працю України встановлюється рівень умов праці та охорона трудових прав працівників. Підґрунтям процесів оплати праці та відпочинку є засади законів України «Про оплату праці» та «Про відпустки», а умовами виходу на пенсію та порядком її нарахування – закон України «Про пенсійне забезпечення». Однак,

соціальні виплати населенню країни в умовах сьогодення значно ускладнилося через воєнний стан в державі і їх здійснюють завдяки залученню коштів ЄБРР в Україні та інших міжнародних фондів. При цьому, варто відмітити, що останнє підвищення мінімальної заробітної плати було в жовтні 2022 року (6700 грн., попередньо – 6500 грн.), а у 2023 році її підвищувати не планують. Індекс споживчих цін (індекс інфляції) у грудні 2022 року щодо листопада 2022 року та грудня 2021 року становив, відповідно, 100,7 % та 126,6 %, а розмір мінімальної заробітної плати до рівня листопада 2022 року не змінився (тобто, склав 100,0 %), а до грудня 2021 року підвищився і склав 103,0 %, тобто, за цей період її розмір зріс лише на 200 гривень [1].

В ході досліджень встановлено, що основні цілі управління людськими ресурсами підприємства полягають у підвищенні його конкурентоздатності, зростанні ефективності виробництва і праці (шляхом досягнення максимального прибутку та високої соціальної ефективності роботи колективу) на підприємстві. За умов забезпечення гарантій зайнятості персоналу підприємства, воно може бути більш прибутковим і конкурентоздатним, особливо, у випадку, якщо напрямки стабілізації складу працівників використовуються, як засоби для управління гнучкістю в керуванні персоналом і взаємозв'язків між працівниками та збереження найбільш кваліфікованого їхнього складу [2].

Рисунок 1 свідчить, що в умовах формування HR-брендингу участь працівників підприємства при реалізації загальної стратегії його управління (з одночасним підвищенням кваліфікації, висуненням ідей, творчим підходом до вирішення проблеми, навчанням, відповідністю зайнятій посаді) дозволять підвищити як економічну ефективність використання людських ресурсів, так і якість менеджменту у цілому по підприємству.

При цьому, оцінка якості управління людськими ресурсами на основі HR-брендингу в підприємствах аграрної галузі має здійснюватися за трьома складовими: плануванням (передбачає розробку кадрової стратегії); організацією (шляхом використання прогресивних методів управління персоналом) та контролем (через оцінку ділових якостей власників, керівників та працівників). Їх реалізація є можливою за умови здійснення підготовки кадрів, підвищення кваліфікації та формування нових компетентностей у кадрів аграрних підприємств.



Рис. 1. Процес реалізації управління людськими ресурсами в умовах формування HR-брендингу

Джерело: сформовано та побудовано автором

Таким чином, узагальнюючи вище викладене зазначимо, що на сьогодні, людські ресурси можна охарактеризувати, як персонал підприємства, який орієнтований на відносини в умовах ринкових перетворень державних і комерційних структур та відповідає вимогам проведення реформування підприємств АПК у напрямку формування конкурентоспроможної галузі в державі.

Бібліографічний список:

1. Державна служба статистики. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
2. Мізіна О.В., Амельницька О.В., Дзіомін Б.Є. Адміністрування системи управління персоналом неприбуткового підприємства: аналіз та удосконалення. *Ефективна економіка*. 2020. № 12. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/12_2020/81.pdf

УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ КОМПАНІЇ В УМОВАХ МАСШТАБУВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ

Солопун Н.М., кандидат економічних наук, доцент,
НТУ «Харківський політехнічний університет», м. Харків, Україна
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-8958-9303>

Марков Е.Р., здобувач вищої освіти,
НТУ «Харківський політехнічний університет», м. Харків, Україна

Зараз все більше підприємств прагнуть здійснювати управління персоналом відповідно до сучасних вимог. Управління персоналом організації – це процес, основною метою якого є забезпечення підприємства якісним штатом працівників, здатних виконувати всі покладені на них завдання та раціональне їх використання. Під оптимальним використанням розуміють виявлення позитивних і негативних мотивів кожного окремого працівника і всього колективу в цілому, а також правильне стимулювання, попередження негативних мотивів і аналіз цих факторів.

Зазначимо, що людські ресурси залишаються основним чинником виробництва, який забезпечує розвиток підприємства та взаємодіє з усіма іншими чинниками виробництва. Поняття людського капіталу сьогодні виступає тим самим, що й категорія «людський капітал», який має накопичуватися та розвиватися, ставати більш інноваційним задля розвитку організації у довгостроковій перспективі. Ефективне управління людськими ресурсами як особлива функція діяльності, пов'язана з найманням працівників, їх навчанням, оцінкою й оплатою їхньої праці, є важливою передумовою ефективного функціонування виробництва [1].

Крім того, слід зазначити що людський капітал необхідний не тільки задля розвитку організації у довгостроковій перспективі, але й при масштабуванні бізнесу, при розширенні діяльності компанії.

Останні десятиліття бізнес-світ став надзвичайно динамічним, та невизначеним, і щоби бути конкурентоспроможним, необхідно швидко реагувати на зміни вдало до них пристосовуватись задля власних і суспільних інтересів. Завдяки постійній генерації прогресивних технологічних, фінансових і маркетингових інновацій провідні компанії світу капіталізують найприбутковіші ринки, формують нову філософію та культуру менеджменту персоналу [2]. А якщо мова йде

про розширення масштабів бізнесу у таких складних умовах, то важливість пошуку та подальшого впровадження новітніх підходів до управління персоналом стає однією з пріоритетних задач управління компаніями.

Компанія може обрати декілька шляхів масштабування бізнесу. Це може бути пошук нових ринків з вже існуючим продуктом, розробка нового продукту, нові партнерства та нова географічна спрямованість компанії.

За даними дослідження Mastercard SME Index майже третина представників українського малого та середнього бізнесу вже розширили свою діяльність на закордонного споживача. 28 % українських МСБ, що працюють під час війни, вже розширили свою діяльність на закордонного споживача. Ще 21 % планують почати це зробити у майбутньому. Наразі українські компанії найбільше продають свої товари та послуги на ринки США (30 %), Польщі (27 %), Німеччини (13 %), Великої Британії (10 %), Литви (10%) та Канади (10 %) тощо [3]. Наприклад, Для компанії «Нова Пошта» шляхом для масштабування стали українські переселенці у Польщі – там вони відкривають відділення в усіх великих містах країни [4].

Основними бар'єрами, які заважають малому та середньому бізнесу вийти на іноземні ринки, є нестача фінансових ресурсів (29 %), профільних знань (27 %) та брак виробничих потужностей (12 %). Тобто проблема з персоналом посідає друге місце у переліку складнощів, я якими стикаються вітчизняні компанії [3].

Завдяки новітнім технологіям процес управління персоналом на відстані є задачею, з якою сучасна компанія вже може впоратися. Кризові явища попередніх років (як то, наприклад, пандемія) вже навчили менеджерів виконувати свої виробничі задачі достатньо успішно.

В умовах масштабування бізнесу менеджери з управління персоналом мають розуміти всі виклики такого завдання. Пошук нових працівників у нових регіонах, їх інструктування та подальше управління новими кадрами є дійсно складною задачею, але, водночас, вкрай необхідною. Масштабування економічної діяльності компанії надає шансу на отримання стійких конкурентних позицій на міжнародному ринку, а ефективне управління персоналом з використанням новітніх технологій та підходів є ефективним інструментом для досягнення цієї мети.

Бібліографічний список:

1. Ушенко Н.В. Система управління формуванням та використанням персоналу. *Бізнес-навігатор*. 2019. Вип. 1. С. 105-109.
URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/bnav_2019_1_23
2. Шушпанов Д., Ліфанова М. Інноваційні інструменти управління персоналом транснаціональних корпорацій. *Регіональні аспекти розвитку продуктивних сил України*. 2019. Вип. 24. С. 86-93.
URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/rarpsu_2019_24_11
3. Бізнес під час війни: скільки підприємців почали працювати «на закордон». *Економічна правда*.
URL: <https://www.epravda.com.ua/news/2022/09/27/691914/>
4. Бізнес пристосувався до війни, змінивши реанімацію на масштабнування.
URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/12/8/694738/>

УДК: 339.138

ПРИНЦИПИ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ У B2B-СЕКТОРІ ТА ЙОГО ВПЛИВ НА БІЗНЕС

Тигар А.В., здобувачка вищої освіти*,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

Цифровий маркетинг є однією з найбільш важливих стратегій для підприємств у B2B-секторі. Нині, завдяки цифровій трансформації, підприємства можуть знайти нових клієнтів та залучити більше уваги до своїх продуктів і послуг, що в свою чергу допомагає підвищити прибутковість бізнесу [2, 5].

Першим принципом успішного цифрового маркетингу у B2B-секторі є розуміння цільової аудиторії. Підприємства повинні знати, які потреби та очікування мають їх клієнти, та відповідно до цього розробляти стратегію маркетингу [3]. Наприклад, якщо підприємство спеціалізується на продажі B2B-послуг для малого бізнесу, то стратегія маркетингу повинна бути спрямована на залучення цільової аудиторії, яка шукає швидкі та ефективні рішення для свого бізнесу.

Другим важливим принципом є створення цікавого та цінного контенту. В B2B-секторі, де клієнти зазвичай мають високі вимоги до якості продуктів та послуг, важливо забезпечити належний рівень інформації для своїх клієнтів. Контент має бути зрозумілим та

* Науковий керівник – кандидат економічних наук, професор С.О. Зайка

детальним, щоб допомогти клієнту зробити правильний вибір. Також важливо розробляти контент, який буде відповідати потребам різних сегментів цільової аудиторії та сприяти їх залученню до бізнесу.

Третім принципом успішного цифрового маркетингу у B2B-сегменті є використання ефективних інструментів маркетингу. Одним з найбільш ефективних інструментів є email-маркетинг [4]. Він дозволяє підприємству зберегти контакт зі своїми клієнтами та залучити нових. Важливо розробляти персоналізовані та цікаві електронні листи, щоб залучити увагу клієнтів та зробити їх зацікавленими у продуктах або послугах підприємства.

Четвертим принципом є використання соціальних медіа для залучення нових клієнтів та збереження вже існуючих. Соціальні медіа є потужним інструментом для взаємодії зі своєю аудиторією та підвищення бренду підприємства [1]. Підприємства можуть використовувати соціальні медіа для публікації цікавого та корисного контенту, спілкування з клієнтами та підтримки бренду.

П'ятим принципом є використання аналітики для відстеження та аналізу результатів маркетингових підприємств. Аналітика дозволяє підприємству відстежувати, як ефективно воно взаємодіє зі своєю аудиторією та який контент є найбільш популярним серед клієнтів. Це дозволяє підприємству вдосконалювати свої маркетингові стратегії та досягати кращих результатів.

Отже, цифровий маркетинг є необхідним для підприємств у B2B-сегменті, щоб збільшити свої продажі та залучити нових клієнтів. Підприємства повинні розуміти свою цільову аудиторію та використовувати різноманітні маркетингові канали, щоб досягти максимального результату. Важливо розробляти персоналізований та цікавий контент, який буде відповідати потребам та інтересам клієнтів, та використовувати ефективні інструменти маркетингу, такі як email-маркетинг та соціальні медіа. Крім того, підприємства повинні використовувати аналітику, щоб відстежувати та аналізувати результати своїх маркетингових кампаній та вдосконалювати свої стратегії.

У сучасному світі цифровий маркетинг є необхідною складовою ефективного бізнесу. Для підприємств у B2B-сегменті це особливо важливо, оскільки вони працюють зі складними та дорогими продуктами або послугами, тому успішне використання цифрового маркетингу може допомогти залучити нових клієнтів та збільшити продажі. Таким чином, підприємства повинні вкладати ресурси та зусилля в розробку та виконання ефективних маркетингових стратегій у цифровому просторі, щоб досягти успіху та стати конкурентоспроможними на ринку.

Бібліографічний список:

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 of marketing development in the condition of digital economy. *Economy digitalization in a pandemic conditions: processes, strategies, technologies: International scientific conference (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>

3. 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.

4. Савицька Н.Л., Забаштанська Т.В., Забаштанський М.М., Борисович В.А. Соціальні медіа як сучасний інструмент просування бренда. *Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг*. 2020. Вип. 2. С. 116-130.

5. Савицька Н.Л., Чміль Г.Л. Нова парадигма маркетингу в умовах цифрової трансформації економіки. *Вісник Сумського національного аграрного університету*. 2020. Вип. 2(84). С. 81-87.

УДК: 005.7:658-043.86

УПРАВЛІННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНИМ РОЗВИТКОМ КОМПАНІЙ: ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ

Ткачова С.С., кандидат економічних наук, доцент,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-7103-9269>

Белевцова Т.С., здобувачка вищої освіти,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

Оскаленко С.О., здобувач вищої освіти,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

Розвиток компанії визначають як незворотні, цілеспрямовані та закономірні зміни її господарської системи, послідовність переходу з існуючого до якісно нового стану на основі удосконалення техніки, технології та організації праці, впровадження новачій в операційну діяльність та систему управління. Виділяють такі види розвитку компаній, як: технічний, спрямований на удосконалення якості продукції, технологій виробництва за рахунок впровадження техніко-

технологічних нововведень; ринковий, що полягає у розширенні сфери споживачів, збільшенні частки ринку тощо; організаційний розвиток, зорієнтований на розвиток окремого працівника, групи, колективу в цілому, удосконалення системи та процесів управління компанією тощо. Центром уваги організаційного розвитку є створення спроможності компанії оцінювати все, що в ній відбувається, і досягати поставлених цілей в умовах зовнішнього середовища, яке динамічно змінюється. Організаційний розвиток орієнтований на забезпечення ефективної діяльності компанії: на отримання високих фінансових показників, показників якості продукції та послуг, продуктивності праці, стабільного зростання, якості робочого життя тощо; яка відповідає вимогам стейкхолдерів; демонструє здатність залучати до роботи в компанії і мотивувати ефективних працівників. Практичні аспекти управління організаційним розвитком вивчено на прикладах двох компаній, які працюють у харчовій промисловості, це компанії Carlsberg Ukraine та Нестле Україна. 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. З моменту заснування в 1847 р., Група стабільно працює і здійснює позитивний внесок в розвиток суспільства на всіх своїх ринках. У Carlsberg Group працюють понад 40 тис. осіб, продукція Групи продається на більш ніж 150 ринках світу. Carlsberg Group – один із найбільших данських інвесторів в Україні. До складу Carlsberg Ukraine входять 3 заводи в містах Запоріжжя, Київ, Львів. Основним видом діяльності Компанії є виробництво та продаж пива, сидру та безалкогольних напоїв більше 13 відомих торговельних марок [1]. Чистий дохід від реалізації продукції за результатами 2020 р. становив 8,1 млрд. грн., у порівнянні з 8,3 млрд. грн. у 2019 р. Чистий прибуток компанії у 2020 р. становив 1,6 млрд. грн. (у 2019 р. становив 1,4 млрд. грн.). Внесок компанії в економіку України у 2020 р. становив понад 3 млрд. грн. у вигляді податків і зборів до бюджетів всіх рівнів. Входить до топ-25 найбільших платників податків в Україні, а також до топ-50 кращих роботодавців України. У 2021 р. у Компанії працювало 1362 особи та було створено загальну пряму і опосередковану зайнятість для 21792 осіб, що еквівалентно 16 додатковим робочим місцям на кожного працівника Компанії. З 2016 р. в Компанії діє програма «Живемо за нашим компасом». Це частина глобальної стратегії SAP'22, метою якої є створення культури переможців. Програма визначає загальні правила етичної поведінки, які стосуються усіх працівників [2].

Компанія «Нестле Україна» входить до Групи компаній Nestle, найбільшої компанії світу у сфері виробництва продуктів харчування, яка діє на принципах раціонального харчування та здорового способу життя. Nestle належать більше 400 фабрик і промислових підприємств, компанія представлена у 186 країнах світу, в ній працюють 270 тис. осіб, асортимент Групи компаній налічує 2000 торгових марок [3]. Місія Nestle відображена у девізі: «Якість продукції, якість життя». Історія діяльності Nestle в Україні розпочалася з грудня 1994 р. На нинішньому етапі розвитку Nestle в Україні є беззаперечним лідером у сфері виробництва продуктів харчування, представляє асортимент 12-ти відомих торгових марок. На кінець 2021 р. кількість працівників компанії становила 5557 осіб. Ефективність управління організаційним розвитком в компанії «Нестле Україна» характеризується кількісними та якісними показниками. Так, незважаючи на складнощі, пов'язані з пандемією COVID-19, чистий дохід від реалізації продукції за результатами 2021 р. становив 11,1 млрд. грн., у порівнянні з 9,5 млрд. грн. у 2020 р. Чистий фінансовий результат діяльності компанії у 2021 р. склав збиток 105,8 млн. грн. (збиток у 2020 р. становив 804,2 млн. грн.) [4]. У компанії твердо переконані, що сталий успіх досягається лише завдяки зусиллям працівників. Саме тому систематично здійснюється робота по навчанню та розвитку працівників; діє ефективна система заохочень та додаткових цілей. Відповідно до стратегії розвитку Групи компаній Nestle, управління організаційним розвитком повинно забезпечити отримання стійких конкурентних переваг, пов'язаних з неперевершеними портфоліо продуктів і брендів, можливостей в галузі наукових досліджень, географічної присутності, а також завдяки людям, культурі, цінностям та ставленню. Потенціал для значного зростання Nestle вбачає в категоріях: «раціональне харчування та здоровий спосіб життя»; «ринки, що розвиваються, і продукти, що позиціонуються як популярні»; «засоби зовнішньої реклами», «преміалізація». Успіх в організаційному розвитку Nestle планує досягти в таких компетенціях, як: інновації та оновлення, залучення споживачів, операційна ефективність, що сприятиме розробці, підвищенню якості продукції; підвищенню операційної ефективності; розвитку інтерактивної взаємодії зі споживачами та іншими стейкхолдерами; диференціації від конкурентів.

Бібліографічний список:

1. Офіційний сайт Carlsberg Ukraine. URL: <https://carlsbergukraine.com/> (дата звернення: 30.03.2023).
2. Звіт зі сталого розвитку 2021. URL: <https://carlsbergukraine.com/media/53442/esg-report-2021-cu.pdf/> (дата звернення: 30.03.2023).
3. Офіційний сайт Carlsberg Ukraine. URL: <https://www.nestle.ua/>
4. Звіт зі сталого розвитку 2021. URL: <https://www.nestle.ua/sites/g/files/pydnoa316/files/2022/> (дата звернення: 30.03.2023).

УДК: 339.378:658.8

ТОРГОВЕЛЬНІ МЕРЕЖІ: СУТНІСТЬ ПОНЯТТЯ ТА КЛАСИФІКАЦІЯ

Ткачова С.С., кандидат економічних наук, доцент,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-7103-9269>

Мордовець В.С., здобувачка вищої освіти,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна
Хом'як В.В., здобувачка вищої освіти,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

Торговельні мережі активно розвиваються в світі і в Україні. У наукових джерелах, в публікаціях експертів і практиків подаються різні підходи щодо визначення сутності поняття «торговельна мережа», а також, враховуючи стрімкий розвиток різновидів торговельних мереж, пропонуються нові критерії класифікації мереж. Всебічне вивчення наукових підходів дозволило акцентувати увагу на визначеннях сутності понять «торговельна мережа», «підприємницька мережа в торгівлі», «корпоративна торговельна мережа». Так, торговельні мережі являють собою відкриті складні динамічні багатополюсні економічні системи, що складаються з оптових і роздрібних торговельних підприємств, і координують свою комерційну діяльність у рамках одного чи декількох територіальних або цільових ринків [1]. З урахуванням галузевих особливостей і виконуваних торгівлею функцій торговельна мережа визначається як сукупність торговельних об'єктів, які мають єдині

принципи управління (бажано керуються з єдиного центру), об'єднані одностиповою назвою (брендом), асортиментною і ціновою політикою, стратегією розвитку і функціонування та, як мінімум, реалізують одну з основних переваг мережевої компанії, у порівнянні з окремим торговельним об'єктом. Їх підприємницька діяльність здійснюється з метою отримання синергетичного ефекту і спрямована на задоволення споживчого попиту у товарах і послугах [2]. У науковій літературі всебічно обґрунтовано та запропоновано до використання поняття «підприємницька мережа в торгівлі». Підприємницька мережа у сфері торгівлі, з одного боку, – це об'єднання бізнес-одиниць, створене юридичною особою – суб'єктом підприємництва за різними ознаками – видом діяльності (роздрібна, оптова, оптово-роздрібна торговельна мережа, виробничо-торговельна мережа), формою господарювання, власності, організаційно-правовою формою на корпоративних, договірних або добровільних (партнерських) засадах, що визначають ступінь господарської самостійності бізнес-одиниць, які входять до складу мережі; з метою досягнення синергетичного ефекту і отримання максимально можливого прибутку; з другого боку, – це сукупність торговельних об'єктів, де здійснюється роздрібний або/та оптовий продаж товарів і надання послуг покупцям, та обслуговуючих їх структурних підрозділів (складів, транспортного господарства, виробничих потужностей) [3]. Також використовується термін «корпоративної торговельної мережі» як сукупності бізнес-одиниць, основним видом діяльності яких є торгівля, що поєднані спільними зовнішніми та функціональними характеристиками, мають корпоративну стратегію розвитку, єдиний центр управління, який спрямовує їх діяльність на одержання максимально можливого прибутку і реалізацію стратегічної мети, та належить одному або кільком власникам [3]. Аналіз підходів щодо визначення сутності поняття «торговельна мережа» дозволяє поєднувати значущі характеристики з різних визначень для того, щоб максимально врахувати особливості операційної діяльності та стратегічного розвитку. Нами також проведено аналіз наукових підходів Власової Н.О., Колчкової О.В. (визначено 7 критеріїв) [2], Голошубової Н.О. (10 критеріїв) [4], Лісці В.В. (11 критеріїв) [4] щодо класифікації торговельних мереж. Співставлено та виявлено єдність та розходження у наукових підходах, як за визначенням ознак, так і за запропонованими видами торговельних мереж.

Враховуючи існуючі ознаки класифікації, а також сучасні підходи до функціонування та стратегічного розвитку торговельних мереж, нами пропонується ввести нові критерії класифікації: «рівень інноваційності мережі», «рівень екологічної відповідальності мережі», «рівень соціальної активності мережі», «формат діяльності торговельної мережі». За 3-ма вказаними критеріями пропонується визначати види мереж з високим, середнім та низьким рівнями – інноваційності, екологічної відповідальності, соціальної активності відповідно. За форматом діяльності пропонується визначати мережі з офлайн форматом, з офлайн та онлайн форматами діяльності, мережі з комбінованим форматом діяльності, включаючи офлайн та онлайн формати торгівлі, власну службу доставки, магазини видачі замовлень та ін. Інформація для оцінки торговельних мереж за запропонованими критеріями класифікації є публічною, систематично оновлюється, подається торговельними мережами у щорічних звітах про сталий розвиток, відкрито публікується на сайтах торговельних мереж, у соціальних мережах, на сайті Асоціації ритейлерів України [5]. Запропоновані критерії класифікації торговельних мереж можуть свідчити про їх сталий розвиток, а також про наявність конкурентних переваг за зазначеними критеріями.

Бібліографічний список:

1. Торговельні мережі [Електронний ресурс]: навч. посібник / Д.М. Одарченко, К.В. Сподар, Т.В. Карбівнича, Є.Б. Соколова. Електрон. дані. Х.: ХДУХТ, 2019. 1 електрон. опт. диск (CD-ROM); 12 см. Назва з тит. екрана.
2. Роздрібні торговельні мережі: регіональні фактори розвитку: монографія / Н.О. Власова, О.В. Колчкова; Харківський державний університет харчування та торгівлі. Харків АДАTM, 2012. 255 с.
3. Підприємницькі мережі в торгівлі: монографія / [Н.О. Голошубова, О.О. Кавун, В.М. Торопков та ін.]; за заг. ред. Н.О. Голошубової. К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2014. 344 с.
4. Лісіца В.В., Тоцький Б.Ю. Торгові мережі: основи функціонування, управління та розвитку. *Сетевой бизнес: становление, проблемы, инновации*: материалы IX Международной научно-практической интернет-конференции, (г. Полтава, 18-19 апреля 2019 года). Полтава: ПУЭТ, 2019. 269 с. С. 196.
5. Офіційний сайт Асоціації ритейлерів України. URL: <https://rau.ua/> (дата звернення: 20.03.2023).

ЧИННИКИ ПРОДУКТИВНОСТІ ПРАЦІ В АГРАРНОМУ СЕКТОРІ ЕКОНОМІКИ

Ткачук В.В., здобувачка вищої освіти *,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

Продуктивність праці – один з основних показників, що характеризують ефективність економічної діяльності, як на мікро так і на макрорівні. Сутність категорії продуктивності праці окремі дослідники вбачають як здатність конкретної праці виробляти певну кількість благ (продукції) за одиницю робочого часу, як ступінь плодотворності, здатності конкретної робочої сили виробляти споживчі цінності чи виконувати будь-яку корисну роботу [1]. К.Р. Макконнелл, С.Л. Брю під продуктивністю праці розуміють середній продукт праці чи виробіток одного робітника за одну годину. Тобто категорія відображає відношення результату до витрат праці [2].

Розуміння рушійних сил продуктивності праці є одним із фундаментальних теоретичних та емпіричних питань економіки. Узагальнюючи результати досліджень науковців у цій сфері, перелічимо чинники підвищення продуктивності праці:

1. Використання нових технологій та інноваційних методів виробництва.

2. Підвищення кваліфікації та навчання працівників.

3. Використання системи стимулювання для підвищення мотивації працівників до досягнення більш високих результатів та досягнення цілей.

4. Удосконалення робочого місця може збільшити комфорт працівника та зменшити втому. Це також вплине на ефективність праці.

5. Дотримання здорового способу життя, який допомагає зберегти енергію та сконцентруватися на робочому місці.

Щодо загального переліку основних факторів підвищення продуктивності праці, серед науковців немає принципових розходжень у думках, але стосовно підпорядкованості цих факторів, визначення їх пріоритетності, думки науковців суттєво різняться. Деякі науковці у якості пріоритетних факторів динаміки продуктивності праці називають рівень оплати праці, наявність/відсутність системи стимулів та мотивацію працівників. Віддаючи належне впливу визначених

*Науковий керівник – доктор економічних наук, доцент Н.В. Шибасва

факторів, вважаємо, що більш вагомими чинниками динаміки продуктивності праці в цілому, та в аграрному секторі зокрема, є показник капіталоозброєності на одного умовного працівника.

Наші переконання ґрунтуються на положеннях неокласичної теорії економічного зростання Р. Солоу, на економетричних розрахунках вітчизняних вчених. Так, проведені Лагодієнко Н.В. дослідження дозволи науковцю визначити, що за кожного зростання реальних обсягів основних фондів у сільському господарстві на 1 зайнятого на 1000 грн, реальні обсяги виробництва продукції сільського господарства на 1 зайнятого зростають на 936,7 грн. Науковець також розрахувала, що з огляду на фактичний рівень реальної капіталоозброєності у 2018 р. (117,9 тис. грн) та виявлену залежність, бажаний рівень реальної капіталоозброєності має зрости у 5,7 рази, а саме до 672,6 тис. грн. В масштабах усього аграрного виробництва реальна вартість основних фондів має зрости з 346,2 до 1973,3 млн. грн [3].

Висновки вітчизняних науковців, які визначають капіталоозброєність у якості основного фактору динаміки продуктивності праці, співпадають із висновками закордонних вчених і даними статистики аграрного виробництва у США. Так С. Гамільтон, Т. Річардс та інші у своїй статті показали, що коли механізація доповнює працю, вона робить кожного працівника більш продуктивним, при цьому заробітна плата, ймовірно зростає [4].

Перспективним напрямом досліджень продуктивності праці в аграрному секторі України, на нашу думку, є залежність обсягів аграрного виробництва від рівня освіти працівників, що зайняті у виробництві агропродукції. У цьому сенсі заслуговують на увагу ґрунтовні напрацювання С.А. Ванга, Р. Хоппе та Т. Герца [5], які можуть бути використані для спроби виявлення і розуміння таких залежностей в українському аграрному секторі.

Ми визначили зміст категорії продуктивність праці, її роль для аграрного сектора економіки, перелічили основні чинники впливу на продуктивність праці. Це дозволило нам погодитися з тими науковцями, які визначають капіталоозброєність у якості пріоритетного чинника підвищення продуктивності праці. Ми також з'ясували перспективні напрями подальших досліджень для побудови ієрархії чинників динаміки продуктивності праці. Таким напрямом може стати побудова економетричної моделі залежності обсягів виробництва вітчизняної агропродукції від рівня освіти зайнятих в аграрному секторі України.

Бібліографічний список:

1. Чорна Р.М. Продуктивність праці у сільському господарстві як основний чинник, що визначає науково-технічний прогрес галузі. *Продуктивність агропромислового виробництва. Економічні науки*. 2013. № 23. С. 126-133.
2. Макконелл К.Р., Брю С.Л. Економіка: принципи, проблеми и політика. 11-е изд. К.: Хагар-Демос, 1993. 785 с.
3. Лагодієнко Н. Моделювання кількісних параметрів впливу ключових факторів зростання аграрного виробництва. *Економіка та управління національним господарством*. 2020. Вип. 51. С. 43-51. URL: http://bses.in.ua/journals/2020/51_2020/9.pdf
4. Stephen F. Hamilton, Timothy J. Richards, Aric P. Shafran, Kathryn N. Vasilaky. Farm labor productivity and the impact of mechanization. *American Journal of Agricultural Economics*. 2022. № 104. pp. 1435–1459. URL: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/ajae.12273>
5. Sun Ling Wang, Robert A. Hoppe, and Thomas Hertz. Increases in Labor Quality Contributed to Growth in U.S. Agricultural Output. URL: <https://www.ers.usda.gov/amber-waves/2022/february/increases-in-labor-quality-contributed-to-growth-in-u-s-agricultural-output/>

УДК: 339:138

КОНТЕНТ-МАРКЕТИНГ: СТРАТЕГІЇ ТА ПІДХОДИ ДО СТВОРЕННЯ ЕФЕКТИВНОГО КОНТЕНТУ

Чарупа А.М., здобувачка вищої освіти*,

Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

Розвиток українського бізнесу у сучасних умовах вимагає використання сучасних маркетингових комунікацій у системі управління підприємством, щоб забезпечити ефективну діяльність та конкурентоспроможність [4].

Останнім часом з поширенням онлайн-бізнесу традиційний маркетинг стає менш ефективним, оскільки змінюються правила гри в бізнесі. На його місце приходить інтернет-маркетинг, який має свої унікальні характеристики та значно відрізняється від традиційних інструментів маркетингу [1].

Науковий керівник – кандидат економічних наук, професор С.О. Зайка

Інтернет-маркетинг може мати різні визначення, залежно від того, в якій галузі він застосовується. Для веб-розробників це може означати створення веб-сайтів, які привертають більше відвідувачів. Рекламодавці бачать його як інтернет-рекламу, що допомагає створювати бренд і управляти взаємодіями з клієнтами. Маркетологи визначають його як процес будівництва і підтримки відносин зі споживачами за допомогою онлайн-діяльності, яка сприяє обміну ідеями, товарами та послугами для задоволення потреб як покупців, так і продавців [1-5].

Оскільки інтернет-маркетинг базується на взаємодії між бізнесом та споживачами через соціальні мережі та мобільний інтернет, зростає значимість маркетингових комунікацій у мережі інтернет, зокрема інформаційного контенту, який має самостійну цінність для аудиторії [2]. Він відрізняється від прямої реклами тим, що не містить прямого заклику до дії та не призводить до миттєвого ефекту. Однак, він впливає на підвищення пізнаваності бренду, залучення аудиторії та перетворення відвідувачів у лояльних клієнтів.

Контент-маркетинг був винайдений як спосіб надання інформаційної підтримки для веб-сайтів і вважався частиною стратегії цифрового маркетингу компаній, що діють в Інтернеті протягом багатьох років. Однак, з часом контент-маркетинг став окремим напрямом у маркетингу.

Контент-маркетинг – це стратегія маркетингу, що передбачає створення та поширення цінного, корисного та релевантного контенту з метою привернення та утримання цільової аудиторії та підвищення її лояльності до бренду.

Для того, щоб створений контент був ефективним, слід дотримуватися певних підходів та стратегій:

1. Визначення цільової аудиторії та її потреб. Слід знати, кому саме буде адресований контент та які проблеми він допоможе вирішити.

2. Створення унікального та цікавого контенту. Контент має бути оригінальним та цікавим для читача. Слід уникати копіювання контенту з інших джерел.

3. Використання різних форматів контенту. Статті, відео, інфографіки, подкасти, вебінари – це лише кілька форматів, які можуть бути використані для створення контенту.

4. Розповсюдження контенту на різних каналах. Контент можна розміщувати на веб-сайті, в соціальних мережах, електронній пошті, на блогах тощо.

5. Вимірювання результативності. Слід відстежувати кількість переглядів, лайків, коментарів та інших метрик, щоб знати, який контент є найбільш ефективним та на якому каналі він найкраще сприймається аудиторією.

Стратегія контент-маркетингу грає ключову роль у розвитку українських підприємств, і є невід'ємним інструментом інтернет-маркетингу для подальшого просування компаній в онлайн-середовищі. Зараз контент-маркетинг є не тільки частиною загальної маркетингової стратегії підприємства, але й окремим напрямом маркетингу.

Контент-маркетинг є ефективним інструментом для привернення та утримання цільової аудиторії. Дотримання певних підходів та стратегій до створення контенту допоможе досягти максимального результату.

Бібліографічний список:

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. Features of marketing communications on the Internet. *Modern transformations in economics and management: V International scientific-practical conference (March 26-27, 2021. Klaipeda, Lithuania)*. Riga, Latvia: "Baltija Publishing", 2021. P. 98-102.

3. Zaika S., Kuskova S., Zaika O. Trends of marketing development in the condition of digital economy. *Economy digitalization in a pandemic conditions: processes, strategies, technologies: International scientific conference (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>

4. Савицька Н.Л., Кот О.В., Кот М.С. Канали маркетингових комунікацій як засіб підвищення комунікативної активності підприємств торгівлі. Збірник тез доповідей Міжнародної науково-практичної конференції «Актуальні питання науки, освіти та суспільства в умовах сучасних викликів» Глобальні та 25 національні проблеми економіки. 2017. Вип. 15. С. 306-310. URL: <http://globalnational.in.ua/archive/15-2017/62.pdf>

5. Савицька Н.Л., Чміль Г.Л. Нова парадигма маркетингу в умовах цифрової трансформації економіки. *Вісник Сумського національного аграрного університету*. 2020. Вип. 2(84). С. 81-87.

ВПЛИВ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ НА РОБОЧІ МІСЦЯ ТА ЗМІНУ ВИМОГ ДО РОБОЧИХ НАВИЧОК

Чемоданова М.Ф., кандидат філософських наук, доцент,

Приватний заклад вищої освіти «Харківський
технологічний університет «ШАГ», м. Харків, Україна

Сухий В.Т., викладач,

Приватний заклад вищої освіти «Харківський
технологічний університет «ШАГ», м. Харків, Україна

Великий І.Є., здобувач вищої освіти,

Приватний заклад вищої освіти «Харківський
технологічний університет «ШАГ», м. Харків, Україна

Зростання цифрових технологій та збільшення прийняття автоматизації та штучного інтелекту призвели до значних змін на ринку праці. Розвиток цифрової економіки ознаменовує перехід до четвертої промислової революції, яка носить назву «Індустрія 4.0». Таким чином з'явилася нова модель праці й зайнятості під назвою «Робота 4.0» або «Праця 4.0». Вона найактивніше розвивається в країнах з передовою економікою, оскільки передбачає не тільки нові можливості, а й ризики [2].

Вплив цифрової економіки на робоче місце - це важлива тема для досліджень та дискусій у сфері економіки та державного управління [1, 2, 3]. А дослідження питання впливу цифрової трансформації на ринок праці є актуальним напрямком дослідження.

Цифрова економіка трансформує характер роботи, і деякі робочі місця стають зайвими, або змінюються. Автоматизація та штучний інтелект замінюють рутинні завдання, такі як введення даних та робота на лінії зборки, що може призвести до зниження попиту на певні типи робіт. Однак, цифрова трансформація також створює нові можливості працевлаштування в галузях, таких як аналітика даних, цифровий маркетинг та електронна комерція. Крім того, дистанційна робота стала більш поширеною завдяки цифровій економіці, що дозволяє компаніям наймати працівників з будь-якої точки світу.

Цифрова економіка також призводить до зміни навичок, необхідних для успішного кар'єрного зростання. У цифровій економіці необхідно мати широкий спектр навичок, які можна поділити на три категорії (таблиця 1).

Необхідні навички цифрової економіки

Категорії навичок	Приклади
Технічні навички	Програмування: HTML, CSS, JavaScript, Python, Java, C++, PHP, SQL та інші мови програмування. Розробка мобільних додатків та інтерфейсів. Робототехніка та автоматизація. Аналітика даних, обробка даних та машинне навчання. Кібербезпека та захист інформації.
Комунікаційні навички	Комунікація та співпраця з командою. Керування проектами та ресурсами. Презентаційні навички та здатність ефективно пояснювати технічні та не технічні питання. Англійська мова та здатність спілкуватися з міжнародними командами та клієнтами.
Стратегічні навички	Розуміння цифрової трансформації та здатність прогнозувати майбутні тенденції в цифровій економіці. Компетентність у виборі та застосуванні технологій та інструментів, які найкраще відповідають бізнес-потребам. Управління змінами та здатність адаптуватися до нових ситуацій та викликів. Розуміння ринкових тенденцій та здатність прогнозувати майбутні тенденції в галузі.

За останні роки цифрова економіка зазнала значного росту і стала основою багатьох сучасних бізнес-моделей. Цифрова трансформація є ключовим фактором, який впливає на ефективність бізнесу та процеси роботи. Вона також формує і вимоги до працівників і до робочих місць в цілому. Зараз у світі працюють більше 1 мільярда людей в так званих «цифрових» професіях і їх кількість продовжує зростати.

Щоб зрозуміти вплив цифрової економіки на робочі місця та зміну вимог до робочих навичок, необхідно розглянути кілька ключових аспектів цифрової трансформації.

По-перше, з поширенням автоматизації та роботизації деякі робочі місця можуть стати зайвими. Наприклад, виробництво автомобілів, яке раніше потребувало великої кількості працівників на конвеєрі, зараз може бути повністю автоматизоване за допомогою роботів. Це може привести до зменшення кількості робочих місць, пов'язаних з цією галуззю. Банківські та страхові компанії використовують автоматизовані системи для виконання функцій, які раніше потребували людської інтервенції тощо.

По-друге, з поширенням цифрових технологій з'являються нові види робіт, пов'язані з обробкою даних та розробкою програмного забезпечення. Наприклад, робота дата-аналітиком, яка раніше не існувала, тепер стає все більш популярною. Також, з'являються нові робочі місця, пов'язані з розвитком штучного інтелекту та інших

відгалужень цифрової економіки. Нові технології вимагають від спеціалістів знань у галузі машинного навчання, аналітики даних та обробки великих обсягів інформації. Зокрема зі зростанням популярності та можливостей штучно-го інтелекту почали закономірно з'являтися нові пропозиції на технологічному ринку праці. Наприклад, інженер оперативного управління (prompt engineers чи оперативні інженери). Це посада, яка загалом полягає у тому, аби правильно спілкуватися із системами ШІ та через певні тези чи питання досягати потрібних відповідей під час листування з технологією [5].

По-третє, змінюються вимоги до робочих навичок. Для роботи в цифровій економіці потрібні не тільки традиційні навички, такі як комунікація та лідерство, але й нові навички, такі як розуміння алгоритмів, розробка програмного забезпечення та аналіз даних. Крім того, важливо мати навички роботи з цифровими інструментами та платформами, такими як CRM-системи, соціальні медіа та віртуальні мітинги.

Отже, цифрова трансформація має значний вплив на робочі місця та вимоги до рівня компетентностей випускників навчальних закладів, тож подальший напрямок досліджень буде спрямований на підготовку методичних рекомендацій з підвищення актуальності та якості освітніх програмах.

Бібліографічний список:

1. Вітковський Ю.П., Дудник О.В., Кравчук О.В. Управління формуванням інвестиційного потенціалу підприємств. *Український журнал прикладної економіки та техніки*. 2021. Том 6. № 3. С. 310-316. URL: http://ujae.org.ua/wp-content/uploads/2022/07/ujae_2021_r03.pdf#page=310
2. Водянка Л.Д., Харовська А.В. Вплив цифрової економіки на тенденції сучасного ринку праці. *Ефективна економіка*. URL: <https://archer.chnu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/3807/1/82.pdf>
3. Дудник О., Полякова О. Сучасні тенденції та підходи в проєктному управлінні. *Міжнародний науковий журнал «Літернаука»*. № 1(69). 2023. С. 60-67.
4. У яких компаніях і на яких ринках хочуть працювати українці. Дослідження Ernst & Young в Україні. URL: <https://forbes.ua/company/uyakikh-kompaniyakh-i-na-yakikh-rinkakh-khochut-pratsyuvati-ukraintsi-doslidzhennya-ernst-amp-young-v-ukraini-02032023-12117>
5. Штурхачі ведмедів чи цінні кадри? Хто такі інженери оперативного управління ШІ URL: <https://mediamaker.me/shturhachi-vedmediv-chy-czinni-kadry-hto-taki-inzhenery-operativnogo-upravlinnya-shi-1531/>

ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ В МАРКЕТИНГУ: ПЕРЕВАГИ І НЕДОЛІКИ ЗАСТОСУВАННЯ

Черкасова В.С., здобувачка вищої освіти *,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

Сьогодні на ринку та у свідомості споживачів відбуваються значні зміни, що перешкоджають ефективному використанню традиційних маркетингових засобів. Тому, у практиці з'явилося безліч нетрадиційних методів формування попиту та реклами товарів. Маркетинг змінюється разом із соціальними та ринковими процесами, а його інструментарій адаптується до поточної ситуації [2].

На сучасному ринку відбуваються значні зміни, які перешкоджають ефективному використанню традиційних маркетингових засобів [1-5]. Споживачі дивляться на товари та послуги з іншої перспективи, а їх потреби та очікування змінюються. У зв'язку з цим, маркетологи повинні адаптуватися до цих змін та використовувати нові технології та методи, щоб ефективно рекламувати товари та послуги та створити попит на них.

Маркетинг є динамічною галуззю, яка постійно розвивається та пристосовується до змін на ринку та у свідомості споживачів [3].

Штучний інтелект відіграє важливу роль в маркетингу, оскільки дозволяє використовувати нові підходи до дослідження ринку та персоналізації контенту. Це допомагає покращити аналіз інформації та зрозуміти, який вплив мають дії підприємств на споживачів. Для досягнення конкурентних переваг, підприємства мають зрозуміти потреби своїх клієнтів і використовувати технології штучного інтелекту та когнітивного маркетингу, щоб підвищити свій прибуток, залучити нових клієнтів і відслідковувати зміни в їх потребах та вимогах без проведення дорогих маркетингових досліджень [4].

Штучний інтелект вже став необхідним інструментом в маркетингу та є ключовою тенденцією нашого часу. Великі корпорації та молоді стартапи активно використовують ефективні AI-інструменти, такі як:

– персоналізація стрічок новин, спрямованих на конкретний контент та аудиторію;

* Науковий керівник – кандидат економічних наук, професор С.О. Зайка

- визначення мови як інструменту для роботи з великою кількістю неструктурованих даних, що зустрічаються в роботі;
- орієнтування цільових оголошень та реклами;
- аналіз вхідних даних клієнтів та їх сегментація в реальному часі;
- соціальна семантика, аналіз настроїв аудиторії;
- автоматизований веб-дизайн;
- інтелектуальне обслуговування клієнтів, включаючи застосування чат-ботів [1, 4].

Штучний інтелект є однією з найбільш інноваційних технологій нашого часу, яка знаходить своє застосування в різних галузях, в тому числі в маркетингу. Інтелектуальні системи можуть допомогти вдосконалити різні аспекти маркетингових сервісів, від аналізу даних про клієнтів до автоматизації процесів продажів.

Штучний інтелект може стати корисним інструментом для маркетологів, оскільки він забезпечує здатність обробляти великі обсяги даних та здійснювати високоякісний аналіз. Однак, як і в будь-якій іншій технології, використання штучного інтелекту в маркетингу має свої переваги та недоліки.

Переваги використання штучного інтелекту в маркетингу:

1. Ефективний аналіз даних: штучний інтелект може швидко та ефективно аналізувати великі обсяги даних про клієнтів, такі як інформація про покупки, перегляди товарів, рейтинги, коментарі тощо. Це дозволяє здійснювати більш точне прогнозування потреб споживачів та відповідні зміни в маркетинговій стратегії.

2. Підвищення ефективності рекламних кампаній: штучний інтелект може допомогти підібрати найбільш ефективну стратегію реклами для конкретної аудиторії, на основі аналізу її поведінки в Інтернеті. Наприклад, штучний інтелект може підібрати найкращу медіа-платформу для розміщення реклами, на основі того, як часто користувачі переглядають відео на YouTube, Facebook чи Instagram.

3. Підвищення персоналізації маркетингових пропозицій: штучний інтелект може допомогти забезпечити персоналізовану маркетингову стратегію для кожного клієнта, на основі аналізу його поведінки та інших даних. Наприклад, штучний інтелект може допомогти забезпечити персоналізовані пропозиції після покупки товару, або підібрати найкращий час для над завантаження реклами, на основі аналізу поведінки користувача в Інтернеті.

4. Підвищення ефективності обслуговування клієнтів: штучний інтелект може допомогти забезпечити ефективність обслуговування клієнтів, шляхом автоматизації процесів відповіді на запити та повідомлення. Наприклад, штучний інтелект може відповісти на запити клієнтів через онлайн-чат, або надавати автоматичні відповіді на електронні листи.

Недоліками використання штучного інтелекту в маркетингу є:

1. Ризик збоїв: штучний інтелект не є ідеальним інструментом та може допускати помилки та збої. Це може призвести до невірних рішень та зниження якості рекламних кампаній.

2. Вартість розробки та впровадження: використання штучного інтелекту в маркетингу потребує великої інвестиції в розробку та впровадження систем, які забезпечують функціонування штучного інтелекту. Це може бути високими витратами для підприємства, особливо для невеликих підприємств.

3. Питання етики: використання штучного інтелекту може порушувати етичні норми та права споживачів, особливо при зборі та обробці персональних даних. Підприємства повинні враховувати ці питання та відповідно регулювати свою діяльність.

4. Залежність від технологій: використання штучного інтелекту може призвести до залежності від технології та недостатньої уваги до інших аспектів маркетингу, таких як людські відносини, творчість та інші м'які навички, які також є важливими для успіху підприємства.

5. Обмежені можливості: на даний момент, можливості штучного інтелекту в маркетингу є обмеженими. Штучний інтелект може бути корисним для певних завдань, але не відповідати на потреби комплексних маркетингових стратегій.

6. Питання конфіденційності: використання штучного інтелекту може призвести до збору та обробки значної кількості даних про користувачів, що може порушувати їх право на конфіденційність. Підприємства повинні ретельно контролювати збір та використання даних.

7. Брак гнучкості: штучний інтелект може бути обмеженим у своїй гнучкості та адаптивності. Використання штучного інтелекту може вимагати строгого визначення правил та параметрів, що може зменшити гнучкість вибору стратегій та тактик маркетингових кампаній.

Штучний інтелект може бути корисним інструментом для розвитку маркетингових сервісів. Він може допомогти в автоматизації процесів, вибірці цільової аудиторії, аналізі поведінки користувачів та багато іншого. Однак, використання штучного інтелекту має свої недоліки, такі як ризик збоїв, вартість розробки та впровадження, питання етики та конфіденційності, та обмежені можливості. Підприємства повинні враховувати ці недоліки та дбайливо планувати використання штучного інтелекту в маркетингових стратегіях.

Отже, хоча штучний інтелект має свої переваги та недоліки, як і будь-яка прогресивна технологія, важливо бути усвідомленим щодо можливих проблем, які можуть виникнути в майбутньому і розробляти стратегії для їх вирішення. Не слід забувати, що штучний інтелект має великий потенціал, який може допомогти вирішувати різні бізнес-завдання та налагоджувати ефективну взаємодію між підприємствами та споживачами, пропонуючи нові підходи.

Бібліографічний список:

1. Kyvatko T., Zaika S. (2020). Benchmarking as an element of marketing activities of ukrainian enterprises. *Modern scientific and technical methods of management information flow and their influence on the development of society*. Abstracts of V International Scientific and Practical Conference. Frankfurt am Main, Germany, p. 12-14. URL: <http://isg-conf.com>

2. Zaika S., Kuskova S., Zaika O. Trends of marketing development in the condition of digital economy. *Economy digitalization in a pandemic conditions: processes, strategies, technologies*. International scientific conference (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>

3. Савицька Н.Л. Тренди сучасного маркетингу в контексті цифрової трансформації бізнесу. *Сучасний маркетинг: стратегічне управління та інноваційний розвиток*. матеріали II Міжнар. наук.-практ. конф. до 90-річ. заснув. ХНТУСГ / Харків. нац. техн. ун-т сіл. госп-ва ім. П. Василенка.-Харків: ХНТУСГ, 2020. С. 267-269.

4. Савицька Н.Л., Забаштанська Т.В., Забаштанський М.М., Борисович В.А. Соціальні медіа як сучасний інструмент просування бренду. *Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг*. 2020. Вип. 2. С. 116-130.

5. Савицька Н.Л., Чміль Г.Л. Нова парадигма маркетингу в умовах цифрової трансформації економіки. *Вісник Сумського національного аграрного університету*. 2020. Вип. 2(84). С. 81.

УПРАВЛІННЯ ЗБУТОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Чуйко Н.В., кандидат економічних наук, доцент,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-9066-7105>

Головко Д.О., здобувач вищої освіти,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

Сучасні умови господарювання диктують аграрним підприємствам нові вимоги до їх діяльності. Вони повинні приймати обґрунтовані рішення не тільки пов'язані з виробництвом сільськогосподарської продукції, але із ефективним її збутом.

Різні автори мають свій погляд, що ж таке збут продукції. Збут – це система всіх заходів, які проводяться після виходу продукції за межі підприємства і завершуються продажем [1].

Балабанова Л.В., описує збут, як процес фізичного переміщення товару й отожднюють його з поняттями «розподіл» і «товарорух» [2].

Дослідники Ключник А.В, Білозерцева І.О. збут продукції розглядають: у широкому сенсі слова – це всі операції з моменту виходу товару за ворота підприємства до моменту передачі купленого товару споживачеві, а у вузькому розумінні – це лише кінцева операція, тобто відносини між продавцем і покупцем [3]. Часто автори отожднюють поняття «збут» і «збутова діяльність».

За визначенням Белінського П.І. суть збутової діяльності в узагальненому розумінні полягає в тому, що це є процес просування готової продукції на ринок та організації товарного обміну з метою одержання підприємницького прибутку [4]. Крім розглянутих термінів в літературних джерелах зустрічається «управління збутовою діяльністю».

Автор С.Є. Хрупович зазначає, що управління збутовою діяльністю – це сукупність організаційних форм, через які здійснюється загальне управління збутовою діяльністю на всіх її етапах, а також економічних важелів, що сприяють збільшенню обсягів реалізації продукції та розвитку підприємства [5].

Управління збутовою діяльністю є важливою складовою успішної діяльності аграрних підприємств. Для ефективного

управління збутом потрібно мати детальний план дій, аналізувати ринок, визначати конкурентні переваги підприємства та створювати ефективні маркетингові стратегії.

Основними етапами управління збутовою діяльністю аграрних підприємств є:

1. Проведення аналізу ринку, шляхом вивчення потреб клієнтів, та їх попиту на продукцію.

2. Визначення конкурентних переваг. Потрібно з'ясувати, що робить продукцію конкретного підприємства унікальною та привабливою для клієнтів.

3. Вибір маркетингової стратегії. На основі аналізу ринку та конкурентних переваг підприємство розробляє маркетингову стратегію, яка найкраще підходить для його продукції.

4. Розробка плану збуту. Визначення оптимальних каналів реалізації продукції, встановлення ціни на неї та вирішення питань зберігання і доставки.

5. Моніторинг та контроль. Управління збутовою діяльністю повинно включати постійний моніторинг ринку та контроль за продажами. Важливо вчасно виявляти проблеми та шукати ефективні способи їх вирішення.

Збутова діяльність є однією з ключових функцій аграрних підприємств. Вона охоплює всі процеси, пов'язані з просуванням продукції на ринок та її реалізацією підприємствам-споживачам.

У сучасних умовах, коли конкуренція на ринку дуже висока, ефективне використання інструментів маркетингу є головним шляхом до успіху будь-якого аграрного підприємства. Наприклад, реклама, використання соціальних мереж, знижки та акції, розвиток бонусних програм, участь на виставках та ярмарках, залучення професійних менеджерів з продажу - це інструменти, які допомагають збільшити обсяги продажів та просування продукції на ринку.

Ефективна система збуту не тільки забезпечує короткочасний комерційний успіх, але і посилює стратегічні переваги аграрного підприємства, що дозволяє досягти стабільності в реалізації продукції, зменшити витрати на збут, виробництво та транспортування, збільшити обсяги виробництва, прибутку.

Таким чином, вдосконалення збутової діяльності є невід'ємним елементом розвитку аграрного підприємства в умовах сьогодення, та дозволяє йому успішно функціонувати на ринку, забезпечуючи стабільний розвиток у майбутньому.

Бібліографічний список:

1. Гарбар Ж.В., Кватернюк А.О. Пріоритетні напрями розвитку інноваційної діяльності в галузі рослинництва. *Агросвіт*. 2021. № 12. С. 9-14.

2. Балабанова Л.В. Маркетинг: підручник. 2-ге вид., перероб. і доп. К.: Знання-Прес. 2004. 645 с.

3. Ключник А.В. Білозерцева І.О. Теоретичний аналіз поняття «збут» та його функції. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. Вип. 6. Ч. 2. С. 188-191.

4. Белінський П.І. Менеджмент виробництва та операцій: підручник. Київ. Центр навчальної літератури. 2005. 624 с.

5. Хрупович С.Є. Економічне оцінювання та моделювання системи управління збутовою діяльністю підприємств. Монографія. Тернопіль. Вид-во «ТНТУ». 2011. 160 с.

Секція

*Актуальні проблеми та
пріоритетні напрямки
розвитку організацій
туристичної сфери в
сучасних соціально-
економічних умовах*

SOME ASPECTS OF LEGAL REGULATION OF THE ACTIVITIES OF INDIVIDUAL PEASANT FARMS IN THE SPHERE OF RURAL GREEN TOURISM

Kovach D.L., PhD,

State Biotechnological University, Kharkiv, Ukraine
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-6065-9793>

Rural green tourism in Ukraine is one of the promising areas for the development of tourism business. Despite the state of war, the activities of individual peasant farms in the sphere of rural green tourism have significant potential as an auxiliary type of farm activity, an additional means of income generation, influencing the development of rural territories, contributing to the development and preservation of Ukrainian culture and traditions, and can also be an element of psychological rehabilitation, an attractive way of leisure in the post-war time.

The legislation in the field of rural green tourism is characterized by the presence of a significant number of legal acts that only partially regulate the social relations of the researched sphere, including the Civil Code of Ukraine, the Commercial Code of Ukraine, the Law of Ukraine "On Personal Peasant Farming", the Law of Ukraine "On Tourism", the Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine dated March 15, 2006, No. 297 "On Approval of the Procedure for Provision of Services for Temporary Accommodation (Residence)" and others. However, due to the specificity of this industry, various legal issues arise that require attention and consideration. Below are some of these issues and possible ways to address them: 1) Regulation of the legal status of land plots used for rural green tourism. Due to the fact that often the land for rural green tourism is owned by individuals, there is a problem of uncertainty of the legal status of the land plot. To address this issue, requirements can be established for the documentary registration of land rights used for rural green tourism. 2) Regulating the legal status of business entities providing services in the field of rural green tourism. Due to the fact that rural green tourism is a new direction of tourism development in Ukraine, there is a need to standardize the legal status of business entities that provide services in this field. To address this issue, a special law on rural green tourism can be developed,

which will determine the legal status of business entities working in this industry. 3) Regulating the preservation of cultural heritage and conservation of natural resources in rural green tourism areas. Due to the fact that rural green tourism involves the interaction of tourists with nature and cultural landmarks, there arises a question of preserving cultural heritage and protecting natural resources in rural green tourism zones. To address this issue, requirements for the preservation of cultural and natural objects in rural green tourism zones can be developed, as well as rules of conduct for tourists who visit these areas. In addition, information work can be conducted among the local population and tourists to preserve cultural heritage and natural resources. 4) Regarding the regulation of relations between economic entities and tourists in the field of rural green tourism, since enterprises usually provide tourism services directly to tourists, there arises a question of regulating relations between economic entities and tourists. To address this issue, requirements can be established for contracts concluded between economic entities and tourists, as well as for the quality of services provided.

Therefore, to address the problematic issues regarding the legal regulation of rural green tourism in Ukraine, it is necessary to work on the development and improvement of relevant legislative acts, establish requirements and rules regarding the documentation of land ownership, standardize procedures for obtaining permits and licenses for tourism services, set requirements for the preservation of cultural heritage and natural resources in rural green tourism areas, as well as establish requirements for contracts and the quality of services provided. In addition, it is important to conduct informational campaigns among local residents and tourists to preserve cultural heritage and natural resources.

It is also important to take into account the practices and experiences of other countries regarding the legal regulation of rural green tourism and to use this knowledge to improve the legal framework in Ukraine. In addition, it is necessary to involve all interested parties – government representatives, local authorities, entrepreneurs, and the public – in the development and implementation of legislative acts.

Overall, the development of rural green tourism in Ukraine has great potential for increasing tourist flow and regional development, but this requires addressing problematic issues related to the legal regulation of this industry.

FOREIGN EXPERIENCE OF LEGAL REGULATION OF TOURISM INDUSTRY ENTERPRISES

Zaika S.O., candidate of economic sciences, professor,
State Biotechnological University, Kharkiv, Ukraine
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-8132-7643>

Kharchevnikova L.S., candidate of economic sciences, docent,
State Biotechnological University, Kharkiv, Ukraine
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-8035-126X>

In developed tourist countries, the state plays an important role in regulating tourism activities. Studies of international practice and legislation show that there are strict conditions and a system of permit policy that provides for the licensing of tourist activities. For example, in countries such as Great Britain, Israel, Italy, Spain, Latvia, Lithuania, China, the USA, Egypt, Turkey, and Japan, licensing regulations have been introduced to ensure the interests of tourists and the protection of consumer rights. In such countries, priority is given to inbound tourism, and additional measures are taken to ensure the protection of tourists' rights [2].

The foreign experience of legal regulation of enterprises in the field of tourism can be characterized as diverse and aimed at protecting the interests of tourists and developing the tourism industry in general.

In many countries, for example, in Europe and North America, there is a regulatory system that provides for the licensing of tourism enterprises and the establishment of mandatory standards for the quality of tourist services. In addition, in many countries there are laws that provide mandatory insurance for tourists in case of unforeseen events, such as natural disasters, accidents, acts of terrorism, and others [3].

In some countries, such as Japan and China, special authorities have been established that are responsible for granting licenses and registering tourism enterprises. In some other countries, such as Spain and France, there are special categories of licenses for different types of tourism activities, such as travel agents, tour operators, and others.

Of course, many countries have legal acts regulating the activities of enterprises in the field of tourism.

So, for example, France has a law on tourism and hotel business, which defines the requirements for the quality of hotel service, the licensing requirements for tour operators and travel agencies, and also contains regulations regarding the safety of tourists and their rights outside France.

Germany has a Federal Tourism Act that defines the rules for state support for tourism, the development of tourism infrastructure, the licensing of tourism services, and the protection of the rights of consumers of tourism services.

Japan has the Tourism and Travel Industry Act, which sets out rules for regulating tourism activities, including requirements for licensing tour operators and travel agencies, organizing tourism promotion activities, and ensuring the safety of tourists.

In Brazil, there is a Law on Tourism, which defines the rules for the regulation of tourism activities, including requirements for licensing tour operators and travel agencies, the creation of regional tourism associations, and the organization of tourism promotion activities.

These examples show that different countries have different approaches to the legal regulation of tourism, but they all have a common goal - to ensure the safety of tourists and protect their rights and interests.

In addition to the countries mentioned earlier, there are other countries where there are strict conditions for the licensing of tourist activities and the legal regulation of the tourism sector.

For example, in Japan, the legislation provides for the need to obtain a license to conduct tourist activities for all enterprises working in this field. The license is issued for 3 years and must be extended if the relevant requirements and standards are met.

In the US, the responsibility for regulating tourism lies at the federal and state levels. Each state has its requirements and rules for licensing and regulating tourism businesses, and the federal agency, the Department of the Interior, is responsible for regulating national parks, forests, and water resources.

In China, which is one of the largest tourist destinations in the world, the rules and standards governing tourism activities are set by the state. Businesses engaged in tourism activities must obtain appropriate licenses and comply with established requirements.

In Germany, travel agencies and tour operators must obtain a license from the government and must also be registered. In addition, German law prohibits advertising of travel services that contain false or misleading information.

In India, there is a consumer law that protects the rights of tourists. Also, travel agencies and tour operators must be registered with the government body that regulates tourism activities. In addition, the Indian government requires tourists to obtain a special permit to visit certain regions of the country to ensure the safety and protection of the local environment.

In Australia, there is a system of registration for travel agencies and tour operators, which must have an insurance policy in case of bankruptcy. The Australian government also prohibits tour operators from deceiving customers about the characteristics of the tours and services they offer.

Therefore, according to foreign experience, the state's legal regulation of tourist activity is extremely important for ensuring the quality and safety of tourist services.

For example, in France and Germany, there are mandatory laws to ensure the rights of tourists. They require tour operators and travel agencies to have detailed information about the tour they are selling and guarantee the right to a refund in the event of a breach of contract. In addition, in France there is a rating system for hotels and restaurants, which evaluates their quality and level of service.

Switzerland and Sweden have guarantee funds that protect tourists in case of bankruptcy of tour operators or other tourism-related enterprises. This allows you to save tourists' money and ensure their return in case of problems.

Some countries, such as Australia, Japan, and the United States, have federal laws that regulate tourism activities at the national level. These laws establish rules and standards for tourism enterprises and ensure the protection of the rights of tourists in all regions of the country.

In many countries of the world, there are also laws regulating the environmental sustainability of tourism activities, ensuring the preservation of natural resources and reducing the negative impact of tourism on the environment [1].

Legal regulation of tourism is also an important aspect of the European Union (EU). For example, the Framework Directive on Tourism contains general rules for all EU member states regarding the promotion of tourism and the protection of the rights of consumers of tourism services. It provides for the establishment of national rules for tour operators and travel agents. These rules must ensure the rights of tourists, especially with regard to advance payments, reimbursement, and the protection of health and safety.

In addition, the EU establishes common rules for the aviation and rail transport industry, which allows for ensuring high-quality transportation and passenger safety. There are also rules in the EU that regulate the use of beaches and ensure the safety of water bodies.

In most countries of the world, including Ukraine, the legal regulation of tourist activity is carried out with the help of laws and other legal acts. This usually concerns the licensing of tourist activities, control over the safety and

quality of tourist services, protection of consumer rights, and other aspects of tourism. Legislation in the field of tourism is an important tool for ensuring the development of tourism, protecting the rights of consumers, and supporting sustainable development.

In addition, in many countries, there are legislative acts that require compliance with ethical principles in tourism activities and set strict requirements for the behavior of travel agents and other workers in the tourism industry.

Therefore, in many countries with a developed tourism market, there is an effective legal mechanism for regulating entrepreneurship in the field of tourism, ensuring the safety of tourism activities, increasing the responsibility of tour operators and travel agents for the quality of tourist services and guaranteeing a safe trip for consumers. Because of this and taking into account the European integration efforts of our country, it is worth introducing the best legal experience of regulating tourism into Ukrainian legislation. In particular, enter [2]:

- mandatory licensing of travel agency activity;
- an effective mechanism of financial guarantees of the civil liability of the tour operator or travel agent to tourists, the size of which depends on the volume of services provided;
- permit system for tourist support specialists;
- mandatory formation by the tour operator or travel agent of a safety plan for each type of tour offered to consumers.

References:

1. Zaika S.O., Kharchevnikova L.S., Zaika O.V. Development of a marketing strategy for the development of the tourism industry on the base of competitive advantages. *Integration vectors of sustainable development: economic, social and technological aspects*: collective monograph. Poland The University of Technology in Katowice Press, 2023. P. 286-295.
2. Опанасюк Н.А., Попович С.І. Правове регулювання туризму: зарубіжний досвід для України. *Часопис Київського університету права*. 2022. № 1. С. 161-164.
3. Опанасюк Н.А., Охріменко А.Г., Попович С.І. Правове регулювання туристичної діяльності в контексті реформування законодавства України про туризм. *ScienceRise: Juridical Science*, Харків: Технологічний центр. 2021. Вип. 3(17). С. 9-17.
4. Опанасюк Н.А., Попович С.І. Історичні витoki правового регулювання туризму. *Часопис Київського університету права*. 2021. № 2. С. 182-189.

АНАЛІЗ СУЧАСНИХ СТРАТЕГІЙ РОЗВИТКУ В ТУРИСТИЧНІЙ ІНДУСТРІЇ ТА ЇХ ЕФЕКТИВНІСТЬ В УМОВАХ ПОСИЛЕННЯ КОНКУРЕНЦІЇ

Романюк І.А., доктор економічних наук, доцент,
Криворізький державний педагогічний університет,
м. Кривий Ріг, Україна

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-9257-2043>

У відповідь на посилення конкуренції в туристичній індустрії, компанії застосовують різні стратегії розвитку, щоб збільшити свою частку на ринку та підвищити ефективність своєї діяльності. Аналіз сучасних стратегій розвитку в туристичній індустрії та їх ефективності є важливим завданням для керівників компаній, які працюють у цій галузі.

Однією з найпоширеніших стратегій розвитку в туристичній індустрії є стратегія диференціації. Ця стратегія полягає в тому, щоб створити унікальний продукт або послугу, які не мають прямої конкуренції на ринку. Це може бути досягнуто за допомогою розробки нових технологій, використання ексклюзивних місць або надання послуг високої якості [1, с. 85]. Одним з прикладів успішної реалізації цієї стратегії є готельна мережа Ritz-Carlton, яка надає своїм клієнтам винятковий рівень обслуговування та комфорту.

Іншою популярною стратегією розвитку в туристичній індустрії є стратегія зниження витрат. Ця стратегія полягає в тому, щоб знизити витрати на виробництво та надання послуг, збільшивши ефективність операцій. Це може бути досягнуто за допомогою автоматизації процесів, застосування нових технологій або скорочення робочих процесів. Прикладом успішної реалізації цієї стратегії є авіакомпанія Southwest Airlines, яка ввела нові методи управління пасажирськими перевезеннями, що дозволило їй знизити витрати та підвищити ефективність операцій.

Окрім того, ще однією зі стратегій розвитку в туристичній індустрії є стратегія розширення асортименту [2, с. 156]. Ця стратегія полягає в тому, щоб розширити асортимент продуктів або послуг, щоб залучити нових клієнтів та збільшити прибуток. Це може бути досягнуто шляхом введення нових турів, підвищення якості послуг або надання нових додаткових послуг. Одним з прикладів успішної реалізації цієї стратегії є компанія Disney, яка постійно розширює свій асортимент розважальних програм та послуг для своїх клієнтів.

Однак, ефективність будь-якої стратегії розвитку в туристичній індустрії залежить від ряду факторів, таких як кон'юнктура ринку, вимоги та потреби клієнтів, ступінь конкуренції та ін. Тому, виробники послуг повинні постійно вивчати ринок та аналізувати реакцію своїх клієнтів на різні стратегії розвитку, щоб бути готовими до змін у вимогах ринку та підтримувати свою конкурентну позицію [3-4].

Загалом, аналіз сучасних стратегій розвитку в туристичній індустрії та їх ефективності підтверджує, що керівництво компаній має прагнути до впровадження унікальних стратегій та інноваційних рішень, які дозволять їм забезпечити високу якість послуг та конкурентну позицію на ринку. Застосування ефективних стратегій розвитку дозволить компаніям успішно відрізнятись від конкурентів та приваблювати нових клієнтів.

Однак, для того, щоб успішно реалізувати стратегії розвитку в туристичній індустрії, компанії повинні також зосередитися на підвищенні якості своїх послуг, забезпеченні стабільної роботи, залученні талановитих та досвідчених працівників, а також підвищенні своєї відповідальності перед споживачами та зменшенні негативного впливу на довкілля [5, с. 58].

Отже, аналіз сучасних стратегій розвитку в туристичній індустрії та їх ефективності в умовах посилення конкуренції є важливою задачею для компаній, які працюють у цій галузі. Розвиток нових технологій та зміни вимог клієнтів змушують компанії постійно оновлювати свої стратегії та впроваджувати інноваційні рішення. Ті компанії, які здатні вчасно адаптуватися до нових реалій, будуть мати перевагу над конкурентами та зможуть успішно розвиватися на ринку туристичних послуг.

Бібліографічний список:

1. Мандич О.В., Науменко І.В., Романюк І.А. Формування політики товаророзподілу в інтегрованих структурах. *Актуальні проблеми інноваційної економіки*, 2019. Вип. 4. С. 83-87.
2. Азарян О.М., Жукова Н.А. Ринок туристичних послуг: моніторинг і розвиток комплексу маркетингу: монографія. Харків: Вид-во ХНЕУ, 2017. 241 с.
3. Ihnatenko M.M., Romaniuk I.A., Yatsenko Ya.I. Support of projects and strategies for development of rural green tourism enterprises by local communities and the state. *Економічний вісник університету*. 2021. Вип. 51. С. 7-13.
4. Севідова І.О., Мандич О.В., Квятко Т.М., Бабко Н.М., Романюк І.А. Конкурентоспроможність підприємства: навч. посіб. Харків: ХНТУСГ, 2020. 200 с.
5. Романюк І.А., Мандич О.В., Севідова І.О., Квятко Т.М., Бабко Н.М. Рекламний менеджмент: навч. посіб. Харків: ХНТУСГ. 2020. 162 с.

ТРАНСФОРМАЦІЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У СФЕРІ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ

Аврята А., здобувач третього рівня вищої освіти *,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

Процес практично будь-якої технологічної трансформації завершується переходом на новий якісний ступінь економічного розвитку, який, як правило, починається з розвинених країн. У ході глобальної економічної трансформації змінювалися структура та масштаби всіх ринків: ринку товарів, послуг, капіталу та праці. Для сучасного етапу економічної трансформації характерно розвиток під впливом факторів науково-технологічного змісту, які, насамперед, впливають на зміст, структуру та масштаби ринку технологічних змін практично у всіх галузях та видах діяльності, включаючи і сферу міжнародного туризму [1].

У сучасних умовах сфера туризму стає ключовою для розвитку економіки багатьох країн світу. Туристична індустрія стимулює розвиток суміжних і залежних галузей (транспорт, будівництво, торгівля, виробництво споживчих товарів), інвестиційну діяльність, створення нових робочих місць, розширення торгового обороту отже, збільшення прибутків і доходів, що надходять державі у вигляді податків. Соціальний ефект туризму виявляється у оздоровленні населення та культурному розвитку особистості. Ці обставини актуалізують вивчення сучасних особливостей функціонування та розвитку цієї сфери діяльності. Подорожі та туризм швидко стають найбільшою категорією продуктів, що продаються в Інтернеті, тому їх слід розглядати як нові маркетингові канали для туристичних агенцій. Бажання подорожувати – невід’ємна частина людських бажань. Технологічні революції за останні кілька десятиліть та подальші зміни в соціальних системах сприяють посиленню потреби у подорожі.

Таким чином, туризм в даний час є масовим явищем, яке торкається практично кожної людини у світі. Люди бажають отримувати більш детальну інформацію про кожне місце, яке вони

* Науковий керівник – кандидат економічних наук, доцент С.М. Калініченко

мають намір відвідати [2]. Конкретними елементами таких інформаційних потреб є:

- географічна інформація про місцезнаходження, ландшафт і клімат тощо;
- потреби в інформації про можливий туризм;
- житло, ресторани та магазини;
- інформація про проїзд літаком, залізницею, морським та автотранспортом;
- соціальні звичаї, культура та інші особливості;
- майбутні заходи;
- сезони відвідування та інші унікальні функції;
- якість об'єктів та їх стандартні ціни.

Нижче наведені різні області, де Інтернет використовується у індустрії туризму [3]:

1. Маркетинг. Технологія зачіпає майже всі аспекти маркетингу, зокрема:

- онлайн-рекламу;
- редакційні та інформаційні бюлетені;
- пошуковий маркетинг;
- просування електронною поштою;
- з вуст в уста через соціальні мережі, такі як блоги з відгуками клієнтів, спільноти, наприклад, безкоштовний сайт для обміну фотографіями – Flickr або сайт для обміну відео – YouTube, дискусійні групи у соціальних мережах.

2. Системи бронювання, останні дослідження показують, що більше половини тих, хто подорожує за допомогою Інтернету, використовує системи бронювання, оскільки їм надається вибір за що платити.

3. Продаж вражень туристам. Оператори туризму використовують технології для того, щоб:

- надати первинну інформацію споживачам, наприклад, за допомогою відео оглядів, відео трансляцій, відео-турів;
- надають аудіо-тури для використання на місці через MP3-плеєри;
- забезпечувати переклад мови через мобільні телефони чи портативні пристрої;
- допомогти клієнтам обмінюватися досвідом з іншими мандрівниками. Наприклад, рекомендувати якісь тури, щоб люди довіряли та робили вибір на веб-сайті компанії [3].

Таким чином компанії допомагають своїм клієнтам зрозуміти, як вони можуть бути частиною великої групи мандрівників.

4. Відносини з клієнтами та наступні дії. Технологія – чудовий спосіб продовжити контакти з клієнтами, використовуючи:

- базу даних контактів;
- електронний інформаційний бюлетень, який допоможе зберегти бренд та досвід відвідувачів, який ви надасте людям;
- групові списки електронної пошти для регулярних оновлень;
- стимули або заохочення клієнтів до розміщення відгуків про подорожі;
- зворотний зв'язок з електронною поштою клієнта, який ви можете використовувати для покращення ваших продуктів та послуг.

5. Огляди задоволеності клієнтів електронною поштою.

Інформаційно-комунікаційні технології, такі як ІКТ, часто використовуються як розширений синонім для інформаційних технологій (ІТ), але зазвичай це більш загальний термін, який наголошує роль уніфікованих комунікацій та інтеграцію телекомунікацій, комп'ютери, проміжне програмне забезпечення, а також необхідне програмне забезпечення, системи зберігання та аудіовізуальні системи, які дозволяють користувачам створювати, отримувати доступ, зберігати, передавати та маніпулювати інформацією. Іншими словами, ІКТ складається з інформаційних технологій, а також телекомунікаційних, широкотовних ЗМІ, всіх видів обробки аудіо та відео та передачі інформації. Це визначення уперше було використано у 1997 році у звіті Денніса Стівенсона уряду Великобританії та просувалося відповідно до нових документів Національного навчального плану для Великобританії у 2000 році [4]. Нижче наводяться приклади використання ІКТ у туризмі:

- керування ресурсами призначення;
- інвентаризація туристичних ресурсів;
- управління сайтами та залученням;
- визначення потрібних місць для туристів;
- керування туристичною статистикою.

Прискорений розвиток технологічних трансформацій державою здатне забезпечити «цифровий стрибок» економіки країни, забезпечуючи цим, потужний імпульс подальшого розвитку міжнародного туризму.

Прогнозується, що з 2060 р. настане епоха метакогнітивних технологій, початок якої пов'язаний з інформаційною революцією та штучним інтелектом. Виявляються вже сьогодні передумови цієї епохи. Глобальна технологічна трансформація впливає не тільки на ринки товарів та послуг у галузі туризму, але і на світові туристичні ринки в

цілому. Так, інформатизація суспільства, яка ґрунтується на впровадженні цифрових трансформацій, сприяла зміні характеру та змісту відносин у сфері міжнародного туризму [5].

Останніми роками спостерігається зростання зайнятості, пов'язаної з обробкою інформації, з'являються нові професії, наприклад, спеціаліст, який створює для туристів «інформаційні ландшафти» з урахуванням особливостей туристської дестинації, очікувань туристів і популярних на даний момент напрямів в індустрії гостинності або коучсерфери (від англ. CouchSurfing одна з найбільших мереж гостинності, яка існує у вигляді онлайн-служби). Також здійснюється роботизована автоматизація процесів у готельному бізнесі, впроваджуються технології штучного інтелекту, що сприяє підвищенню продуктивності працівників. Оновлювані способи та структура виробництва (3D-друк, блокчейн), розвиток цифрової економіки та економіки спільного споживання впливають і на нові вимоги до освіти фахівців, зайнятих у туристичній діяльності. При цьому однією з проблем туристичного ринку в галузі поширення інформаційних технологій стає нестача кадрів високої кваліфікації та компетенції [3].

Ці радикальні технологічні трансформації характеризуються короткими термінами і прискореними темпами, оскільки нині темпи змін постійно нарастають. Позначені вище зміни надають довгострокові економічні та соціальні впливи. З розвитком суспільства та нових технологій істотно і стрімко змінюватиметься структура і форма туристичного ринку, особливо міжнародного рівня. І важливу роль у цих процесах грає держава, яка бере на себе роль інвестора, яка визначає ключові, пріоритетні та найбільш перспективні напрями фінансування, в тому числі у сферу міжнародного туризму.

Бібліографічний список:

1. Атаманчук З.О., Дем'янова Ю.О. Міжнародний туризм як пріоритетний напрям соціально-економічного розвитку держав світу. *Науковий вісник Ужгородського університету. Серія «Економіка»*. 2019. № 2(54). С. 23-28.

2. Носач Л.Л. Світовий ринок товарів та послуг: навч.-метод. посіб. Харків: Форт, 2014. 295 с.

3. Побоченко Л.М., Федорова І.К. Глобалізаційні тенденції розвитку світового ринку послуг. *Стратегія розвитку України*. 2015. № 1. С. 113-118.

4. Туризм сьогодні. Офіційний сайт Світової організації торгівлі. URL: <http://www.wto/new.items>

5. World Economic Forum. URL: <http://edclub.com.ua/tegy/vsesvitniy-ekonomicheskoye-forum>

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ В УКРАЇНІ В ПІСЛЯВОЄННИЙ ПЕРІОД

Безгінова А.І., кандидат економічних наук, доцент,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-6663-8304>

З 2017 року Україна забезпечувала найбільш швидке зростання в галузі туризму в Євразійському субрегіоні за індексом конкурентоспроможності (Travel & Tourism Competitiveness Index), у тому числі за індикаторами «економічна стабілізація, покращення бізнес-середовища» - з 124 до 103 місця, «підвищення рівня безпеки» - з 127 до 107, «відкритість до світу» – з 78 до 55, «поліпшення загальної інфраструктури» - з 79 до 73 місця [1]. Проте сьогодні наша країна знаходиться у важких умовах через воєнну агресію росії. Україна живе в умовах воєнного стану і не залишилося жодного місця, якого би не торкнулася війна. Тому питання розвитку вітчизняної туристичної індустрії видаються зараз не на часі.

Війна є основною проблемою сучасної безпеки, яка характеризується глибоким проникненням у суспільство та довгостроковими наслідками. Зважаючи на важливий культурний маркер часу, населення сегментує свою історію на три етапи: «до війни», «під час війни» та «після війни» [2]. Проведені дослідження підтверджують негативний вплив війни на туризм (D.M. Currie, M. Skare, J. Loncar, D.B. Weaver та ін.) - потрясіння, які були спричинені збройними конфліктами, негативно впливають на економіку постраждалих країн та вносять глибокі зміни до їх туристичного «ландшафту».

Водночас війна стимулює рекламний, емоційний, військовий і політичний туризм; до того ж туристичні об'єкти, пов'язані з війною, є найбільш відомою окремою категорією. Громадська організація Visit Ukraine на підтвердження цієї ідеї розпочала роботу над запуском dark-туризму в Україні. Як заявив керівник організації А. Тараненко: «Це історія на наших очах, меморіал під відкритим небом. ... Те, що відбувається в Україні сьогодні – це наша реальність. Ми повинні інформувати світове суспільство про трагічні події, які, на жаль, мали місце в цивілізованому світі XXI століття» [3].

Таким чином створюється нова спадщина, а так званий «постконфліктний «туризм пам'яті» з часом поєднується з іншими напрямками – культурним, паломницьким, медичним, промисловим, зеленим, гастротуризмом тощо. Це підтверджує світовий досвід швидкого відновлення країн після масштабних конфліктів саме за допомогою активного розвитку туристичного напрямку (Боснія і Герцеговина, Хорватія, Ізраїль, Кіпр, Єгипет, Грузія), які слід враховувати і вітчизняному бізнесу та владі.

Серед заходів, спрямованих на активізацію та розвиток туризму після завершення бойових дій, які добре зарекомендували себе в світовій практиці відновлення, можна визначити наступні:

- відбудова історичних центрів міст, відкриття численних музеїв, наявність закладів гостинності і розміщення, які користувалися популярністю серед внутрішніх і іноземних туристів;

- проведення приватних виставок, що супроводжуються показом фото- і відеоматеріалів щодо подій конфлікту, проведення тематичних екскурсій містом;

- продаж сувенірів, пов'язаних із війною (гілзи, перетворені на ручки, брелоки, вази та ін.);

- здійснення пам'ятних заходів шляхом встановлення меморіалів і пам'ятників загиблим під час бойових дій або облоги міст;

- збереження локацій так званого «темного туризму» (пошкоджених кулями чи снарядами фасади житлових будинків) серед осередків відновлених культурно-історичних пам'яток і будівель;

- стимулювання розвитку рейсів бюджетних авіаліній, наявність дешевого житла, розвиток місцевих туристичних дестинацій та запуск спеціалізованих й індивідуалізованих турів, спрямованих на залучення іноземних інвестицій та ін.

Зауважимо, що саме розвиток внутрішнього туризму має стати одним із перших кроків до стимулювання розвитку зовнішнього туризму та надходження іноземних інвестицій. Як показав світовий досвід, найкраще соціалізують і повертають до життя подорожі по своїй країні. Так, у 1929 році під час Великої депресії у США, президент Рузвельт наголосив, що внутрішній туризм є одним із стратегічних напрямів виходу країни з кризи, підкресливши, що не можна бути патріотом своєї країни без її знання. Аналогічним прикладом є визнання туризму пріоритетною галуззю розвитку Іспанії під час Другої світової війни в 1944 році.

При цьому відсутність інфраструктури аж ні як не є перепороною для розвитку внутрішнього туризму. Так, у теорії продажів є два

основних поняття: пізнаваність і створення лояльності до бренду чи продукту. Україна володіє пізнаваністю, має власний туристичний бренд; потрібним є оновлення та підкріплення належних умови для підвищення затребуваності й посилення цікавості до вітчизняного туристичного продукту. Ураховуючи, що туризм є одною з найбільш експортних галузей та найбільш рентабельною сферою світового господарства, задля підвищення інвестиційної привабливості вітчизняного туристичного ринку досі є доречним дерегуляція бізнесового простору та створення сприятливої податкової системи.

Бібліографічний список:

1. Туризм. URL: <https://ukraineinvest.gov.ua/uk/industries/tourism/>
2. Smith V.L. War and tourism: An American ethnography. *Annals of Tourism Research*. 1998. Vol. 25, Issue 1, January. P. 202-227.
3. Visit Ukraine започатковує dark туризм Україною. URL: <https://visitukraine.today/uk/blog/715/visit-ukraine-zapuskaet-tury-v-razrusennye-voinoi-goroda-i-osnovyvaet-voenniy-turizm-po-ukraine>

УДК: 338.48

СІЛЬСЬКИЙ ТУРИЗМ ЯК ПЕРСПЕКТИВНИЙ НАПРЯМ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ

Будник Ю.В., здобувачка вищої освіти*,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

Сьогодні сільський туризм розвивається досить швидко, зростає і його популярність серед іноземних туристів. Цей вид туризму може мати позитивний вплив на збереження та розвиток сільських територій, що досягається за рахунок розвитку особистих підсобних господарств, розширення попиту на натуральні продукти харчування та розвитку культури і самобутності. Цей вид туризму може вирішувати соціально-економічні проблеми сільських територій, такі як зайнятість та підвищення рівня добробуту місцевих жителів і сприяти підвищенню конкурентоспроможності сільських територій [1, 5].

Поняття «сільський туризм» подібне до «екологічного туризму», але між ними є відмінності. По-перше, об'єктом екотуризму є дика природа, тоді як об'єктом сільського туризму є вторинні ландшафти, які

* Науковий керівник – кандидат економічних наук, професор С.О. Зайка

були змінені внаслідок діяльності людини. По-друге, сільський туризм є видом готельно-пізнавального туризму, який фокусується на сільських територіях та включає активну та пасивну рекреацію, не завдаючи шкоди природному середовищу та не погіршуючи здатність майбутніх поколінь задовольняти свої потреби [4].

Щоб сприяти розвитку сільського туризму, необхідно дотримуватися наступних принципів:

- збереження довкілля та мінімізація шкідливого впливу туристичної діяльності на природу. Нагляд за станом туристичної зони повинен бути екологічним;

- використання технологій туристичного обслуговування з урахуванням впливу на природні ресурси;

- соціальна відповідальність щодо місцевих громад: дохід та інші блага, що отримуються від сільського зеленого туризму, повинні розподілятися на паритетних засадах, з урахуванням інтересів місцевого населення.

- збереження естетичної гармонії туристичного природокористування: туристична інфраструктура повинна добре вписуватися в природне та історичне середовище та зберігати унікальність кожної місцевості [4].

Сільський туризм може бути перспективним напрямом розвитку екологічного туризму, оскільки він сприяє збереженню природних та культурних ресурсів, привертає туристів до маловідомих туристичних місць та підтримує розвиток сільських громад [3].

Сільський туризм може включати в себе різні види відпочинку, такі як відвідування сільських господарств, виробництв та музеїв, прогулянки вздовж сільських доріг та стежок, риболовлю та полювання. Всі ці види туризму сприяють збереженню природних та культурних ресурсів, оскільки туристи можуть долучатись до традиційних процесів та пізнавати місцеві культури та звичаї [2, 4].

Крім того, сільський туризм може бути сприятливим для розвитку сільських громад, оскільки він створює робочі місця та сприяє розвитку малих та середніх підприємств. Також, сільський туризм може бути ефективним інструментом для збільшення доходів місцевого населення та підтримки розвитку інфраструктури сільських територій.

Однак, необхідно враховувати певні виклики та проблеми, пов'язані з розвитком сільського туризму, такі як забруднення довкілля, порушення місцевих традицій та культури, зловживання ресурсами та інші. Тому, для ефективного розвитку сільського туризму необхідно

встановлювати відповідні правила та регуляції, а також залучати місцеве населення до планування та розвитку сільського туризму. Місцеве населення може бути залучене до планування та реалізації туристичних проєктів, що забезпечить врахування місцевих особливостей та традицій. Також, важливо проводити регулярний моніторинг ефективності туристичних проєктів та їх впливу на довкілля та місцеву спільноту.

Навчання та підготовка місцевого населення є також важливим аспектом розвитку сільського туризму. Необхідно навчати місцеве населення про екологічні та культурні аспекти туризму, а також про кращі практики управління туристичними ресурсами та підприємствами. Це допоможе забезпечити сталість та ефективність розвитку сільського туризму.

Узагалі, сільський туризм може бути перспективним напрямом розвитку екологічного туризму, який забезпечить збереження природних та культурних ресурсів, підтримку розвитку сільських громад та підвищення якості життя місцевого населення. Проте, для досягнення цих цілей необхідно враховувати виклики та проблеми, пов'язані з розвитком сільського туризму та використовувати ефективні інструменти управління туристичними ресурсами.

Бібліографічний список:

1. Zaika S.O., Kharchevnikova L.S. The role of innovations in the development of tourism. *Глобалізація та розвиток інноваційних систем: тенденції, виклики, перспективи*. матеріали І Міжнар. наук.-практ. конф. (3-4 листопада 2022 р.). Держ. біотехнологічний ун-т. Харків, 2022. С. 76-78.

2. Грідін О.В., Заїка С.О. Інноваційний розвиток туристичної сфери України: стан, проблеми, перспективи. *Актуальні проблеми та перспективи розвитку агропродовольчої сфери, індустрії гостинності та торгівлі*: тези доповідей Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. (2 листопада 2022 р.). Державний біотехнологічний ун-т. Електронні текстові дані. Харків, 2022. С. 260-261.

3. Заїка С.О., Бобловський О.Ю. Проблеми розвитку зеленого туризму в Україні. *Збірник наукових праць Таврійсько-го державного агротехнологічного університету (економічні науки)* / За ред. М.Ф. Кропивка. Мелітополь: Вид-во Мелітопольська типографія «Люкс», 2012. № 2(18), том 5. С. 55-62.

4. Папи В.В. Сільський зелений туризм як пріоритетний напрям розвитку сільських територій України. *Агросвіт*. 2015. № 18. С. 17-22.

5. Туристичні послуги і турсервіс: концепт лекцій для студентів денної та заочної форми навчання / Упорядники: С.М. Калініченко, С.О. Заїка Харків: ДБТУ, 2023 108 с.

ІВЕНТ-ТЕХНОЛОГІЇ В ОСВІТНЬОМУ ПРОЦЕСІ: ПІДГОТОВКА ФАХІВЦІВ З МІСЕ-ТУРИЗМУ

Вовк К.М., доктор філософії з туризму,
Харківський національний економічний
університет ім. Семена Кузнеця, м. Харків, Україна
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-7113-1839>

За результатами статистичних спостережень більше 8 млн. людей вимушені були покинути домівки та виїхати з України у 2022 році внаслідок російської агресії [1]. Станом на березень 2023 року тільки в Німеччині та Польщі перебувало 1, 055 тис. осіб та 1, 564 тис. осіб відповідно. За даним ООН в цей же період зафіксовано 8,133 тис. осіб у Європі, які мають статус біженців з України внаслідок війни [2]. Відповідно дослідженням Українського інституту майбутнього більше 5 млн. біженців це особи працездатного віку, у разі неповернення яких українська економіка буде втрачати приблизно 13 % ВВП щороку, або 20 млрд. доларів [3]. За даними МОН України, станом на грудень 2022 року за кордоном перебувало більше півмільйона учнів та близько 11 тис. педагогічних працівників. Яка кількість людей повернеться до України прогнозувати на даний момент неможливо. Останнім часом спостерігається інтенсифікація процесу втрати трудового та інтелектуального потенціалу нашою країною. Більш того, постає питання відновлення професійних кадрів, підготовка нових фахівців за різними напрямками. За цих умов актуальним є впровадження івент-технологій в освітній процес на базі існуючих платформ дистанційного навчання. Перевагою такого підходу є можливість інтеграції міжнародних навчальних програм в український освітній процес, ефективне використання провідних онлайн-платформ світу.

Івент-технології в освітньому процесі – це організація передачі інформації студентам за допомогою імерсивних технологій із використанням події, як ресурсної складової. Під імерсивними технологіями розуміються технології, що розширюють реальність або створюють нову. Імерсивні технології, як інструмент навчання, в сучасних умовах має ряд переваг:

– оволодіння практичними навичками за напрямом підготовки дистанційно та опрацювання ситуацій, з якими буде стикатись студент під час реальної роботи;

- доступність для студентів з обмеженими можливостями;
- використання різних видів реальності дозволяє студенту бачити речі, до яких в реальному житті не має доступу;
- оволодіння практичними навичками роботи у віртуальному світі, метавсесвіті.

У світі спостерігається процес динамічного розвитку ринку віртуальних світів, формування паралельної віртуальної реальності з усіма атрибутами звичайної реальності, що вже потребує фахівців для роботи в ній. Так, за прогнозами експертів до 2026 року близько 25 % людей будуть проводити у мета-всесвіті одну годину на день. В ОАЕ вже реалізується стратегія метавсесвіту «Dubai Metaverse» очікуваним вкладом в економіку країни 4 млрд. доларів, створенням 40 тис. віртуальних робочих місць, із залученням 1000 компаній, що спеціалізуються на блокчейні та метамережевих технологіях, щоб перетворити Дубай на одну з 10 найбільших метамережевих економік світу. Таким чином необхідно вже зараз трансформувати освітній процес відповідно до цифрових викликів.

Цифрова трансформація економіки також обумовлює необхідність організації освітнього процесу із використанням технології Smart-event. Smart-event в освіті це інструмент організації та управління освітнім процесом із використанням цифрових платформ, додатків, тощо. Технології Smart-event вже активно використовуються в індустрії МІСЕ з метою більшого залучення учасників до події. МІСЕ (з англ. Meetings зустрічі, Incentives – діловий, Conferences-конференції, Exhibitions виставки). Перевагами використання технології Smart-event є можливість проведення заходу онлайн та офлайн одночасно, що є актуальним для організації навчального процесу в сучасних умовах, і є потенційно затребуваним у перехідний післявоєнний період.

Перевагами такої організації навчального процесу є:

- розвиток креативної складової студента через моделювання ситуацій прийняття рішень з використанням AR/VR/MR/XR (доповнена, віртуальна, змішана, розширена реальність відповідно);
- розвиток практичних навичок через застосування демоверсій програм в процесі навчання, які використовуються при організації бізнес-заходів;
- безперервний процес підвищення кваліфікації викладачів через залучення до life learning – необхідність постійного моніторингу нових програмних продуктів і роботи з ними;
- відновлення повноцінного освітнього процесу з урахуванням негативних наслідків війни.

Під час навчання студент зможе отримати досвід роботи з технологіями, які бізнес вже використовує при організації івентів формату MICE. Кожне заняття є певною моделлю ділового заходу, що сприяє максимальній підготовці студента як фахівця ділової індустрії заходів.

Бібліографічний список:

1. Statista. URL: <https://www.statista.com/statistics/1312584/ukrainian-refugees-by-country/> (дата звернення: 24.03.2023 р.).
2. Refugees from Ukraine recorded across Europe. URL: <https://data.unhcr.org/en/situations/ukraine> (дата звернення: 22.03.2023 р.).
3. Офіційний сайт Українського інституту майбутнього. URL: <https://uifuture.org/> (дата звернення: 22.03.2023 р.).
4. Metaverse post. URL: <https://mpost.io/uk> (дата звернення: 22.03.2023 р.).

УДК: 338.48

ОСОБЛИВОСТІ ІНФРАСТРУКТУРИ ДІЛОВОГО ТУРИЗМУ

Галушнін О., здобувач вищої освіти*,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

Діловий туризм - це форма туризму, яка передбачає відрядження людей з метою проведення робочих зустрічей, конференцій, семінарів, виставок, переговорів, тренінгів та інших подібних заходів. Діловий туризм стає все більш популярним в світі завдяки зростанню глобалізації та розвитку інформаційних технологій [3]. Компанії почали активно використовувати можливості ділових поїздок для підвищення ефективності свого бізнесу та розвитку нових напрямків [2].

Однією з ключових складових ділового туризму є інфраструктура, яка є складною системою, що включає в себе різноманітні послуги та інфраструктурні об'єкти, необхідні для проведення бізнес-зустрічей, конференцій, виставок та інших подій [1]. Особливості цієї інфраструктури полягають у великому різноманітті послуг та об'єктів, які повинні відповідати потребам різних видів ділових подій.

* Науковий керівник – кандидат економічних наук, професор С.О. Зайка

Однією з ключових особливостей інфраструктури ділового туризму є наявність високоякісного готельного комплексу. Готелі, що працюють з бізнес-гостями, повинні мати усі необхідні зручності для роботи та відпочинку, включаючи безкоштовний Wi-Fi, бізнес-центри, конференц-зали, ресторани та інші послуги. Крім того, готелі повинні знаходитися в зручному місці з легким доступом до транспорту та інших ключових об'єктів міста.

Іншою важливою особливістю інфраструктури ділового туризму є наявність відповідних конференц-центрів та виставкових центрів. Ці об'єкти повинні мати велику кількість конференц-залів, обладнаних необхідною технікою та зручностями, а також мати достатню кількість місць для відвідувачів. Крім того, конференц-центри повинні мати досвід у проведенні різних типів заходів та надавати високоякісні послуги.

Транспортна інфраструктура також є важливою складовою інфраструктури ділового туризму. Для успішного проведення бізнес-зустрічей необхідний зручний доступ до транспорту, включаючи міський транспорт та таксі [4]. Бізнес-гості повинні мати змогу легко дістатися до місць проведення заходів, а також до готелів та інших об'єктів міста.

Окремою важливою складовою інфраструктури ділового туризму є розваги та культурні події. Міста, які залучають бізнес-туристів, повинні мати багату культурну та розважальну програму, яка допоможе гостям відпочити після робочих зустрічей та насолодитися атмосферою міста. До цієї інфраструктури входять музеї, театри, кінотеатри, ресторани, клуби та інші заклади, які можуть зацікавити бізнес-гостей.

Крім того, важливою складовою інфраструктури ділового туризму є наявність різних послуг, які допоможуть бізнес-гостям зробити своє перебування більш зручним та продуктивним. Ці послуги можуть включати в себе послуги з бронювання квитків на різні заходи, послуги з оренди автомобілів та трансферу, послуги з організації екскурсій та інші.

Отже, інфраструктура ділового туризму має велике значення для розвитку бізнесу та туризму в цілому. Вона повинна відповідати потребам різних видів ділових подій та забезпечувати бізнес-гостям зручне та продуктивне перебування. Якщо місто має високоякісну інфраструктуру ділового туризму, то воно стає більш привабливим для бізнес-туристів та може успішно конкурувати з іншими містами.

Бібліографічний список:

1. Zaika S.O. Business tourism industry: evolution and principles of organization. *Modern Issues of Physical Education, Sports, Tourism-Local History, and Physical Culture, and Recreation Work*. Monograph. Scientific editors: Nataliia Khlus and Tadeusz Pokusa. Opole: The Academy of Applied Sciences. Academy of Management and Administration in Opole, 2023. P. 5-45.

2. Zaika S.O., Kharchevnikova L.S. The role of innovations in the development of tourism. *Глобалізація та розвиток інноваційних систем: тенденції, виклики, перспективи*. матеріали І Міжнар. наук.-практ. конф., 3-4 листопада 2022 р. Держ. біотехнологічний ун-т. Харків, 2022. С. 76-78.

3. Максимюк М.Н. Оцінка стану та перспективи розвитку ділового туризму в Україні. *Культура народів Причорномор'я*. 2012. № 234. С. 67-70.

4. Титова Н.В. Діловий туризм в Україні: основні проблеми розвитку та шляхи їхнього вирішення. URL: <http://irbis-nbuv.gov.ua>

УДК: 338:658

ТРАНСФОРМАЦІЯ СИСТЕМ УПРАВЛІННЯ В УМОВАХ ДИДЖИТАЛІЗАЦІЇ

Гаркуша Є.Ю., здобувач вищої освіти,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

Термін «диджиталізація» є синонімом до цифрової трансформації, яка дає змогу перевести всю інформацію в цифрову. Розвиток диджиталізації підприємства є одним з головних факторів конкурентоспроможності в умовах сучасного ринку. На даний період важливим показником є рівень інноваційного розвитку окремої держави.

Процес диджиталізації торкнувся усіх сфер бізнесу. До появи інтернету колонка оголошень у газеті могла залучити нових клієнтів, але у сучасному світі цільова аудиторія споживає все більше цифрових даних [1, 2]. Щодня необхідно мати цифрову рекламу (соціальні мережі, сайти, реклама) для залучення нових споживачів. На заміну «холодних дзвінків» і роздачі листівок прийшла диджиталізація, завдяки якій цифрові споживачі стали управляти особистими і професійними відносинами в он-лайн режимі.

Через довгу кризу (спочатку обмеження через пандемію, а потім військова агресія) суспільство навчилось не лише працювати віддалено, а також створювати нові робочі міста. Так, наприклад, можна найняти

співпрацівника спілкуючись он-лайн (зараз безліч додатків), проводити переговори знаходячись в різних кутках країни (що інколи є безпечним, якщо Ви в укритті). Багато ІТ-компаній працюють віддалено спілкуючись он-лайн (Zoom, Teams) є ще платформи для спілкування в таких сферах (Discord, Telegram, WatsApp). Можна зробити висновок, що працюючи он-лайн багато компаній мають можливість економити кошти (оренда офісів, транспортні витрати, вдосконалювати технології праці: наприклад, банк, може зробити переказ завдяки покращеним технологіям, не потрібен банківський персонал). Якщо оцінити роботу компаній, то можемо побачити що всі інтегрують технології у виробництво та менеджмент, це використання комп'ютерів, дисплеїв, новітніх програм, використання різних форматів документів на всіх рівнях працівників [3, 4]. Для оцінки роботи працівника використовують КРІ-систему, встановлення камер спостереження, цифрові відміти початку та кінця роботи, впровадження технологій для оцінки працівника зі сторони клієнта.

Отже, підсумовуючи вважаємо, що цифровізація – це нова реальність України [5]. Звичайно, всі зміни, що відбуваються суспільством сприймаються завжди як стрес. Проте, одночасно, це є створення нових додаткових можливостей для нього. Тому саме цифровізація як головна прикмета сучасності викликає неоднозначне ставлення до неї. Тобто, з одного боку спостерігається розвиток економіки на новому рівні взаємодії всіх її елементів, з іншого – руйнується стара система виробництва і розподілу благ.

Бібліографічний список:

1. Babenko V. et. al. (2018). Increasing the efficiency of enterprises through the implementation of IT-projects. *Transformational Processes the Development of Economic Systems in Conditions: Scientific Bases, Mechanisms, Prospects: Monograph*, P. 54-65.
2. Mandych, O., Mykytas, A., Ustik, T., Zaika, S., & Zaika, O. (2021). The development of theoretical, methodological and practical recommendations of the innovative development vectors of business process reengineering and strategic management of enterprises. *Technology audit and production reserves*. № 6(4), P. 62.
3. Лишенко М.О. (2022). Цифрова трансформація та новітні комунікації як платформа для стійкого розвитку бізнесу. *Modeling the development of the economic systems*. № 4. С. 14-20.
4. Колодненко Н.В. (2022). Формування digital-стратегії компанії. *Український журнал прикладної економіки*. Том 7. № 4. С. 10-15.
5. Харчевнікова Л.С. (2022). Цифрова трансформація та новітні комунікації як платформа для стійкого розвитку бізнесу. *Modeling the development of the economic systems*. № 4. С. 14-20.

ПРИНЦИПИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ

Гомоля Д.Д., здобувачка вищої освіти*,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

Туризм є однією з найбільш динамічних і швидкозростаючих галузей економіки, але його розвиток має значний вплив на довкілля та соціальну сферу. Одним з найважливіших завдань в цій галузі є забезпечення сталого розвитку туризму, що передбачає збалансоване задоволення потреб туристів, захист довкілля та забезпечення сталого розвитку місцевих громад.

Сталість розвитку туризму передбачає відмову від короткострокового мислення та підхід до планування, що враховує інтереси усіх стейкхолдерів – туристів, місцевих жителів, бізнесу та влади. Сталість розвитку туризму вимагає інтеграції економічних, соціальних та екологічних аспектів, які сприяють розвитку галузі, збереженню природного середовища та підвищенню якості життя місцевих жителів [4].

Одним з ключових аспектів сталого розвитку туризму є збереження довкілля [5]. Туризм може мати значний вплив на довкілля, тому важливо забезпечити його охорону та ефективне використання. Зокрема, необхідно забезпечити екологічно чисті транспортні засоби та енергетичні ресурси, підвищити ефективність використання ресурсів та зменшити кількість відходів, які можуть забруднювати навколишнє середовище.

Крім того, сталий розвиток туризму передбачає підвищення якості життя місцевих жителів. Це означає забезпечення стабільної роботи та сприяння збільшенню доходів місцевих жителів. Важливо враховувати потреби місцевих жителів при плануванні туристичних заходів, забезпечувати участь місцевих жителів у прийнятті рішень та сприяти розвитку місцевих підприємств [1].

Крім екологічних та соціальних аспектів, сталий розвиток туризму також передбачає економічний успіх галузі. Це може бути досягнуто шляхом розвитку інфраструктури та підтримки бізнесу, що працює в галузі туризму. Важливо підтримувати місцеві підприємства та створювати нові можливості для розвитку туризму, що в свою чергу допоможе забезпечити стабільність економіки та зростання рівня життя місцевих жителів.

* Науковий керівник – кандидат економічних наук, професор С.О. Зайка

Сталий розвиток туризму передбачає існування певних принципів, які забезпечують баланс між економічними, соціальними та екологічними аспектами розвитку галузі. Основними принципами сталого розвитку туризму є:

– Збереження природних та культурних ресурсів: сталий розвиток туризму передбачає збереження природного середовища та культурної спадщини місцевостей. Туризм має бути розвинутий з урахуванням захисту природних та культурних ресурсів для забезпечення їх збереження та доступності для майбутніх поколінь.

– Соціальна відповідальність: сталий розвиток туризму передбачає забезпечення участі та залучення місцевого населення до прийняття рішень, які стосуються розвитку туризму. Туризм має приносити користь місцевому населенню, забезпечувати розвиток інфраструктури та місцевих підприємств, сприяти збільшенню доходів та підвищенню якості життя місцевих жителів.

– Економічна ефективність: сталий розвиток туризму передбачає економічну ефективність галузі, забезпечення прибутковості туристичних підприємств та розвитку туристичної інфраструктури. Однак, економічна ефективність має бути забезпечена з урахуванням збереження природних та культурних ресурсів та соціальної відповідальності.

– Врахування потреб туристів: сталий розвиток туризму передбачає врахування потреб туристів та сприяння розвитку різноманітних форм туризму, які забезпечують підтримку природних та культурних ресурсів. Таким чином, туризм має бути розвинутий з урахуванням впливу на довкілля та забезпеченням збереження природних та культурних ресурсів.

– Здійснення екологічних заходів: сталий розвиток туризму передбачає здійснення екологічних заходів з метою забезпечення збереження природних та культурних ресурсів та підвищення якості середовища для туристів та місцевого населення. Такими заходами можуть бути впровадження енергоефективних технологій, використання відновлюваних джерел енергії, заборона використання шкідливих речовин, впровадження систем відновлення природних ресурсів та інше.

– Розумна інфраструктура: сталий розвиток туризму передбачає розумну інфраструктуру, яка враховує потреби туристів та місцевого населення, а також забезпечує зменшення впливу туризму на довкілля. Така інфраструктура може включати в себе екологічно безпечні готелі

та ресторани, обладнання для сортування відходів та використання відновлюваних джерел енергії [1-5].

Отже, принципи сталого розвитку туризму передбачають збереження природних та культурних ресурсів, соціальну відповідальність, економічну ефективність, врахування потреб туристів, здійснення екологічних заходів та розумну інфраструктуру. Ці принципи допомагають забезпечити баланс між економічними, соціальними та екологічними аспектами розвитку туризму, забезпечуючи його сталий розвиток і збереження природних і культурних ресурсів для майбутніх поколінь.

Однак, для того, щоб принципи сталого розвитку туризму були успішно впроваджені, потрібно враховувати індивідуальну відповідальність туристів та бізнесу. Туристи повинні усвідомлювати наслідки впливу своїх дій на довкілля та місцеве населення і дотримуватися правил екологічної безпеки, не завдавати шкоди природним та культурним ресурсам. Бізнес повинен працювати з урахуванням принципів сталого розвитку, інвестувати у енергоефективність та відновлювані джерела енергії, сприяти збереженню природних ресурсів та розвитку місцевого населення.

Отже, впровадження принципів сталого розвитку туризму є ключовим для забезпечення його стійкого розвитку та збереження природних та культурних ресурсів. Ці принципи забезпечують баланс між економічними, соціальними та екологічними аспектами розвитку туризму, що є важливим для забезпечення сталого розвитку та збереження природних та культурних ресурсів для майбутніх поколінь.

Бібліографічний список

1. Zaika S.O. Main factors of sustainable enterprise development. *Актуальні проблеми та перспективи розвитку обліку, аналізу та контролю в соціально-орієнтованій системі управління підприємством*. Матеріали V Всеукраїнської науково-практичної конференції (м. Полтава, 14-15 квітня 2022 р.). Полтава, 2022. С. 579-581.

2. Zaika S.O., Kharchevnikova L.S. The role of innovations in the development of tourism. *Глобалізація та розвиток інноваційних систем: тенденції, виклики, перспективи*. матеріали I Міжнар. наук.-практ. конф. (3-4 листопада 2022 р.). Держ. біотехнологічний ун-т. Харків, 2022. С. 76-78.

3. Грідін О.В., Заїка С.О. Інноваційний розвиток туристичної сфери України: стан, проблеми, перспективи. *Актуальні проблеми та перспективи розвитку агропродовольчої сфери, індустрії гостинності та торгівлі*: тези доповідей Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. (2 листопада 2022 р.). Державний біотехнологічний ун-т. Електронні текстові дані. Харків, 2022. С. 260-261.

4. Павліха Н.В., Цимбалюк І.О., Савчук А.Ю. Сталій розвиток туризму та рекреації: сучасні виклики й перспективи для України: монографія. Луцьк: Вежа-Друк, 2022. 211 с.

5. Туристичні послуги і туроператорська діяльність: конспект лекцій для студентів денної та заочної форми навчання / Упорядники: С.М. Калініченко, С.О. Заїка. Харків: ДБТУ, 2023 108 с.

УДК: 336.8

РЕКРЕАЦІЙНА ПРИВАБЛИВІСТЬ ТА РЕСУРСНИЙ ПОТЕНЦІАЛ, ЯК ЧИННИКИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ В УКРАЇНІ

Гребінюк В.Д., здобувач вищої освіти,*

Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0009-8141-5374>

Зараз наша країна знаходиться у фазі фундаментальних перетворень для подальшого політичного та соціально-економічного прогресу країни. Туристичні оператори та турагенції мають знайти нові способи просування своїх туристичних послуг, щоб продовжувати розвиток і посилювати свій соціальний вплив на геопросторовому рівні. Зміни геополітичної ситуації та перехід до європейських напрямків розвитку мають великий вплив на індустрію туризму, змушуючи туристичні підприємства шукати нові форми діяльності на міжнародному туристичному ринку та використовувати національні туристичні ресурси для надання нових туристичних продуктів.

Вибір туристом регіону для відвідування залежить від доступності ресурсів і рекреаційної діяльності в регіоні. Крім того, наявність інформації про регіон через культурні зручності, транспорт, візові вимоги та економічну інфраструктуру також сильно впливає на їхній вибір. Також важлива легкість, з якою туристи можуть ділитися інформацією про свою подорож зі своїми друзями та широкою громадськістю [1].

Україна є однією з провідних європейських країн з цінними природними лікувальними силами, історичними та культурними ресурсами, які є особливо привабливими для вітчизняних та іноземних туристів і дозволяють створювати конкурентоспроможні туристичні

* Науковий керівник – кандидат економічних наук, доцент В.В. Мерчанський

продукти, що базуються на різних видах туризму та відповідають вимогам європейського туристичного ринку [2].

Найпоширенішим напрямком у туризмі є культурний туризм. Його основою залишаються багаті культурно-історичні ресурси України. До початку 2022 року відмічалася позитивна тенденція в цьому напрямку. Так, тури країною постійно розвивалися разом із зростанням європейського інтересу до історичної та політичної ситуації в Україні, як до «Революції Гідності». Це пов'язано з посиленням їхньої уваги до таких важливих об'єктів всесвітньої спадщини України, як історико-культурні об'єкти. Попитом постійно користуються й екскурсії, пов'язані з етнічним туризмом: «Єврейський Київ», «Німецькі адреси в Києві», «Польські написи довоєнного Львова» тощо.

Перспективним напрямком туризму в Україні є медичний туризм. Медичний туризм - це поїздка в іншу країну для отримання медичної допомоги. Деякі клініки в Україні використовують сучасні методи лікування, які коштують дешевше аналогічних європейських послуг і тут працюють відомі фахівці. На жаль, якість медичних послуг у цих клініках не має стандартизованих критеріїв [3]. Це вимагає співпраці між різними державними установами, промисловістю, медичними установами та туристичними операторами для вирішення проблем, пов'язаних із цим видом туризму.

Екологічний туризм в Україні тільки почав розвиватися. Даний вид туризму має великий рекреаційно-туристичний потенціал завдяки національним паркам, біосферним заповідникам, регіональним ландшафтним паркам, ботанічним, дендрологічним паркам дозволяє говорити про майбутнє туристичного ринку країни на світовій арені. Екологічний туризм також називають екотуризмом. Це стосується відповідальних подорожей до природних зон, які підтримують здоров'я місцевого населення та зберігають довкілля [4].

Очікується, що у повоєнний період з урахуванням світового туристичного досвіду в Україні буде зосереджено більше уваги на ресурсному потенціалі та рекреаційній привабливості держави, за допомогою розробок тематичних турів та екскурсій, публікуванні інформаційних та рекламних постів, статей та відеороликів у соціальних мережах. Через гостру конкуренцію якість послуг, що надаються в цій галузі, швидко зростатиме. Люди також витратять більше грошей на подорожі, ніж на інші витрати. Деякі з найважливіших аспектів інтенсивності туристичного руху країни визначаються природним шляхом: погода і клімат, рельєф місцевості, наявність виходу до води, а також організацію транспортних маршрутів [5].

Отже, туристичні ресурси України мають великий потенціал, який представлений природними, історико-культурними ресурсами, на яких можна розвивати різні види туризму, такі як пізнавальний, оздоровчий, медичний, екологічний, сільський тощо. Покращення туристичної індустрії дає можливість розкрити ресурсний потенціал туризму, сприяє розвитку в'їзного туризму, що позитивно вплине на туристичний імідж України у світі.

Бібліографічний список:

1. Новосад Н.О. Суспільно-географічні фактори розвитку в'їзного туризму України. *Географія та туризм*. 2010. Вип. 8. С. 37-41. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/gt_2010_8_10
2. Стратегія розвитку туризму і курортів: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 06.08.2008 р. № 1088-р. *Офіційний вісник України*. 2008. № 60. Ст. 2041. С. 27-32.
3. Сергійко В.Ф. Деякі аспекти розвитку медичного туризму в Україні. Проблеми міжнародного туризму збірник наукових статей / ред. О.О. Бейдик, В.О. Горбик, Ю.Б. Забалдіна [та ін.]; ФПУ, Інститут туризму. Київ, 2010. С. 430-440.
4. The international ecotourism society. URL: <http://www.ecotourism.org>
5. Абрамов В.В., Топокошкур М.В. Історія туризму. Підручник. ХНАМГ, 2010. 294 с.

ПРОБЛЕМИ ТА НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ

Грібіник А.В., здобувач третього рівня вищої освіти*,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-0266-3006>

Нормативно-правове забезпечення рекреаційно-туристичної сфери в Україні на сьогоднішній день налічує близько 600 законів та нормативно-правових актів, указів Президента, постанов Кабінету Міністрів, тощо. Незважаючи на це, у забезпеченні нормативно-правової бази та методах державного регулювання туристичної діяльності існують проблеми. Найголовнішою проблемою

* Науковий керівник – кандидат економічних наук, доцент С.М. Калініченко

на шляху реалізації туристичного потенціалу України є відсутність комплексної стратегії розвитку туризму. Це говорить про те, що українська держава сьогодні не зацікавлена в розвитку туристичної індустрії.

Неможливий розвиток туризму і без вдосконалення законодавчої бази, розробки планів розвитку туристичних регіонів, вдосконалення менеджменту, відновлення культурної та історико-архітектурної спадщини.

Серйозний вплив на розвиток туристичної сфери спричиняє брак кваліфікованої робочої сили.

Розвиток санаторно-курортного туризму в Україні стримується значною територіальною диференціацією в господарському використанні рекреаційного потенціалу; невідповідністю якісних характеристик та організаційно-економічного механізму функціонування рекреаційної інфраструктури міжнародним нормам і стандартам, у зв'язку з чим низький рівень послуг у переважній більшості санаторіїв не відповідає їх реальній вартості; низьким рівнем маркетингових досліджень у сфері санаторно-курортної діяльності та недостатнім обсягом інформаційно-рекламного забезпечення некомерційного характеру, передусім на зовнішньому ринку; відсутністю робіт зі збагачення рекреаційного потенціалу регіону.

У справі ресторанного бізнесу, на сьогодні також гостро назріла проблема в поліпшенні якості послуг, що надаються. Це можливо за умови наявності висококваліфікованого персоналу, підготовленого відповідно до вимог установлених міжнародних стандартів.

Для підвищення рівня конкурентоспроможності готелі та ресторани повинні постійно вводити інноваційні технології, щоб займати провідні позиції у своєму сегменті та бути на два кроки попереду конкурентів. Оскільки готельний бізнес так чи інакше змушений конкурувати з різними фірмами готельного сервісу, то надзвичайно важливим для них є розвиток співпраці у цій сфері.

Забезпечити збільшення конкурентоспроможності туристичної галузі неможливо також без розвитку індустрії транспортного обслуговування і її інноваційного оновлення. Важливою умовою розвитку цієї галузі є підвищення швидкості при збереженні безпеки руху. Для цього потрібно розподілити різні види транспорту згідно до туристичних маршрутів, забезпечивши їх оптимальну взаємодію та

зменшивши нераціональні витрати вільного часу туриста в дорозі. Окрім позитивних сторін у розвитку цієї сфери, серед яких збільшення доходів і прибутку транспортних підприємств, збільшення кількості робочих місць, зростання рівня заробітної плати, є і негативні, пов'язані зі збільшенням навантаження на дорожньо-транспортну інфраструктуру, рівня травматизму та смертності, виникнення дорожньо-транспортних пригод, забруднення навколишнього середовища тощо. Однак підвищення рівня комфорту, безпеки та швидкості подорожування неможливо досягти без впровадження інновацій в діяльність транспортного сектору.

Зіптовхнулася Україна і з проблемою тінізації економічної діяльності туристичного сектору. За підрахунками економістів, до державної казни України через несплату податків не надходить до 60% прибутків підприємств, серед яких підприємства туристичної галузі. Значна тінізація туризму формує негативний імідж українському туризму у світі, стримує надходження в країну іноземних інвестицій, не сприяє налагодженню стосунків українських туристичних підприємств із зарубіжними партнерами, стримує євроінтеграційні зусилля України. Все це об'єктивно зумовлює здійснення активних дій щодо детінізації відносин в сфері туристичного бізнесу шляхом створення сприятливих умов щодо залучення тіньових капіталів до легальної сфери туристичних послуг.

Ситуація у сфері туризму характеризується також низьким рівнем усвідомлення населенням країни та органами влади у сфері державного регулювання туризму і діяльності курортів, ролі та значення туризму для соціально-економічного розвитку держави. Вагому роль відіграють відсутність сформованих туристичних ресурсів та цілісної системи їх раціонального використання, невизначеність напрямів їх освоєння та розвитку, неефективний та незаконний спосіб використання унікальних природних та історико-культурних ресурсів, відсутність системи захисту прав та інтересів туристів, гарантування їх безпеки, своєчасного надання всіх видів невідкладної допомоги особам, які постраждали під час подорожі, відсутність належного прогнозування та планування розвитку туризму, параметрів туристичного потоку у відповідності до наявних ресурсних можливостей, потреб населення та економіки держави, недостатнє нормативне, методичне та інформаційне забезпечення діяльності органів місцевого самоврядування, громадських організацій та суб'єктів підприємницької

діяльності у сфері туризму і діяльності курортів, недостатнє за кількісними, якісними параметрами та за структурою і рівнем наукового, методичного забезпечення, зокрема у сфері управління на державному та місцевих рівнях, занадто складні порівняно із загальновизнаною міжнародною практикою візові, митні та прикордонні процедури.

Серед напрямів удосконалення державного регулювання розвитку міжнародного туризму в Україні можна вказати наступні:

- розробку та втілення в життя туристичної політики, її демократичне обговорення та контроль відповідно до особливостей регіону, цілей його розвитку;
- заохочення та сприяння потенційним інвесторам;
- інформаційне забезпечення, збирання даних та їх аналізу для прийняття рішень;
- підготовку кадрів високої кваліфікації для роботи у сфері туризму;
- планування розвитку туристичної інфраструктури;
- концепція маркетингу;
- координація суб'єктів туристичної діяльності;
- інформація для туристів, їх супровід;
- дозволя туристів;
- проведення конференцій, конгресів тощо;
- розвиток галузі, туристичне регіональне планування;
- збереження природи та культури;
- кооперація та відстоювання інтересів в об'єднаннях, службах, управліннях;
- професійні консультації, внутрішній маркетинг;
- робота з пресою, з вітчизняними та іноземними туристичними бюро, туроператорами, транспортними підприємствами.

Бібліографічний список:

1. Kalinichenko S.M., Krupitsa I.V., Holovanova H.Y., Hribinyk A.V. *Business Inform* 2022. Journal article DOI: 10.32983/2222-4459-2022-3-67-71

2. Калініченко С.М., Заїка С.О. Індустрія туризму і гостинності в Центральній та Східній Європі 2022-05-24. Journal article DOI: 10.36477/tourismhospsee-5-7

3. Mavlutova I., Babenko V., Dykan V., Prokopenko N., Kalinichenko S., Tokmakova I. *Journal of Optimization in Industrial Engineering*. 2021. Journal article DOI: 10.22094/JOIE.2020.677839 EID: 2-s2.0-85098970995 Part of ISSN: 24233935 22519904

РОЛЬ ІННОВАЦІЙ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ВІДРОДЖЕННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ УКРАЇНИ

Грідін О.В., кандидат економічних наук, доцент,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-7236-2954>

Прогнозування перспектив розвитку туристичної галузі, на наше глибоке переконання, має здійснюватися з урахуванням сучасних світових трендів на ринку інноваційних технологій і обов'язково враховувати глобальні зрушення соціально-демографічного стану суспільства [3, с. 42]. На сьогодні ситуація, що склалася в туристичній індустрії України, характеризується низьким рівнем її конкурентоспроможності на світовому ринку, зокрема [5, с. 21]: недостатнім рівнем оновлення матеріально-технічної бази; нестачею у достатній кількості сучасних засобів розміщення туристів; недостатнім розвитком туристичної інфраструктури; недостатньо розвинуеною у більшості регіонах мережі закладів харчування та індустрії розваг; дефіцитом кваліфікованих фахівців у галузі туризму; орієнтацією туристичних фірм на закордонні подорожі; наявністю суттєвих екологічних проблем тощо. Вказані проблеми, за можливості, потребують термінового комплексного цілового усунення або, хоча б, кардинального пом'якшення. При цьому забезпечення розвитку туризму в Україні та подолання негативних тенденцій має здійснюватися, на нашу думку, в основному за рахунок упровадження нововведень, оскільки лише внаслідок активізації використання інноваційного чинника, вітчизняна туристична індустрія здатна демонструвати потужний розвиток та забезпечити високий рівень конкурентоспроможної [5, с. 22].

Незважаючи на складне економічне становище більшості туристичних підприємств України, у сучасних умовах зберігається тенденція до посилення їх інноваційної активності, особливо у галузі технологічних інновацій. Розвиток сучасного туризму багато в чому залежить від розробки і впровадження інноваційних технологій, спрямованих на удосконалення обслуговування клієнтів і розширення сервісних туристичних можливостей [2, с. 221].

Зауважимо, що до інновацій у туризмі необхідно відносити перш за все ті нововведення, які супроводжуються [5, с. 22]: відновленням і розвитком духовних та фізичних сил туристів; якісно новими змінами турпродукту; підвищенням ефективності функціонування інфраструктури туризму; підвищенням ефективності процесів формування, позиціонування та споживання туристичних послуг; прогресивними змінами факторів виробництва тощо.

В туристичній індустрії інноваційна діяльність розвивається за наступними основними напрямками [1; 2, с. 222-223; 5, с. 22]:

1. Продуктові інновації: створення нових туристичних продуктів; освоєння нових сегментів туристичного ринку; освоєння нових туристично-рекреаційних дестинацій; застосування нових видів ресурсів тощо.

2. Управлінські інновації: нові методи реалізації маркетингового циклу в туризмі; застосування нових підходів та методів ведення туристичного бізнесу і організації бізнес-процесів забезпечення державного та регіонального управління туристичною індустрією тощо.

3. Сервісні інновації: впровадження провідних методів навчання, підготовки та перепідготовки працівників туристичного бізнесу; розробка інноваційних моделей розміщення трудових ресурсів в туризмі; впровадження національної моделі сервісного обслуговування, враховуючи культуру та звичаї туристично-рекреаційних зон тощо.

4. Технологічні інновації: впровадження новітніх технологій і обладнання, зокрема ІТ-технологій у систему бронювання і резервування готелів, авіаквитків, у наданні традиційних транспортних, готельних та інших послуг; розробка нових видів матеріально-технічного забезпечення туристичного обслуговування, покращення якості товарів та послуг; впровадження новітніх технологій і обладнання; нововведення в системі транспортного обслуговування, що будуть спрямовані на підвищення комфортності та скорочення часу трансферу туристів до курортної зони; екологізація технологій обслуговування тощо.

Відзначимо, що інноваційні технології надають можливості туристичним підприємствам визначати динаміку попиту на ринку, використовувати більш економічні канали просування продуктів;

забезпечують простий та швидкий для споживача спосіб придбання послуг, високий рівень обслуговування та утримання клієнтів, що сприятиме скороченню витрат завдяки більшій ефективності внутрішніх операцій та комерційних процедур [4, с. 115-116].

Отже, можна узагальнити, що основними специфічними особливостями розвитку інноваційної діяльності в туризмі є створення нового або зміна існуючого продукту, удосконалення транспортних, готельних та інших послуг, освоєння нових ринків, впровадження сучасних форм організаційно-управлінської діяльності. У той же час наразі неможливо забезпечити якісне ведення туристичного бізнесу у сучасних умовах без впровадження і застосування новітніх ІТ-технологій. Саме їх використання на практиці забезпечує дотримання суб'єктами туристичної діяльності комплексу взаємодіючих і взаємодоповнюючих вимог, що формують якість туристичних послуг. Без сумніву, широке застосування інновацій створить передумови для розвитку туристичної індустрії країни, проте для цього, у першу чергу, необхідно усунути перешкоди фінансового, правового та політичного характеру.

Бібліографічний список:

1. Грідін О.В., Заїка С.О. Інноваційний розвиток туристичної сфери України: стан, проблеми, перспективи. *Актуальні проблеми та перспективи розвитку агропродовольчої сфери, індустрії гостинності та торгівлі: матеріали Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції*, (02 листопада 2022 р.): тези доповіді. Харків: ДБТУ, 2022. С. 260-261.

2. Гуржій Н.М., Третинко А.В. Інноваційні технології в туристичній індустрії. *Сталий розвиток економіки*. 2013. № 3. С. 221-224. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/sre_2013_3_49

3. Дехтяр Н.А. Вплив інноваційних технологій на розвиток світового ринку туристичних послуг. *Економіка розвитку*. 2014. № 3. С. 37-43. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/egro_2014_3_10

4. Жураєва К.А. Оцінка світової практики застосування інноваційних технологій в туризмі. *Географія та туризм*. 2011. Вип. 16. С. 109-116. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/gt_2011_16_18

5. Ліхоносова Г.С., Черниш Р.О. Інноваційні технології запровадження туристично-рекреаційної діяльності. *Проблеми системного підходу в економіці*. 2018. Вип. 3(2). С. 19-23. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/PSPE_print_2018_3\(2\)_5](http://nbuv.gov.ua/UJRN/PSPE_print_2018_3(2)_5)

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

Давиденко К.М., Бабенко Н.М., здобувачки*,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

Готельно-ресторанне господарство є надважливою складовою індустрії гостинності як в Україні, так і в усьому світі. Сфера готельно-ресторанного бізнесу в Україні характеризується динамічним розвитком та у перспективі неодмінно стане надважливим чинником її культурного й економічного піднесення [2, с. 614-615]. Внаслідок того, що гостинність є тим істотним типом мислення у галузі готельно-ресторанного господарства, відповідно, необхідно дотримуватися концепції забезпечення високого рівня якості, що визначає потужний рівень конкурентоспроможності підприємств, є каталізатором їх успішного розвитку. Професійні взаємовідносини між виробником і споживачем, відповідний рівень кваліфікації кадрів, їх творчі можливості, уміння освоювати нові технології й організаційні форми, створювати середовище гостинності – є головними передумовами динамічного розвитку готельно-ресторанного бізнесу в Україні [2, с. 621].

У багатьох країнах світу суб'єкти готельно-ресторанного господарства є одними із найбільш розповсюджених видів малого бізнесу, тому заклади та підприємства ведуть між собою постійну конкурентну боротьбу за сегментацію ринку, пошук нових та утримання існуючих споживачів їх продукції та послуг. Усі заклади та підприємства повинні мати високий рівень конкурентоспроможності, основу якого формують інновації та ефективна реалізація інноваційної стратегії та політики підприємств. Проте прийняття управлінських рішень керівниками та фахівцями готельних і рестораних підприємств майже не регламентоване, методична база оцінки ефективності інновацій і управління інноваційною діяльністю найчастіше відсутня, що дуже ускладнює інноваційний розвиток цього бізнесу [1, с. 331-332].

Характерними ознаками менеджменту кращих компаній світу, зокрема й готельно-ресторанного бізнесу, є наступні: клієнтоорієнтований підхід; диверсифікованість бізнесу; стратегічна роль

* Науковий керівник – кандидат економічних наук, доцент О.В. Грідін

людського чинника; використання сучасних високопродуктивних технологій; розвиток надійних партнерських взаємозв'язків; превалювання адаптивних структур управління; наявність високорозвиненої корпоративної культури. При цьому, інноваційні заходи дозволяють підприємствам не просто реалізувати послугу контрагентові або споживачеві, але й формувати попит, підвищувати ефективність діяльності на ринку [1, с. 333].

У сучасному глобалізаційному світі характерною рисою досліджуваної галузі є застосування новітніх ІТ-технологій, що сприяють підвищенню ефективності та удосконаленню роботи компаній, поліпшенню обслуговування клієнтів, прискоренню усіх оперативних процедур, створенню нових маркетингових методик та каналів розподілу. Крім того, у готельно-ресторанному бізнесі за сучасних умов змінюються характер і структура діяльності. Нові технології дають можливість гнучко й сегментовано організувати проведення дозвілля [3-4].

У готельно-ресторанному бізнесі можна виділити наступні основні тенденції інноваційного розвитку, а саме [1, с. 336]: орієнтація на збереження здоров'я людини та безпеки харчування і відпочинку; постійне поліпшення технологічних процесів; підвищення рівня технічного забезпечення підприємств; поліпшення якості продукції та послуг; поглиблення спеціалізації готельних і ресторанных закладів; удосконалення системи управління.

Аналіз досвіду розробки, впровадження та використання інновацій у бізнесі показує, що для активізації інноваційної діяльності, останнім часом, за умов несприятливого зовнішнього впливу необхідно здійснювати детальну оцінку ефективності інноваційних проєктів, проводити маркетинг нової продукції і послуг, застосовувати новітні методи управління тощо [5].

Таким чином, основні тенденції готельно-ресторанного бізнесу охоплюють напрями інноваційної політики підприємств (впровадження новітніх технологій, сучасної техніки, удосконалення продукції і послуг, застосування обґрунтованих управлінських рішень) і враховують сучасні форми здорового харчування, безпеки й відпочинку населення.

Бібліографічний список:

1. Борисова О.В. Тенденції розвитку готельно-ресторанного бізнесу в Україні. *Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг*. 2012. Вип. 1(2). С. 331-338. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/esprstp_2012_1\(2\)_49](http://nbuv.gov.ua/UJRN/esprstp_2012_1(2)_49)

2. Варипасв О.М., Варипасва Л.М. Готельний та ресторанний бізнес як складова індустрії гостинності. *Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг*. 2009. Вип. 2. С. 614-621. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/esprstp_2009_2_87

3. Грідін О.В. Напрями удосконалення системи мотивації персоналу туристичних фірм України. *Організаційно-економічні та соціальні складові розвитку підприємництва: матеріали Всеукраїнської конференції*, (25 травня 2022 р.): тези доповіді. Дубляни: Львівський національний університет природокористування, 2022. С. 330-333.

4. Грідін О.В. Передумови та специфічні особливості формування ефективної системи управління персоналом в організаціях туристичної індустрії. *Бізнес, інновації, мене-джермент: проблеми та перспективи: матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції* (8 грудня 2022 року): тези доповіді. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2022. С. 42.

5. Грідін О.В., Зайка С.О. Інноваційний розвиток туристичної сфери України: стан, проблеми, перспективи. *Актуальні проблеми та перспективи розвитку агропродовольчої сфери, індустрії гостинності та торгівлі: матеріали Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції*, (02 листопада 2022 р.): тези доповіді. Харків: ДБТУ, 2022. С. 260.

УДК: 338.48

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

Древаль Д., здобувачка вищої освіти*,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

Туризм – це сукупність діяльності та послуг, які надають можливість подорожувати окремим особам або групам на відстань більше п'ятдесяти миль від їхніх домів з метою розваг, відпочинку або бізнесу [5]. Ця галузь є однією з найбільших у світі та важливим джерелом доходу для країн, що розвиваються. Однак, необхідність великої кількості ресурсів та інфраструктури, таких як вода, енергія та управління відходами, може мати серйозні наслідки для місцевих громад та навколишнього середовища, якщо не керувати ними належним чином. Туризм є важливим для багатьох країн та острівних держав завдяки можливості працевлаштування та великому надходженню грошей у сферах, пов'язаних із туризмом, таких як транспортні та готельні послуги.

* Науковий керівник – кандидат економічних наук, професор С.О. Зайка

Туризм в Україні знаходиться в стані активного розвитку зі швидким зростанням, появою нових видів туризму, розробкою нових маршрутів та поліпшенням обслуговування туристів [1]. Це призвело до створення нових робочих місць, розвитку інфраструктури та впровадження новітніх технологій. Однак, під час війни туризм став однією з галузей, яка зазнала серйозних втрат, з багатьма компаніями, що припинили свою діяльність або переключилися на волонтерську діяльність. Проте, відновлення туристичного сектору в Україні є важливим завданням і потребує подальшого дослідження.

Україна має значний потенціал для туризму, проте спостерігається зростання від'їзного туризму, що свідчить про збільшення доходів населення та збільшення витрат на відпочинок в структурі доходів населення. Це призводить до відтоку грошових потоків з України. Внутрішній та зарубіжний туризм значно впливають на економічну безпеку України. У 2021 році більше 22,4 мільйонів іноземних туристів відвідали Україну, що становить 2 % більше, ніж у 2020 році. Зростання кількості приватних поїздок становить 4 %, але поїздки організованим туризмом та службові поїздки зменшилися на 17 % та 10 % відповідно. Однак, варто враховувати, що ці два види туризму складають лише 10 % від загального в'їзного туристичного потоку [3].

Туристичний ринок України характеризується великою конкуренцією між туристичними компаніями, які з'являються з кожним роком зі своїми власними унікальними перевагами та інноваціями [2]. Щоб бути успішними на ринку, туристичні компанії повинні бути професіоналами у вивченні купівельного попиту та очікувань клієнтів. Крім того, ефективна реклама є ключем до приваблення більшої кількості клієнтів, при цьому «сарафанне радіо» може бути більш ефективним за традиційну рекламу лише при якісній роботі компанії та позитивному відгуку клієнтів.

У туристичному бізнесі реклама є важливою і специфічною справою, оскільки зазвичай турфірми мають скромний рекламний бюджет, і важливо раціонально використовувати виділені кошти на рекламу. Сьогодні все більше потенційних клієнтів звертаються до Інтернету для пошуку туристичних пакетів, тому Інтернет-майданчики стають дедалі популярнішими для залучення клієнтів туристичних агенцій. Зазвичай, близько 30 % рекламного бюджету витрачається на Інтернет-рекламу, 40 % - на рекламу у фахових виданнях, 10-15 % – на зовнішню та місцеву рекламу, і 5-10 % – на друк. Пропорції можуть

відрізнитися у різних турфірм, і важливо проводити дослідження, щоб з'ясувати, який вид реклами найбільш ефективний для конкретного підприємства [5].

Для будь-якого туристичного бізнесу дуже важливо мати стратегічний напрямок, щоб забезпечити конкурентні переваги та привабити більше клієнтів і високий рівень прибутку. Ці переваги можуть включати хорошу репутацію фірми, відому торгову марку, кваліфікований персонал, ефективну маркетингову стратегію та різноманітні туристичні ресурси.

На українському туристичному ринку конкуренція є жорсткою, оскільки кожен рік приблизно 30 % турагенцій з'являються і зникають, не досягнувши успіху. Наразі на ринку існує перевищення кількості агенцій, які вже мають базу клієнтів та партнерів, що, зазвичай, пояснюється відходом провідних фахівців від великих операторів, щоб розпочати свій бізнес. Це явище поширене, особливо в містах-мільйонниках. Контроль діяльності таких підприємств був скасований, що призвело до ситуації, коли багато невеликих підприємств не можуть вкладати свої прибутки у підвищення кваліфікації персоналу та розвиток технологій, що погіршує якість обслуговування.

За останні 5 років туроператорський бізнес зазнав змін. Раніше ситуація була більш передбачуваною, що дозволяло планувати довгострокові плани. Але зараз тури найчастіше продаються в останній момент, а споживачі збирають інформацію про туроператорів та політичну ситуацію у вибраному регіоні, перш ніж бронювати турпакети. Також багато клієнтів бронюють тури через Інтернет і купують турпутівки за допомогою спеціальних сайтів, уникнувши послуг туроператорів. Деякі туроператори відкривають нові офіси за кордоном, щоб залучити іноземних клієнтів до відпочинку в Україні. Сьогодні найбільш вигідно розпочинати бізнес у туристичній галузі за допомогою франчайзингу, який зменшує витрати, дає можливість використовувати відомий бренд та швидко окупити бізнес. Франчайзингове підприємство зазвичай використовує стратегію мінімізації витрат [4].

Для українського туризму характерні жорстка конкуренція та низька прибутковість через валютні коливання, економічну та політичну нестабільність. Тому більш перспективним напрямком є організація екскурсійних турів в Україні та за кордоном, особливо у ніші внутрішнього екскурсійного туризму, де попит зростає. Туристичні компанії, що фокусуються на таких напрямках, можуть успішно

розвиватися, задовольняючи потреби певного сегменту. На українському туристичному ринку, так само як і на європейському та американському, зростає значення Інтернет-сегменту. У найближчому майбутньому прогнозується збільшення кількості підприємств, що продають туристичні продукти через Інтернет, де соціальні мережі та спеціалізовані сайти відіграють важливу роль.

Отже, загальні проблеми та перспективи розвитку підприємств туристичної галузі України визначаються впливом економічної та політичної нестабільності в країні та світі, валютних коливань, природними катаклізмами та недосконалістю туристичного законодавства. Проте, український туристичний ринок має свої перспективи, такі як зростання попиту на внутрішні екскурсійні тури, екстремальний туризм, тури івент-туризму, а також розвиток Інтернет-сегменту. Ці тенденції свідчать про необхідність стратегії фокусування підприємств туристичної галузі на потребах конкретного сегменту ринку та використанні Інтернет-технологій для продажу та просування туристичних послуг. На шляху до успішного розвитку туристичної галузі України потрібно вирішувати проблеми і підтримувати тенденції, що відповідають потребам ринку та сприяють його розвитку.

Бібліографічний список:

1. Zaika S.O., Kharchevnikova L.S. The role of innovations in the development of tourism. *Глобалізація та розвиток інноваційних систем: тенденції, виклики, перспективи*. матеріали I Міжнар. наук.-практ. конф. (3-4 листопада 2022 р.). Держ. біотехнологічний ун-т. Харків, 2022. С. 76-78.

2. Грідін О.В., Заїка С.О. Інноваційний розвиток туристичної сфери України: стан, проблеми, перспективи. *Актуальні проблеми та перспективи розвитку агропродовольчої сфери, індустрії гостинності та торгівлі*: тези доповідей Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. (2 листопада 2022 р.). Державний біотехнологічний ун-т. Електронні текстові дані. Харків, 2022. С. 260-261.

3. Кіш Г.В. Сучасні туристичні тенденції в постпандемічний період. *Таврійський науковий вісник. Серія: економіка*. 2021. № 7. С. 27–33. URL: <https://doi.org/10.32851/2708-0366/2021.7.3> (дата звернення: 31.03.2023).

4. Козловський Р. Інвестиції: туристичні перспективи. *Український туризм*. 2016. № 1, січ.-лют. С. 54-55.

5. Міщук І.П., Головата Р. Туристичні підприємства України в системі міжнародної туристичної діяльності. *Індустрія туризму і гостинності в Центральній та Східній Європі*. 2021. № 1. С. 69-78. URL: <https://doi.org/10.36477/tourismhospec-1-9> (дата звернення: 31.03.2023).

РОБОЧІ ВІЗИТИ ЯК СКЛАДОВА ДІЛОВОГО ТУРИЗМУ

Зайцева Н., здобувачка вищої освіти*,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

Діловий туризм є важливою складовою сучасного світового економічного розвитку [1]. І однією з ключових складових ділового туризму є робочі візити. Робочі візити можуть бути використані для досягнення різноманітних цілей, таких як поглиблення бізнес-зв'язків, пошук нових ринків та можливостей для інвестування, погодження умов контракту, проведення наукових досліджень тощо.

Однією з головних переваг робочих візитів є змога зустрітися особисто зі своїми партнерами та клієнтами, а також зіставити свої ідеї з думками інших експертів у своїй галузі. Це може допомогти покращити рівень співпраці та зробити її більш ефективною. Робочі візити також дозволяють відкривати нові ринки та розвивати бізнес у різних країнах світу [3].

Однак, при плануванні робочих візитів необхідно враховувати кілька важливих факторів. По-перше, слід мати на увазі, що організація робочого візиту може бути досить складною та витратною. Також важливо знати культурні особливості та законодавство країни, до якої ви збираєтеся їхати. Наприклад, у деяких країнах можуть бути особливості щодо віз та дозволів на роботу, які потрібно оформити заздалегідь.

До інших важливих факторів, які слід враховувати, належать витрати на перельот, проживання, харчування та інші витрати, пов'язані з організацією робочого візиту [2, 4-5]. Для мінімізації витрат, можна розглянути варіанти економії, наприклад, забронювати готель заздалегідь або використовувати переліт зі знижкою.

Крім того, слід пам'ятати, що робочий візит може бути досить виснажливим. Довгі перельоти та перебування в чужому середовищі можуть вплинути на здоров'я та робочу ефективність. Тому важливо підготуватися до робочого візиту заздалегідь, включаючи планування розкладу та відпочинку, а також підготовку до культурних та мовних особливостей країни, до якої ви збираєтеся їхати.

* Науковий керівник – кандидат економічних наук, професор С.О. Зайка

Таким чином, робочі візити є важливою складовою ділового туризму, який забезпечує змогу зустрітися з партнерами та клієнтами, поглибити співпрацю, знайти нові ринки та можливості для інвестування. Однак, при плануванні робочого візиту необхідно враховувати різні фактори, такі як витрати, культурні особливості, здоров'я та робочу ефективність. З цими факторами на увазі, можна забезпечити успішне проведення робочого візиту та досягнення поставлених цілей в діловому туризмі.

Бібліографічний список

1. Zaika S.O. Business tourism industry: evolution and principles of organization. *Modern Issues of Physical Education, Sports, Tourism-Local History, and Physical Culture, and Recreation Work*. Monograph. Scientific editors: Nataliia Khlus and Tadeusz Pokusa. Opole: The Academy of Applied Sciences – Academy of Management and Administration in Opole, 2023. P. 5-45.

2. Zaika S.O., Kharchevnikova L.S. Features of analysis of competitiveness of tourism industry subjects. *Трансформаційні зміни національної економіки в умовах світоїнтеграції*: збірник тез VI Всеукраїнської науково-практичної конференції. Дубляни, 2022. С. 36-39.

3. Гитова Н.В. Діловий туризм в Україні: основні проблеми розвитку та шляхи їх вирішення. *Економіка і менеджмент культури*. 2013. № 1. С. 67-74.

4. Коваль О.А., Васьковська І.І. Системний аналіз ділових послуг в Україні та аргументація створення бізнес-готелів в столиці. URL: <http://www.sworld.com.ua/konferm2/31.pdf>

5. Уліганець С.І., Дмитрук О.Ю., Стригун О.Г. Перспективи розвитку ділового туризму. *Географія та туризм: наук. збірник* / Ред. кол.: Я.Б. Олійник (відп. ред.) та ін. К.: Альтерпрес, 2010. Вип. 6. С. 117-122.

УДК: 0058.962

НЕТВОРКІНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ ВСТАНОВЛЕННЯ НОВИХ ДІЛОВИХ КОНТАКТІВ

Зубенко А., здобувачка вищої освіти*,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

Нетворкінг є важливим інструментом встановлення нових ділових контактів та зміцнення існуючих зв'язків. Це процес побудови взаємовигідних відносин між людьми та компаніями, який дозволяє обмінюватися ідеями, досвідом та ресурсами.

* Науковий керівник – кандидат економічних наук, професор С.О. Зайка

Нетворкінг - соціальна і професійна діяльність, спрямована на те, щоб за допомогою кола друзів і знайомих, які працюють або мають зв'язки в тій чи іншій сфері, максимально швидко і ефективно вирішувати складні життєві завдання. Будується вона на довірчих і довгострокових відносинах з людьми, а також взаємодопомозі [5].

В основі ідеї лежить теорія шести рукоистискань, згідно з якою між двома будь-якими жителями планети є ланцюжок знайомих. В середньому-п'ять чоловік. А значить, якщо вам потрібно зв'язатися з кимось, до кого не можна записатися на прийом, ви можете спробувати це зробити через знайомих. Вони попросять своїх приятелів і т.д. Цілковито можливо, вдасться випити чаю з королем Англії.

Важливість нетворкінгу за часів його появи переоцінити вкрай складно: Інтернет ще не винайшли, а інструменти для того, щоб знайти хорошу роботу або цінного фахівця, отримати якісь відомості, зняти житло і т.д., були необхідні. І «потрібні» знайомства з іншими людьми грали в цьому головну роль, тобто нетворкінг був просто необхідний для того, щоб вести повноцінне, комфортне життя [1, 4].

Нині нетворкінг потрібен як інструмент продажів, залучення клієнтів, пошуку роботи. Люди більше довіряють особистим рекомендаціям знайомих, ніж відгукам в Інтернеті. Сучасні дослідження показують, що для людей у віці старше сорока років нетворкінг – головний канал пошуку роботи.

Крім того, нетворкінг в сфері управління персоналом дозволяє обмінюватися досвідом, отримувати рекомендації, дізнаватися про нові послуги, проконсультуватися з того чи іншого питання та вирішувати важливі проблеми [2, 3]. Це допомагає вловлювати важливі тренди в сфері управління персоналом і залишатися в курсі подій і тенденцій на ринку праці.

Основні способи впровадження нетворкінгу в цій сфері включають створення єдиного комунікаційного простору на Інтернет-ресурсі, який буде націлений на наукову, професійну та бізнес-спільноту; розробку програми тренінгів з нетворкінгу для управлінців; використання коворкінгових майданчиків для обміну досвідом між управлінцями місцевих компаній та проведення speed-dating.

Нетворкінг є надзвичайно важливим елементом в сфері управління персоналом, оскільки він дозволяє менеджерам отримувати нові ідеї, знання та досвід від інших фахівців, що допомагає покращувати процеси та досягати більш ефективних результатів.

Важливим аспектом розвитку нетворкінгу є тренінги з цієї теми, які допоможуть управлінцям вивчити основні принципи та стратегії, які використовуються в цій сфері, а також навчитися ефективно спілкуватися з іншими фахівцями та будувати продуктивні відносини.

Крім того, використання коворкінгових майданчиків є ще одним способом розвитку нетворкінгу в сфері управління персоналом. Такі майданчики дозволяють фахівцям з різних компаній зустрічатися та обмінюватися досвідом, що може допомогти вирішити питання, які виникають у їх роботі. Також проведення speed-dating може допомогти встановити корисні зв'язки та знайти партнерів для співпраці [4].

Отже, в даний час, вміння побудови та підтримки важливих зв'язків та контактів стає справжньою перевагою для професіонала, який бажає досягти успіху в кар'єрі. Нетворкінг не лише допомагає знайти пропозиції роботи у кращих компаніях, але також дозволяє бути максимально продуктивним та успішним на робочому місці. За допомогою широкої мережі контактів, такий фахівець може швидко знаходити та залучати людей для вирішення будь-яких завдань, навіть найскладніших. Такі здібності є високо цінними для роботодавців, що забезпечує швидке кар'єрне зростання таких нетворкерів.

Бібліографічний список:

1. Zaika S.O. Business tourism industry: evolution and principles of organization. *Modern Issues of Physical Education, Sports, Tourism-Local History, and Physical Culture, and Recreation Work*. Monograph. Scientific editors: Nataliia Khlus and Tadeusz Pokusa. Opole: The Academy of Applied Sciences – Academy of Management and Administration in Opole, 2023. P. 5-45.

2. Zaika S. O., Kuskova S.V., Gridin O.V. Communications as an effective management instrument. *Вісник ХНТУСТ: економічні науки*. 2019. Вип. 206. С. 201-213.

3. Zaika S.O., Kuskova S.V., Gridin O.V. Principles of office development management. *Вісник ХНТУСТ: економічні науки*. 2019. Вип. 202. С. 187-197.

4. Fisher D. & Vilas S. Power Networking. Bard Press The Riley Guide, 2000. URL: www.rileyguide.com

5. Frishman R. Networking Magic / R. Frishman, J. Lublin. Adams Media, 2004. 126 p.

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА ШЛЯХИ ПОДАЛЬШОГО РОЗВИТКУ МЕДИЧНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Калініченко С.М., кандидат економічних наук, доцент, заступник генерального директора з міжнародного співробітництва, інновацій та розвитку ДНП «Центр тестування» при МОЗ України
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-3958-4763>

Останніми роками в результаті глобалізації, наслідками якої є стирання кордонів між країнами, у світі сформувався особливий туристичний потік – люди, які їдуть за лікуванням за кордон – і з кожним роком цей потік стає дедалі більшим.

Поїздки на лікування за кордон відкрили новий напрям у медицині та дали надію мільйонам людей на здоров'я та життя. У світі медичний туризм – додаткове джерело доходів у бюджет, в Україні ж ця галузь поки що поза межами державної політики.

Нині вартість тих чи інших медичних послуг у різних країнах світу не є однаковою, що цілком логічно, враховуючи стан розвитку національних економік, демографічну та соціальну ситуації, які складаються в країні тощо. Зростання вартості лікування в розвинених країнах стимулювало появу додаткової вимоги: якісне лікування за низькими цінами і яскраві враження від відвідин нової країни. Висока вартість медобслуговування в розвинених країнах світу стала серйозною проблемою не тільки для пацієнтів, але і для їхніх роботодавців, соціальних фондів, страхових систем і держав.

Водночас Україна, маючи репутацію постачальника медичних послуг з хорошим співвідношенням ціна-якість, може стати перспективним напрямком розвитку медичного туризму в Європі та світі. У першу чергу, це відноситься до послуг стоматології, офтальмології, МРТ-діагностики. Багато туристів цілеспрямовано приїжджають в Україну в пошуках унікальних видів лікування – наприклад, стовбуровими клініками. Отже, в останні 10 років з цілком зрозумілих причин у світі сформувалася справжня індустрія медичного туризму.

Стрімкий розвиток індустрії медичного туризму в останні 10 років обумовлений кількома причинами:

- зростанням вартості лікування в країнах з розвинутою економікою;
- появою нового сегменту споживачів медичних послуг, які воліють

поселення якісне лікування за низькими цінами, з можливістю отримання яскравих вражень від подорожей в інші країни;

– не можливість оперативного отримання необхідної медичної допомоги (лишти-очікування) в країнах Європейського Союзу та в країнах Близького Сходу;

– відсутність у низці країн світу якісної медичної допомоги та відповідних технологій лікування та діагностики.

З метою розвитку медичного туризму уряди деяких країн розробляють системи охорони здоров'я, в структуру якої входять лікувально-профілактичні заклади, туристичні агентства та страхові компанії, орієнтовані на медичний туризм. Існують національні програми, спрямовані на популяризацію країни в сфері медичного туризму.

Чинниками перспективності країни для медичного туризму виступають:

- рівень розвитку медицини, медичних технологій тощо;
- вартість діагностики та лікування;
- розвиток транспортного та готельного секторів;
- рівень мовної інтеграції в країні;
- законодавча база;
- імідж держави;
- локалізація країни на мапі світу.

Ринок медичного туризму являє собою систему економічних відносин з приводу купівлі-продажу медичних і оздоровчих послуг та організації подорожей з метою їх отримання.

Специфіка медичного туризму проявляється в тому, що в переважній кількості випадків кінцевий споживач медичної послуги не може безпосередньо її купувати у виробника. Тому об'єктивною умовою функціонування ринку медичного туризму є наявність виробників-посередників.

Діяльність виробників-посередників характеризується колом питань з організації туристичної подорожі, пошуку та укладання угод з виробниками-медичних послуг, транспортування, проживання тощо. Агентства з медичного туризму забезпечують всебічну підтримку туристів, яка є значно ширшою, ніж послуги звичайного туристичного агента. Агентства з медичного туризму забезпечують організацію якісного та доступного медичного обслуговування до та після лікування, догляд під час лікування, формування плану лікування спільно з лікарями зарубіжних та вітчизняних клінік, оцінку співвідношення ціна-якість в різних лікувально-профілактичних закладах.

Для збільшення частки в'їзного медичного туризму необхідно враховувати стан розвитку окремих галузей медицини, вартість діагностики та лікування у різних країнах, законодавче регулювання. Важливими чинниками є стан транспортної та готельної індустрії та рівень володіння іноземними мовами. Але найбільш вагомим аргументом при виборі країни для лікування чи діагностики є те, як сприймається її бренд. Україні як державі, що активно інтегрується у міжнародні структури, доведеться пройти ще чималий шлях для розвитку свого позитивного іміджу у сфері медичного туризму.

Бібліографічний список:

1. Джангиров А.П. Экономический эффект оздоровительного туризма. *Управление экономическими системами*. 2011. № 11. URL: <http://uecs.ru/uecs-35-352011/item/759-2011-11-07-06-51-11>
2. ВАКА: Health tourism sector report. URL: <http://investinwmr.org.tr/Opportunities/Health%20Tourism.pdf>
3. Вахович І.М. Фактори розвитку регіонального ринку медичного туризму в розвинених країнах світу. URL: <http://www.hitt-cis.net/wp-content/uploads/2010/11/НІТТ/Ukraine>
4. Всесвітня асоціація медичного туризму вибрала Київ своєю штаб-квартирою в США. URL: <http://pe.com.ua>
5. Кифяк В.Ф. Розвиток медичного туризму в регіонах України. URL: <http://zdorovtur.com>
6. Лукьянчук Е. Пациенты без границ. *Аптека*. 2011. № 818(7). URL: <http://www.apteka.ua/article/magazine/818>

УДК: 338.48

ВПЛИВ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ НА РОЗВИТОК ДІЛОВОГО ТУРИЗМУ

Костирка Ю.В., здобувач вищої освіти*,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

Глобалізація – це процес економічної, соціальної, політичної та культурної інтеграції країн та регіонів світу. Вона характеризується збільшенням міжнародних зв'язків, зростанням міжнародної торгівлі та інвестицій, збільшенням міжкультурної взаємодії та мобільності людей,

* Науковий керівник – кандидат економічних наук, професор С.О. Зайка

зменшенням культурних та економічних бар'єрів між країнами. Глобалізація впливає на розвиток економіки, політики, культури, технологій та інших сфер життя людей у всьому світі.

Глобалізація має великий вплив на розвиток ділового туризму, який є важливою галуззю туристичної індустрії та важливим чинником для економіки країн. Проте, разом із зростанням кількості подорожей ділових людей, виникають нові проблеми та виклики [4].

З одного боку, зростання міжнародних бізнес-відносин та глобальних корпорацій приводить до збільшення потоку ділових туристів, які подорожують для укладання угод, зустрічей з партнерами та клієнтами, участі в конференціях і т.д. З іншого боку, глобалізація впливає на самі умови подорожей та відрізняється від регіону до регіону.

Одним з головних викликів для ділового туризму в епоху глобалізації є необхідність адаптуватися до різних культурних, мовних та правових норм, що існують у різних країнах [1]. Крім того, зростання конкуренції в сфері ділового туризму приводить до необхідності підвищення якості послуг та забезпечення конкурентоспроможності.

Однією з найбільш важливих переваг глобалізації для ділового туризму є доступність нових ринків та можливостей для розширення бізнесу. Наприклад, зростання економік країн Азії привело до збільшення числа ділових подорожей в цей регіон. Крім того, глобалізація сприяє зростанню міжнародних технологічних та наукових конференцій, які забезпечують обмін знаннями та досвідом між фахівцями з різних країн.

Водночас, глобалізація може також впливати на діловий туризм негативно, зокрема, на екологію та культурну спадщину країн. Збільшення потоків туристів може спричиняти забруднення навколишнього середовища та руйнування природних та історичних пам'яток. Також може виникнути проблема експлуатації праці та виникнення нерівностей у винагородах та умовах праці для місцевих та іноземних працівників.

Ще однією проблемою, яка виникає в умовах глобалізації, є забезпечення безпеки під час ділових поїздок. У зв'язку зі зростанням терористичної загрози, бізнесмени та організатори подорожей повинні бути обережними та приймати заходи для забезпечення безпеки. Крім того, існує проблема культурних розбіжностей, яка може призвести до конфліктів між діловими партнерами.

Крім того проблемою, яку створює глобалізація для ділового туризму, є збільшення конкуренції між країнами та містами, що бажають залучити ділових туристів. Це ставить перед організаторами туристичної індустрії завдання розвивати нові технології та інноваційні підходи до організації ділових подорожей [3]. Такі підходи можуть включати в себе використання інтерактивних технологій для забезпечення комунікації між учасниками зустрічей, впровадження електронної системи замовлення та оплати туристичних послуг, а також створення спеціальних програм для ділових туристів, які дозволять їм ефективно використовувати свій час під час поїздок.

Загалом, глобалізація впливає на діловий туризм як позитивно, так і негативно. Щоб забезпечити сталий розвиток ділового туризму, необхідно забезпечувати збалансований підхід до розвитку туризму, дотримуватися екологічних та культурних норм та стандартів, а також підвищувати якість послуг та створювати сприятливі умови для розвитку бізнесу [2].

Отже, організатори туристичної індустрії повинні пристосовуватися до змін на міжнародному ринку та розвивати нові технології та інноваційні підходи до організації ділових подорожей, щоб успішно конкурувати з іншими країнами та містами та забезпечити максимально ефективний діловий візит для своїх клієнтів.

Бібліографічний список:

1. Zaika S.O. Business tourism industry: evolution and principles of organization. *Modern Issues of Physical Education, Sports, Tourism-Local History, and Physical Culture, and Recreation Work*. Monograph. Scientific editors: Nataliia Khilus and Tadeusz Pokusa. Opole: The Academy of Applied Sciences – Academy of Management and Administration in Opole, 2023. P. 5-45.
2. Zaika S.O. Main factors of sustainable enterprise development. *Актуальні проблеми та перспективи розвитку обліку, аналізу та контролю в соціально-орієнтованій системі управління підприємством*. Матеріали V Всеукраїнської науково-практичної конференції. (м. Полтава, 14-15 квітня 2022 р.). 2022. С. 579-581.
3. Zaika S.O., Kharchevnikova L.S. The role of innovations in the development of tourism. *Глобалізація та розвиток інноваційних систем: тенденції, виклики, перспективи*. матеріали I Міжнар. наук.-практ. конф. (3-4 листопада 2022 р.). Держ. біотехнологічний ун-т. Харків, 2022. С. 76-78.
4. Зайцева В., Корнієнко О. Міжнародний туризм та глобалізація в сучасному світі. *Вісник Запорізького національного університету*. 2012. № 2(8). С. 55-65.

РОЛЬ ДІЛОВОГО ТУРИЗМУ В ЕКОНОМІЧНОМУ РОЗВИТКУ КРАЇНИ

Кур'янов К.Д., здобувач вищої освіти*,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

Діловий туризм є важливою галуззю туризму в сучасному світі та швидко зростаючим і прибутковим сегментом у туристичній індустрії. Його головна мета - подорожування, пов'язане з роботою, бізнесом, науковими та професійними заходами, торгівлею та іншими подібними цілями.

Діловий туризм відіграє важливу роль в економічному розвитку будь-якої країни, оскільки сприяє її інтеграції в світовий ринок, залучає іноземні інвестиції, підвищує рівень зайнятості та збільшує податкові надходження [1]. Цей сегмент туризму може принести значну користь для економічного розвитку різних країн світу.

Бізнес-туризм прогнозується як один з найбільш швидко зростаючих секторів у галузі туризму, на який варто зосередити увагу постачальників послуг подорожей. Цікаво, що ділові подорожі не є такими витратними, як інші види туризму. Дослідження свідчать про те, що ділові туристи витрачають до чотирьох разів більше коштів під час поїздок [1-3]. Діловий туризм є вигідним, оскільки часто витрати понесені під час поїздки можуть бути оплачені компанією, яка відрядила працівника. Це дає можливість бізнес-туристам витрачати значно більше грошей, ніж звичайні туристи. З цієї причини діловий туризм грає важливу роль у забезпеченні економічного розвитку національної та світової економіки.

Індустрія ділового туризму сприяє розвитку новітньої інфраструктури та транспортних мереж, що забезпечує користь іншим формам туризму та місцевому населенню [2]. Він також сприяє збільшенню замовлень на готелі та ресторани, що підтримує індустрію гостинності. Діловий туризм також сприяє розвитку дозвілля, оскільки ділові туристи зазвичай комбінують ділову та розважальну діяльність. Проте, для успішного розвитку цієї галузі потрібна співпраця різних учасників, включаючи аеропорти, авіакомпанії, транспортні компанії, готелі та конференц-центри. Незважаючи на ці переваги, діловий

* Науковий керівник – кандидат економічних наук, професор С.О. Зайка

туризм стикається зі значними викликами та проблемами у зв'язку зі зростаючою конкуренцією та швидким технологічним розвитком.

Серед актуальних проблем, які ставлять під загрозу розвиток ділового туризму, є:

- недовіда наявності туристичної інфраструктури, така як нестача готелів, конференц-центрів та інших відповідних об'єктів для проведення сучасних бізнес-подорожей, що може впливати на прийняття рішення про проведення подій у конкретній країні;

- складні процедури отримання віз для іноземних громадян є ще однією важливою проблемою, яка може знизити інтерес до відряджень у певну країну, терміни розгляду документів та процедури можуть бути довгими та складними;

- висока вартість перельотів та проживання також можуть стати проблемою для бізнес-туристів, які можуть відчувати фінансовий тиск внаслідок високих цін на авіаквитки та готелі, що може зменшити кількість ділових подорожей та інтерес до них.

Задача підтримки та розвитку ділового туризму вимагає комплексного підходу та зосередження зусиль на кількох пріоритетних напрямках. Один з них - це розвиток туристичної інфраструктури. Це означає, що необхідно підтримувати та розвивати об'єкти, які приваблюють бізнес-туристів, такі як готелі, конференц-центри, виставкові центри та інші подібні заклади. Якщо інфраструктура буде належним чином розвинута, це зробить країну більш привабливою для проведення бізнес-подорожей та може залучити іноземні інвестиції.

Крім того, потрібно розвивати інфраструктуру для віртуальних конференцій: У зв'язку з розвитком технологій та швидкістю Інтернет-з'єднання, все більше підприємств віддають перевагу проведенню віртуальних конференцій замість фізичних. Наприклад, розвиток високошвидкісного Інтернету та створення спеціальних віртуальних конференц-залів може допомогти залучити більше учасників віртуальних конференцій та зробити країну більш привабливою для проведення бізнес-подорожей.

Ще одним пріоритетним напрямком є розвиток мережі транспортних засобів. Для зручності та швидкості пересування бізнес-туристів необхідно розвивати мережу транспортних засобів, включаючи громадський транспорт, таксі та оренду автомобілів. Це може зробити подорожі більш комфортними та привабливими для іноземних партнерів.

Отже, бізнес-туризм є важливим фактором для розвитку економіки країни, тому що він може привернути іноземних інвесторів і

покращити міжнародні економічні відносини [3]. Але для досягнення цієї мети необхідно вирішувати проблеми, пов'язані з отриманням віз, вартістю перельотів і проживанням. Європа має провідну позицію у бізнес-туризмі з відвідуванням з усього світу, але за темпами зростання цього виду туризму поступається іншим регіонам. Ділові поїздки на конференції, виставки та інші заходи є дуже популярними, а Європейські країни, такі як Німеччина, Франція, Нідерланди, Італія, Велика Британія, Іспанія, Швеція та Швейцарія, є найбільшими виробниками послуг на ринку бізнес-туризму. Бельгія, особливо Брюссель, де знаходиться штаб-квартира Європейського Союзу та НАТО, є популярним напрямком для службових поїздок.

В Україні є низка проблем, які заважають ефективному розвитку бізнес-туризму, порівняно з розвинутими країнами у цій сфері. Ці проблеми включають недостатню кількість регіональних міжнародних аеропортів, нерівномірний розвиток ділового туризму серед різних регіонів, недостатню кількість номерів бізнес-категорії у готелях, недостатню кількість конгрес-центрів в регіонах, невідповідність якості обслуговування міжнародних клієнтів світовим стандартам, недостатнє фінансування з боку держави та інвесторів у зв'язку з нестабільною економічною системою та воєнними діями, нестача кваліфікованого персоналу, застарілі методи навчання працівників туристичної сфері та відсутність сприятливих умов для міжнародного стажування та залучення іноземних фахівців для проведення майстер-класів.

Щоб розвивати діловий туризм в Україні, необхідно зосередитись на декількох основних пріоритетах, зокрема:

- створення крупних національних готелів, що пізніше можуть стати міжнародними;
- залучення інвестицій (знаходження джерел фінансування, збільшення привабливості для інвесторів та застосування податкового стимулювання);
- підготовка висококваліфікованих працівників конференц-сервісу;
- розвиток сучасної інфраструктури та транспортного сполучення для організації різних заходів;
- встановлення ділових контактів з іноземними партнерами з ділового туризму;
- співпраця з усіма суб'єктами ринку ділових подорожей та вдосконалення технологій в'їзного бізнес-туризму.

Якщо ці цілі будуть досягнуті, то це сприятиме розвитку ділового туризму в Україні на національному та міжнародному рівнях.

Бібліографічний список:

1. Zaika S.O. Business tourism industry: evolution and principles of organization. *Modern Issues of Physical Education, Sports, Tourism-Local History, and Physical Culture, and Recreation Work*. Monograph. Scientific editors: Nataliia Khlus and Tadeusz Pokusa. Opole: The Academy of Applied Sciences – Academy of Management and Administration in Opole, 2023. P. 5-45.

2. Zaika S.O., Kharchevnikova L.S. The role of innovations in the development of tourism. *Глобалізація та розвиток інноваційних систем: тенденції, виклики, перспективи*: матеріали I Міжнар. наук.-практ. конф. (3-4 листопада 2022 р.). Держ. біотехнологічний ун-т. Харків, 2022. С. 76-78.

3. Титова Н.В. Діловий туризм в Україні: основні проблеми розвитку та шляхи їхнього вирішення. URL: <http://irbis-nbuv.gov.ua>

УДК: 338.48:379.85

МІЖНАРОДНИЙ ТУРИЗМ ТА ЙОГО МІСЦЕ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ

Лазаренко А.В., здобувачка*,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

Туризм є рушійною складовою економіки багатьох країн. За даними World Travel & Tourism Council [6], у 2019 році подорожі та туризм сприяли створенню 333 мільйонів робочих місць в усьому світі, що становило кожне десяте робоче місце. Нажаль, у 2020 році відбулося скорочення робочих місць, що було обумовлено карантинними обмеженнями у світі. Проте, перспективи на майбутнє є позитивними, і туристичний сектор у цілому демонструє свою стійкість і здатність відновлюватися. Незважаючи на труднощі, з якими усі зіткнулися, прогнози вказують на потужне десятилітнє зростання. Очікується підвищення ВВП подорожей і туризму у середньому на 5,8 %, щорічно у період 2022-2032 роки.

У 2022 році відносний внесок подорожей від туризму у ВВП складає від 14 до 60 %, у той час як у 2019 році частка доходила до 80 % та кількість туристів була від 2 до 75 тисяч у залежності від країни. Витрати міжнародних відвідувачів у 2022 році на прикладі Німеччини склали 24,6 мільярдів доларів та у Франції – майже 43,9 мільярдів доларів [6].

* Науковий керівник – кандидат економічних наук, доцент О.В. Грідін

Індустрія туризму має вельми суттєве значення для економіки України. Туризм дає збільшення валютних надходжень, створення нових робочих місць, формування ринку збуту товарів вітчизняного виробництва і це далеко не повний перелік можливих переваг розвитку у цьому напрямі.

Міжнародна практика свідчить про те, що за допомогою туризму вирішуються питання стимулювання розвитку економіки, єдності нації, пропагування національної культури [4].

Навіть попри війни, кризи, катаклізми більшість країн розвиває туризм як пріоритетну галузь національної економіки. В нашої країни зараз важкі часи, відповідно до цього потрібно запозичувати досвід розвинутих країн, які пройшли такого роду випробування.

Ми повинні презентувати нашу культуру, традиції, етнос, працювати над створенням позитивного туристичного іміджу України, адже ми неповторна й унікальна нація, яка є невід'ємною складовою скарбниці світової культури.

Наразі, робляться кроки до реалізації масштабного проєкту «Маршрути пам'яті», щоб зберегти пам'ять про події пов'язані із військовою агресією [3]. Але нас не повинні при цьому асоціювати лише через призму війни. Цілком зрозуміло, що якими б тривалими обмеження не були, бажання мандрувати у людей залишається.

Як показує міжнародна практика, сфера туризму не може розвиватися сама собою. Їй як повітря необхідна підтримка держави, тому треба стимулювати населення до внутрішніх подорожей. Це має бути ключовим фактором відновлення галузі на сьогоднішній день [1-2]. Найбільш дієвим і невитратним варіантом також є популяризація нашої культури, звичаїв, традицій, національної кухні серед мандрівників, створення позитивного туристичного іміджу України.

Туризм є елементом як зовнішньої, та й внутрішньої політики держави. Нам необхідно більше пізнавати один одного, розвивати внутрішній туризм в країні. Люди мають подорожувати, вивчати історію та традиції своєї країни. Дуже важливо переймати закордонний досвід. Наприклад, у США було впроваджено масштабну програму, яка стимулює її громадян подорожувати власною країною. Про туризм у межах країни наочно свідчить і розвиток внутрішніх авіарейсів. У цьому випадку показовим прикладом для нас може слугувати Польща. Також, Хорватія спромоглася побудувати свій імідж після громадянської війни та зацікавити туристів. Як і Хорватія нам потрібно залучати кошти та відновлювати стародавні міста, замки, садиби тощо [5].

Ми вже зараз активно інтегруємося до Європи, пропонуючи свої традиції, культуру, а надалі ми ще більше будемо цікаві у туристичному відношенні. Зараз у туристів зростає інтерес до вивчення вторинних напрямків і природи. Мандрівники стали більш відданими екологічності, що своєю чергою впливає на їх вибір подорожей. Україна має для цього чимало цікавих місць та природно-рекреаційних та культурно-пізнавальних ресурсів. Ми маємо багато санітарно-оздоровчих закладів у різних областях, на які слід звернути увагу, реконструювати та довести до європейських стандартів.

Також, треба розвивати ділові поїздки, які є каталізатором зростання, оскільки вони є невід'ємною частиною відносин, інвестицій, ланцюгів постачання та логістики, які підтримують міжнародні торгові потоки. У країнах з економікою, що розвиваються, ділові поїздки часто відіграють провідну роль у зростанні. Ширший сектор подорожей і туризму, створюють інфраструктуру та робочі місця, необхідні для транспортування, розміщення тощо. Ділові подорожі залишаються важливою частиною туристичної екосистеми. Дійсно, цінність особистих зустрічей не можна недооцінювати, і вони ніколи не будуть повністю замінені онлайн зустрічами.

Вже є напрацювання агентства розвитку туризму України та заступника голови Комітету транспорту та туризму Європейського парламенту István Ujhelyi, які анонсували створення платформи Industry of Peace for Ukrainian Tourism, що у перекладі означає – «Індустрія миру для українського туризму». Передбачається, що ця ініціатива буде слугувати майданчиком, на якому стейкхолдери індустрії туризму з України та Європейського Союзу матимуть змогу обговорювати і втілювати у життя проекти направлені на відбудову туристичної галузі нашої держави після перемоги [3].

Для України, на наше переконання, наразі відкривається унікальне вікно можливостей, зокрема у долученні світових експертів з різних галузей до модернізації й відновлення країни у цілому та туристичної галузі зокрема. Цілком очевидно, що туризм у перспективі допоможе сформувати високорентабельну та конкурентну індустрію, здатну задовольнити потреби туристів у різноманітних туристичних послугах, що, врешті-решт, зацікавить світові туристичні бренди та забезпечить значні грошові надходження до бюджету країни.

Бібліографічний список:

1. Грідін О.В. Ринок праці як фундаментальна основа забезпечення соціально-економічної безпеки держави та її регіонів. *Вісник Одеського*

національного університету: Економіка. 2022. Том 27. Випуск 3 (93). С. 101-108.
DOI: <https://doi.org/10.32782/2304-0920/3-93-18> URL: [http://visnyk-
onu.od.ua/journal/2022_27_3/20.pdf](http://visnyk-
onu.od.ua/journal/2022_27_3/20.pdf)

2. Грідін О.В., Заїка С.О. Інноваційний розвиток туристичної сфери України: стан, проблеми, перспективи. *Актуальні проблеми та перспективи розвитку агропродовольчої сфери, індустрії гостинності та торгівлі: матеріали Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції*, (02 листопада 2022 р.): тези доповіді. Харків: ДБТУ, 2022. С. 260-261.

3. Державне агентство розвитку туризму України
URL: <https://www.facebook.com/DARTUkraine/?locale=uk-UA> (дата звернення: 10.03.2023).

4. Красноручський О.О., Грідін О.В. Роль та значення відмінних особливостей моделей міжнародного та національного менеджменту в практиці міжнародного бізнесу. *Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка: Економічні науки*. 2016. Вип. 174. С. 12-23. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vkhdtusg_2016_174_4

5. Танки і пляжі. Як Хорватія відновлювалася після війни.
URL: <https://korrespondent.net/world/3670722-tanky-y-pliazhy-kak-khorvatya-vosstanavlyalas-posle-voyny> (дата звернення: 10.03.2023).

6. World Travel & Tourism URL: <https://wttc.org/2022/EIR2022-GlobalTrendsPDF> (дата звернення: 03.03.2023).

УДК: 338.48-6:069(=161.2)-027.63"364"

УКРАЇНСЬКИЙ МУЗЕЙНИЙ ТУРИЗМ ЗА КОРДОНОМ В УМОВАХ ВІЙНИ

Лапченко А.С., кандидат історичних наук,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна,
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-0031-6481>

Сьогодні музеї змушені адаптуватися до навколишнього середовища і подій довкола. Бо саме мистецтво завжди вважалося рупором прогресивних думок суспільства. Воно може послужити основою-символом для самоідентифікації особистості як громадянина своєї країни. І ми зараз опинилися у ситуація бінарної інформації. Через війну, через інформаційну війну наш мозок хоче поділити на хороше і погане, на дуже прості схеми. Мистецтво – це майже науковий майданчик вироблення альтернативних точок зору – повільний засіб, він не діє відразу, це свого роду лабораторія, де виробляється альтернативна схема мислення.

А музеї, поєднуючи раціональне й емоційне, ідеологічне й психологічне з певним типом художнього мислення та яскравим виявом національного характеру, здатні комплексно впливати на формування цілісної особистості, котра, з одного боку, відчуває єдність з всесвітніми культурними надбаннями, а з іншого, – усвідомлює себе носієм національних цінностей. Тому важливо сприяти вивільненню соціального потенціалу мистецтва та використанню його у розвитку та консолідації українського суспільства. Українські письменники, художники, поети, музиканти, кінорежисери та артисти через мистецькі твори прагнуть донести і до європейської аудиторії, і до російських колег власне бачення важких і болісних проблем, які переживає на даному етапі українська держава. І якраз музеї є тою ланкою яка допомагає творчим і публічним митцям і головне демонструє світові українські досягнення, особливості національного розвитку, труднощі, які виникають у процесі становлення демократичних інститутів, екологічні та демографічні проблеми. Таке аналітичне й критичне осмислення всіх цих проблем і сприяє утвердженню України як демократичної держави та слугує просуванню її на міжнародній арені.

Останні п'ять в різних країнах усе частіше українські музеї з'являються у популярних переліках «етнічних» чи просто цікавих місць для туристів. Так, у 2019 р. Український національний музей у Чикаго (США) було внесено у перелік 200 місць, які варто відвідати під час Дня відкритих дверей – Open House Chicago – безкоштовного публічного фестивалю, який пропонує доступ до понад 350 будівель по всьому місту. Це не єдиний український музей в США.

Український інститут (Ukrainian Institute of America) має садибу в розкішному будинку у одному з найпрестижніших місць Нью-Йорку, на Парк Авеню навпроти Метрополітен музею. Така локація – просто бальзам на кожну патріотичну душу і гарна нагода похвалитися перед неукраїнськими друзями. Тут проводять виставки модерного і сучасного мистецтва, але пропонують також трохи етнографії та історії. Під час відвідин цього музею вражає мультимедійна презентація історії України, грамотно зроблена добірка матеріалів, які підкреслюють важливі для України події, але також відповідають на дражливі питання, що можуть виникнути в іноземців. При вході в інститут розміщено меморіальну дошку Рафалу Лемкіну, який запропонував до вжитку термін «геноцид», зокрема щодо Голодомору.

Але, сьогодні в умовах війни українські музеї за кордоном не можуть виконувати лише функції збереження, інформування і реклами, вони стали тим комунікатором, який в перші місяці війни об'єднував українців, знайомив один з одним, а головне Саме при музеях з'являлись

консультаційні центри для біженців. Така політика українських музеїв за кордоном сприяла і сприяє згуртуванню українського суспільства. Саме в ці складні часи музеї виступили інтегративним чинником для факторів, які творять національну свідомість та самосвідомість особистості. Для цього українські музеї за кордоном почали створювати при музеях різноманітні культурно-мистецькі програми, спрямовані на подолання пострадянських і постколоніальних стереотипів і намагаються коректно продемонструвати світові нашу окремішність і унікальність.

Також почали більш активно співпрацювати з іншими музеями, зокрема продовжили і розширили межі довгострокової програми Українського інституту (яка працює з 2018 року) Мета програми – популяризація української мови у світі та задоволення мовних потреб українців за кордоном. З 2018 року почали створення україномовних аудіогідів у провідних музеях світу. Але до 2022 року кількість музеїв за кордоном які мали україномовні аудіогіди була не величкою.

Польща стала другим домом для більшості українців в продовж останнього року. Звісно це вплинуло на розвиток музейної діяльності цієї країни. Майже всі музеї Польщі сьогодні пропонують аудіоекскурсії українською мовою. Майже в кожному музеї Німеччини можна отримати інформаційний буклет музею українською мовою.

Коли українська звучить в одному з найпрестижніших музеїв світу – це зміцнює міжнародний імідж України та української мови, і робить її однією з популярних європейських мов.

Музейний туризм являє собою специфічний різновид туризму, особливості якого полягають у використанні туристського потенціалу музеїв і територій, які до них прилягають в освітніх, навчальних, інформаційних, виховних, розважальних, популяризаційних (пропагандистських), оздоровчих, екологічних цілях. Українські музеї за кордоном сьогодні змогли акумулювати.

Бібліографічний список:

1. Кускова С., Отземко О. Сучасний український музей: новітні практики. URL: [jvestniksss.donnu.edu.ua › article › download PDF](https://vestniksss.donnu.edu.ua/article/download/PDF) (дата звернення: 20.06.2023).

2. Філіпчук Н. Український і зарубіжний досвід діяльності музейних інституцій: культуротворчі та націзберігаючі засади. URL: <http://lib.iitta.gov.ua/719022/1/%D0%A3%D0%BA%D1%80%D0%B0%D1%97%D0%BD%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%B8%D0%B9%20%D1%96%20%D0%B7%D0%B0%D1%80%D1%83%D0%B1%D1%96%D0%B6%D0%BD%D0%B8%D0%B9%20%D0%B4%D0%BE%D1%81%D0%B2%D1%96%D0%B4%202018.pdf> (дата звернення: 22. 06. 2022).

3. Андрусівич Ю. Діаспора: зміна парадигми. *Тиждень*. 2019. 15 бер. URL: <https://tyzhden.ua/Culture/227733> (дата звернення: 29.06.2022).

4. Рендюк Т. Етнокультурна спадщина зарубіжних українців. URL: http://chtyvo.org.ua/authors/Rendiuk_Teofil/Etnokulturna_spadshchyna_z_arubizhn_ykh_ukraintsiv/ (дата звернення: 22.06.2022).

5. Lapchenko A. History of ecotourism development and its socio-economic potential in Ukraine. *Vectors of competitive development of socio-economic systems: monograph*. Ed. by O. Mandych, T. Pokusa. Academy of Management and Administration in Opole, 2020. Pp. 49-52.

УДК: 330.341

ОСОБЛИВОСТІ ІННОВАЦІЙ В ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ

Лопаткіна В.В., здобувачка вищої освіти*,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

Туризм є однією з найбільш важливих та прибуткових галузей світової економіки. Він швидко та динамічно розвивається. Згідно з Всесвітньою туристичною організацією (ВТО), туризм становить понад 10 % світового валового продукту, 7 % світового експорту і понад 30 % експорту послуг. Крім того, туризм забезпечує більш ніж 7 % інвестицій і 5 % усіх податкових надходжень. Кожне 11-е робоче місце у світі пов'язане з туризмом прямо або опосередковано [3].

Сучасний туризм перетворився на індустрію - складову світової економіки, яка є потужним господарським комплексом національної економіки. Ця галузь функціонує в тісному взаємозв'язку з природним середовищем, економічною системою та суспільством в цілому [2]. У сфері туризму виробляються, реалізуються та споживаються послуги, пов'язані з організацією туристичних подорожей для людей, які перебувають тимчасово поза місцем постійного проживання та не працюють в місці перебування.

Інновації є одним з головних факторів, які сприяють розвитку економіки взагалі і туристичної галузі зокрема. Вони охоплюють нововведення, які допомагають відновлювати та розвивати фізичні та духовні сили туристів, приводять до якісно нових змін у турпродукті, сприяють підвищенню ефективності інфраструктури туризму, кращому управлінню та стійкому розвитку туристичної сфери в країні [4]. Інновації також допомагають підвищувати ефективність процесів

* Науковий керівник – кандидат економічних наук, професор С.О. Зайка

формування, позиціонування та споживання туристичних послуг, впроваджують нові прогресивні методи виробництва та покращують умови праці працівників туристичної індустрії.

Інновацій в індустрії туризму характеризуються певними особливостями, зокрема:

- інновації в туризмі спрямовані на поліпшення обслуговування та задоволення потреб клієнтів, що є ключовим фактором для їх впровадження;

- якість обслуговування є важливим елементом успішної інноваційної діяльності, оскільки існує прямий зв'язок між виробниками та споживачами туристичних послуг;

- у туризмі споживачі беруть участь у процесі надання послуг, тому виробництво та споживання відбуваються одночасно;

- більшість інновацій у туризмі запозичені з інших сфер діяльності та адаптовані до потреб і особливостей туристичної індустрії;

- захист інновацій патентами та ліцензіями є важливою, оскільки незахищені інновації можуть бути скопійовані конкурентами;

- інновації в туризмі зорієнтовані на покращення взаємодії між виробником та споживачем, тому мають нематеріальну складову;

- інновації в туризмі стосуються не лише туристичних компаній, а й інфраструктурних організацій;

- новизна інновацій в туризмі визначається в межах конкретного підприємства, що їх впроваджує, а не у світовому масштабі [1, 2, 4].

Отже, інноваційна діяльність в індустрії туризму спрямована на забезпечення максимального задоволення споживачів, вдосконалення взаємодії з ними та на підвищення якості послуг. Інновації в цій сфері мають сервісний характер та нематеріальну складову, і часто є адаптованими з інших видів діяльності. У процесі впровадження інновацій важливу роль відіграє обслуговуючий персонал, а також споживачі, які залучені до процесу надання послуг. Також важливим фактором є захист інновацій від копіювання конкурентами. Інновації в туризмі стосуються не тільки безпосередньо туристичних компаній, а й інфраструктурних організацій. Новизна інновацій визначається в рамках конкретного підприємства, що їх застосовує.

Бібліографічний список

1. Skudlarski J., Zaika S. O., Gridin O. V. Innovations features in tourism. *Вісник ХНТУСГ: економічні науки*. 2017. Вип. 182. С. 13-23.

2. Zaika S. O., Kharchevnikova L. S. The role of innovations in the development of tourism. *Глобалізація та розвиток інноваційних систем: тенденції, виклики, перспективи*. матеріали І Міжнар. наук.-практ. конф. (3-4 листопада 2022 р.). Держ. біотехнологічний ун-т. Харків, 2022. С. 76-78.

3. Всесвітня туристична організація ((ВТО) United Nations World Tourism Organization; UNWTO). Офіційний сайт. URL: <http://www2.unwto.org/> (дата звернення: 20.03.2023).

4. Грідін О.В., Зайка С.О. Інноваційний розвиток туристичної сфери України: стан, проблеми, перспективи. *Актуальні проблеми та перспективи розвитку агропродовольчої сфери, індустрії гостинності та торгівлі: тези доповідей Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. (2 листопада 2022 р.)* Державний біотехнологічний ун-т. Електронні текстові дані. Харків, 2022. С. 260-261.

5. Туристичні послуги і турсервіс: концепт лекцій для студентів денної та заочної форми навчання / Упорядники: С.М. Калініченко, С.О. Зайка. Харків: ДБТУ, 2023 108 с.

УДК: 338.48

КЛЮЧОВІ АСПЕКТИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ

Лукашик К.С., здобувачка вищої освіти*,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

За останні десятиліття туризм став однією з найважливіших галузей світової економіки, що вносить значний вклад у зростання ВВП та забезпечує розвиток інфраструктури в багатьох країнах. Проте, високий темп зростання туристичного сектора має й негативні наслідки, серед яких можна відзначити знищення природних екосистем, руйнування культурних пам'яток, забруднення довкілля, економічну та соціальну диспропорцію в місцях, де розвивається туризм, а також інші проблеми.

Для розв'язання цих проблем, необхідно впроваджувати принципи сталого розвитку у сфері туризму, який має за мету забезпечити баланс між економічними, соціальними та екологічними аспектами [2]. Це означає, що туризм має розвиватися на основі відповідального використання природних та культурних ресурсів, зменшення відходів та вуглецевого сліду, підвищення культурної та соціальної свідомості серед туристів та місцевого населення, а також забезпечення прав людей, що проживають в туристичних місцях.

Застосування підходів сталого розвитку у туризмі може принести значний позитивний вплив на глобальну економіку та суспільство. Це можливо забезпечити за умови відповідної підтримки з боку уряду,

* Науковий керівник – кандидат економічних наук, професор С.О. Зайка

бізнесу та громадських організацій, які повинні сприяти впровадженню сталого туризму в практику та забезпеченню його ефективного використання. Для цього необхідно використовувати інструменти, такі як сертифікація сталого туризму, екологічні стандарти, розвиток екотуризму та інші підходи, які дозволять забезпечити збалансований розвиток туризму.

Особливу увагу необхідно приділити збереженню природних екосистем та культурної спадщини. Для цього важливо проводити моніторинг впливу туризму на довкілля та культурні пам'ятки, розробляти та впроваджувати плани збереження та відновлення природних ресурсів та культурної спадщини, популяризувати та зберігати традиції місцевого населення, що забезпечить збереження історичної та культурної спадщини для наступних поколінь.

Крім того, для забезпечення сталого розвитку туризму важливо враховувати соціальні наслідки розвитку галузі. Необхідно створювати умови для розвитку місцевого бізнесу, забезпечення трудових прав та соціальної захищеності працівників галузі, підвищення рівня освіти та культурної свідомості в місцях з високим рівнем туризму.

Генеральна Асамблея ООН ухвалила програму сталого розвитку до 2030 року, яка містить цілі сталого розвитку, які спрямовані на боротьбу з бідністю та голодом, забезпечення якісної освіти та міцного здоров'я, рівності статей та покращення якості життя людей, а також на захист довкілля та наших ресурсів. Усі ці цілі відображають важливі аспекти розвитку, що віддзеркалюють потребу балансу між задоволенням потреб сучасного світу та збереженням природних ресурсів та інтересів майбутніх поколінь [1].

Наприклад, одна з цілей сталого розвитку полягає в тому, щоб забезпечити якісну освіту. Це означає, у кожного має бути можливість отримати освіту, яка допоможе йому розкрити свій потенціал і реалізувати свої мрії. Це може допомогти зменшити бідність та підвищити рівень життя людей. Інша ціль сталого розвитку полягає в тому, щоб забезпечити доступну та чисту енергію, що допоможе зменшити забруднення довкілля та використовувати природні ресурси більш раціонально. Також важливо зберігати морські ресурси та захищати і відновлювати екосистеми суші, щоб зберегти біорізноманіття та довкілля.

Узагалі, ці цілі сталого розвитку відображають важливість розумного та збалансованого підходу до розвитку суспільства, який враховує потреби та інтереси людей [2]. Вони визначають глобальні виклики, які вимагають суворих заходів для забезпечення благополуччя

людей і планети. Ці цілі мають на меті створення балансу між економічним розвитком, соціальними показниками та захистом довкілля. При цьому, важливо забезпечити участь всіх країн світу в цих процесах та забезпечити, щоб кожна країна відповідно до своїх можливостей присєдналась до досягнення цих цілей.

Отже, виконання цих цілей може забезпечити сталий розвиток, який враховує потреби сьогодення. Крім того, виконання цілей сталого розвитку потребує співпраці та партнерства між країнами, громадським сектором, бізнесом та іншими зацікавленими сторонами. Це вимагає створення ефективних механізмів співпраці та координації дій, які забезпечать здійснення зазначених цілей. Однак, у багатьох країнах існують значні виклики та перешкоди для досягнення цілей сталого розвитку, включаючи відсутність фінансування, відсутність відповідних законів та політичної волі, недостатній розвиток інфраструктури, корупцію та інші фактори.

Тому, для досягнення цілей сталого розвитку потрібна глобальна співпраця та взаємодія між усіма сторонами, які мають інтерес в сталому розвитку. Важливо також забезпечити участь всіх груп населення в цьому процесі, включаючи молодь, жінок, інвалідів та інші уразливі групи, які часто стикаються з дискримінацією та соціальним виключенням.

Усі ми маємо відповідальність перед майбутніми поколіннями та перед нашою планетою. Досягнення цілей сталого розвитку є важливим кроком в напрямку збереження природних ресурсів для майбутніх поколінь.

Туризм сприяє сталому розвитку на економічному, соціальному та екологічному рівнях [3-5]. Він забезпечує робочі місця та доходи для місцевих жителів, підтримує збереження культурної та природної спадщини та сприяє збалансованому розвитку місцевих громад. Таким чином, туризм є ключовим елементом сталого розвитку, оскільки дозволяє досягти економічних, соціальних та екологічних цілей одночасно. При цьому розвиток туризму повинен відбуватись з дотриманням принципів сталого розвитку, щоб забезпечити майбутнім поколінням доступ до надійних та стійких ресурсів, які вони заслуговують.

У стратегії розвитку туризму та курортів України до 2026 року, великий акцент приділяється розвитку курортів, рекреації, лікувально-оздоровчого та медичного туризму. Україна має великий потенціал природних лікувальних ресурсів, але на даний час, їх потенціал не використовується в повній мірі. Для досягнення цілей державної

політики в галузі туризму та курортів, необхідно створити комплексні умови для розвитку туризму та курортів в Україні, забезпечити сталий розвиток, залучити інвестиції та створити нові робочі місця. Окрім того, необхідно розробити раціональну транспортну інфраструктуру регіонів, раціонально використовувати природні ресурси та забезпечити охорону навколишнього середовища, що допоможе наповнити бюджети на всіх рівнях та прискорити економічне зростання країни [2].

Отже, за останні роки туризм став однією з найбільш прибуткових і швидко зростаючих галузей в світі. Україна має значний потенціал для розвитку туризму, зокрема курортів, рекреації, лікувально-оздоровчого та медичного туризму. Проте, цей потенціал залишається недорозвиненим через відсутність системного та комплексного підходу до розвитку туризму, а також недостатній рівень інфраструктури та ресурсів. Розвиток туризму може бути важливим напрямком для прискорення економічного зростання країни, залучення інвестицій, забезпечення зайнятості, покращення транспортної інфраструктури та охорони навколишнього середовища. При цьому розвиток туризму має бути підпорядкований принципам сталого розвитку, збереженню природних ресурсів та підвищенню якості життя місцевих громад.

Бібліографічний список:

1. United Nations (2015) Transforming our world: the 2030 agenda for sustainable development. 41 p. URL: [sustainabledevelopment.un.org A/RES/70/1](https://sustainabledevelopment.un.org/A/RES/70/1)
2. Zaika S.O. Main factors of sustainable enterprise development. *Актуальні проблеми та перспективи розвитку обліку, аналізу та контролю в соціально-орієнтованій системі управління підприємством*: Матеріали V Всеукраїнської науково-практичної конференції. (м. Полтава, 14-15 квітня 2022 р.). 2022. С. 579-581.
3. Zaika S. O., Kharchevnikova L. S. The role of innovations in the development of tourism. *Глобалізація та розвиток інноваційних систем: тенденції, виклики, перспективи*. матеріали I Міжнар. наук.-практ. конф. (3-4 листопада 2022 р.) Держ. біотехнологічний ун-т. Харків, 2022. С. 76-78.
4. Zaika S. O., Shabinskyu O. V. Analysis peculiarities of travel agencies activities. *Актуальні проблеми інноваційної економіки*. 2017. Вип. 3. С. 5-15.
5. Грідін О.В., Заїка С.О. Інноваційний розвиток туристичної сфери України: стан, проблеми, перспективи. *Актуальні проблеми та перспективи розвитку агропродовольчої сфери, індустрії гостинності та торгівлі*: тези доповідей Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. (2 листопада 2022 р.). Державний біотехнологічний ун-т. Електронні текстові дані. Харків, 2022. С. 260-261.

ХАРАКТЕРИСТИКА ПОНЯТТЯ «ДИТЯЧИЙ ТУРИЗМ»

Мерчанський В.В., кандидат економічних наук, доцент,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-2870-5902>

Богуненко А.Г., здобувач вищої освіти,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

Дитячий туризм є одним із популярних напрямів в туризмі, який зосереджується на відпочинку та розвитку дітей. Цей вид туризму має свої особливості та вимоги, які повинні враховуватись при плануванні та організації дитячих таборів, екскурсій та інших подібних заходів. Дитячий туризм може мати значний вплив на розвиток дитячої особистості та створювати сприятливі умови для здобуття нових знань та навичок.

Актуальним питанням у дослідженні розвитку дитячого туризму є визначення поняття «дитячий туризм» та розкриття особливостей цього виду туризму. Для багатьох людей дитячий туризм асоціюється з простим відпочинком дітей у таборах, однак насправді це значно більш широке поняття, яке охоплює різноманітні форми і напрямки туризму для дітей, від пригодницьких походів до культурних турів. Розвиток дитячого туризму має велике значення для формування інтересів та культурного розвитку дітей, а також для розвитку туристичної галузі в цілому. Вивченню питань термінології присвячено праці таких науковців, як М. Вачевський, О.В. Колотуха, Л.В. Мальцева, М.М. Мельнічук та В.О. Зейко, О.О. Остапеч та ін. На сьогодні серед науковців ще тривають дискусії щодо трактування поняття «дитячий туризм».

Л.В. Мальцева [1], досліджуючи поняттєвий апарат сфери туризму, визначає дитячий туризм як туристичну діяльність школярів, що виходить за рамки навчальних програм, та яка організовується школою або позашкільними туристичними установами з метою забезпечення доцільного використання їх позаурочного часу.

М.М. Мельнічук та В.О. Зейко визначають, що «дитячий туризм – це організовані рекреаційні заходи для осіб до 18 років поза межами їхнього постійного місця проживання та навчання, пов'язані із

використанням позаурочного часу для оздоровчої, виховної, культурно-пізнавальної, краєзнавчої та спортивної діяльності» [2]. Дослідники звертають увагу на те, що це системні заходи, що пов'язані з певною пізнавально-виховною діяльністю та поза постійним місцем проживанням та навчанням дітей.

На думку М. Вачевського дитячий туризм – це «організована подорож групи дітей шкільного віку (від 7 до 17 років) у супроводі керівника» [3].

О.В. Колотуха трактує дитячо-юнацький туризм як «рекреаційну діяльність дітей та юнацтва, спрямовану на задоволення оздоровчих, спортивних та пізнавальних потреб особистості поза місцем постійного проживання й навчання» [4].

О.О. Остапець дає наступне визначення поняттю «дитячий туризм»: «...це засіб гармонійного розвитку підлітків, який реалізується у формі відпочинку та суспільно корисної діяльності» [5]. Таке трактування підкреслює те, що дитячий туризм включає всі аспекти виховання, дослідження та оздоровлення

Неоднозначність тлумачення поняття «дитячий туризм» обумовлена різними віковими групами дітей, різними формами та видами організації подорожей, їх цілями та специфікою підходу до організації туру. Відсутність однозначного визначення дитячого туризму ускладнює розробку програм і проектів в цій галузі, а також порівняння результатів досліджень.

Бібліографічний список:

1. Мальцева Л.В. Понятійний апарат як базовий компонент теоретичної підготовки фахівців сфери туризму. *Вісник Луганського національного університету ім. Тараса Шевченка. Серія: Педагогічні науки.* 2009. № 10(173). С. 34-38.
2. Мельничук М.М., Зейко В.О. Молодіжний та дитячий туризм: сутність та класифікація за віком. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія: Геологія. Географія. Екологія.* 2016. Вип. 44. С. 118-122.
3. Вачевський М. Рекреаційні можливості Трускавецько-Східницького регіону. *Український бальнеологічний журнал.* 2000. № 4. С.101-106.
4. Колотуха О.В. Дитячо-юнацький туризм в Україні як територіальна соціально-економічна система: проблеми та перспективи розвитку: дис. ... канд. геогр. наук : 11.00.02; Ін-т географії НАН України. Київ, 2004. 257 с.
5. Остапець А.А. Педагогика туристско-краеведческой работы в школе М.: Педагогика, 1985. 104 с.

СУЧАСНИЙ СТАН ТА РОЗВИТОК ІНСЕНТИВ-ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Нестеренко Б.С., здобувач вищої освіти*,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

Інсентив-туризм – одна із складових частин МІСЕ (meetings, incentives, conferences, events) туризму, він з'явився ще в середині минулого століття у США [1].

Інсентив-туризм – це глобальний мультикультурний інструмент управління, який за належним використанням може підвищити ефективність бізнесу. Інсентив-туризм успішно використовується багатьма підприємствами для формування підтримки згуртованих команд, мотивації співробітників і, відповідно, підвищення їх продуктивності та якості роботи. Зокрема, заходи МІСЕ включають обслуговування комерційної діяльності компаній (просування товарів і послуг, обмін досвідом, підготовка контрактів тощо).

Наразі Європа займає лідируючі позиції за кількістю ділових візитів з усього світу, витрачаючи та отримуючи найбільше коштів від цього сектора туризму. Найпопулярнішими є відрядження на різноманітні виставки та конференції. Найбільш поширені ділові поїздки Європейських країнах, зокрема: Німеччині, Франції, Голландії, Великій Британії, Швеції, Швейцарії. Практика показала, що інсентив-тури є найбільш стимулюючими для роботи. У Великій Британії підприємства на них відводять дві п'ятих загальних витрат на оплату праці працівників, а у Франції та Німеччині – майже половину. Інсентив-тури коштують від 500 до 1500 доларів США, і тривають 2-7 днів [4].

В організації подорожей беруть участь наступні види підприємств: сервісні виробничі компанії; посередницькі підприємства, що надають комерційні послуги; компанії в інших сферах діяльності, що надають супутні послуги. До них відносяться аеропорти, портові споруди, системи доріг, телекомунікації, а також споруди водопостачання.

Щороку в всьому світі відбувається понад 160 мільйонів ділових поїздок без урахування пасажиропотоку внутрішніх ділових

* Науковий керівник – кандидат економічних наук, професор С.О. Зайка

подорожей. На діловий туризм припадає близько 13 % загального пасажиропотоку, а 50 % доходів від авіації та 60 % доходів готелів формуються за рахунок обслуговування цієї категорії туристів. У сучасній структурі міжнародних ділових подорожей переважають класичні ділові подорожі та корпоративні зустрічі (на них припадає 70 % усіх ділових подорожей). Частка учасників конференцій перевищує 15 %, а частка учасників виставок і експозицій – 11 %. Приблизно 3-4 % подорожей – це інсентив-поїздки [3, 5].

Індивідуальний підхід до окремого клієнта став ключовим аспектом традиційних подорожей. МІСЕ-туристи також цінують послуги, досвід, готелі чи заходи, які спеціально розроблені для них. Для цього постачальники послуг повинні постійно дізнаватися про інтереси своїх учасників. Це має бути частиною кожного аспекту життя, від того, що їдять, до діяльності, в якій беруть участь.

Важливо справити унікальне враження. Пріоритетом бізнес-мандрівника є відвідування зустрічей і конференцій, але вони також залишаються в місті і, швидше за все, відвідують місто вперше. Ось чому важливо пропонувати щось унікальне для кожного перебування.

Треба забезпечити їм не лише заняття, яке їм подобається, але й відчуття «свіжості» в кінці подорожі. У цьому сенсі бізнес-мандрівники бачать не лише відрядження, а й фізичну та емоційну відпустку. Непоганим розвитком є впровадження туристичних карт для гостей міста, встановлення карт на вулицях, вивіски з інформацією про визначні пам'ятки, і додавання QR-кодів до об'єктів туристичного маршруту, створення екскурсійних турів для туристів, 3D маршрутів [2, 4].

На наш погляд, розвиток інсентив-туризму в Україні має надзвичайно серйозну перспективу, але у порівнянні з іншими країнами Європи, має низьку проблем, зокрема:

- недостатня кількість регіональних міжнародних аеропортів;
- нерівномірність розвитку ділового туризму серед різних регіонів;
- невідповідність якості обслуговування міжнародних клієнтів світовим стандартам;
- неналежне транспортне сполучення;
- відсутність сучасної, потужної інфраструктури для організації різноманітних заходів як у великих містах, так й в регіонах;
- впровадження та визначення пріоритетів інвестиційної політики (пошук джерел фінансування; підвищення рівня інвестиційної привабливості та впровадження податкового стимулювання);

– встановлення ділових контактів з іноземними партнерами з ділового туризму (вивчення досвіду розробки нових програм проведення заходів).

Використання інсентив-туризму в Україні є ще дуже далеким від свого максимуму і має великий потенціал для розвитку, але найбільший успіх отримають ті суб'єкти туристичної діяльності, які першими зрозуміють його важливість і першими розпочнуть реальні кроки щодо його реалізації.

Діловий туризм відіграє дуже важливу роль. Розвиток національної економіки та інтеграція її в світовий ринок також немислимі без розвитку сфери ділового туризму. Ділова комунікація, обмін технологіями і інформацією, пошук нових ринків, пошук партнерів для інвестицій і спільних проєктів, просування компаній через PR-акції, навчання персоналу та впровадження корпоративної культури – це все діловий туризм.

Отже, для розвитку ділового туризму в Україні стимулюючими чинниками будуть науково-технічний прогрес, стабільна економіка, інтенсивний розвиток транспорту, розвиток Інтернет-технологій, стабільне політичне середовище, покращення добробуту людей, підвищення рівня інтелектуального розвитку та культурної грамотності населення, розвиток готельних послуг та індустрії розваг, розширення туристичної зони, збільшення промислових кластерів.

Бібліографічний список

1. Zaika S.O. Business tourism industry: evolution and principles of organization. *Modern Issues of Physical Education, Sports, Tourism-Local History, and Physical Culture, and Recreation Work*. Monograph. Scientific editors: Nataliia Khlus and Tadeusz Pokusa. Opole: The Academy of Applied Sciences – Academy of Management and Administration in Opole, 2023. P. 5-45.

2. Грідін О.В., Заїка С.О. Інноваційний розвиток туристичної сфери України: стан, проблеми, перспективи. *Актуальні проблеми та перспективи розвитку агропродовольчої сфери, індустрії гостинності та торгівлі: тези доповідей Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. (2 листопада 2022 р.)*. Державний біотехнологічний ун-т. Електронні текстові дані. Харків, 2022. С. 260-261.

3. Титова Н.В. Діловий туризм в Україні: основні проблеми розвитку та шляхи їх вирішення. *Економіка і менеджмент культури*. 2023.

4. Мальська М.П., Худо В.В., Цибух В.І. Основи туристичного бізнесу: навчальний посібник. К.: Центр літератури, 2004.

5. Офіційний веб-сайт Міністерства економічного розвитку і торгівлі України. URL: <http://me.gov.ua/>

РОЗВИТОК ТУРИЗМУ ЯК ДРАЙВЕР ПІДВИЩЕННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ БЕЗПЕКИ

Обельчак А.В., магістрантка,
Криворізький національний університет, м. Кривий Ріг, Україна
Міщук Є.В., кандидат економічних наук, доцент,
Криворізький національний університет, м. Кривий Ріг, Україна
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-4145-3711>

Розвиток туризму в Україні можна умовно розділити на три етапи: допандемійний (мається на увазі COVID-19), післяковідний або довосенний та теперішній – під час війни.

Після початку пандемії COVID-19 туризм в Україні почав відновлюватися. Як і в більшості країн світу він залежав від ситуації зі здоров'ям, введених обмежень та інших факторів, що впливали на подорожі. Уряд України вживав заходів для забезпечення безпеки туристів, просував вітчизняний туризм та сприяв розвитку інфраструктури для туризму. Крім того, багато українців переходили на вітчизняні подорожі через обмеження в подорожах за кордон [1].

Під час війни туризм, зазвичай, сильно зменшується або повністю зупиняється. Війна створює безпекові ризики для туристів, що призводить до зменшення попиту на туристичні послуги. При цьому, зони бойових дій, зазвичай, закриваються для туристів і є обмеження на переміщення, що робить неможливим або дуже складним здійснення подорожей. Крім того, під час війни відбулося зниження рівня життя населення, що вплинуло на загальний стан інфраструктури та туристичних об'єктів. Це призвело до того, що туристичні послуги стали менш доступними та менш якісними. Слід відмітити, що зменшується інтерес до подорожей з моральних та етичних міркувань. Багато людей вважають, що подорожувати під час війни неправильно з моральної точки зору. Отже, війна впливає на туризм, роблячи його менш безпечним, менш доступним та менш привабливим для туристів. Водночас, він може створювати потенційні загрози для безпеки країни. Одна з найбільших загроз пов'язаних з туризмом – це тероризм і злочинність. Туристичні об'єкти, такі як музеї, пам'ятники, готелі та інші туристичні атракції можуть бути цілями терористичних атак. Тому важливо забезпечити належний рівень

безпеки на туристичних майданчиках, включаючи посилення безпекових заходів та підвищення рівня свідомості серед туристів щодо потенційних загроз.

Однак разом із цим, розвиток туристичної сфери може мати значний вплив на національну безпеку країни. Туризм може стимулювати економічний розвиток, привертати іноземних інвесторів та забезпечувати нові робочі місця. Крім того, туризм може мати вплив на національну безпеку через вплив на культурну і соціальну структуру країни. Наприклад, масовий туризм може привести до знищення культурних пам'яток та традицій. Тому важливо зберігати та захищати культурну спадщину країни, використовуючи сталі заходи з управління туризмом. Добре розвинутий туризм може вплинути на економічну безпеку країни через забезпечення додаткового потоку валютних коштів та підвищення ступеня зайнятості, що може забезпечувати більш стабільну економіку та зменшувати ризики економічної нестабільності [2].

Відтак, для забезпечення національної безпеки країни важливо розвивати туризм з урахуванням потенційних загроз та ризиків, які він може створювати. При цьому, важливо також враховувати геополітичну ситуацію та взаємодію з іншими країнами. Туризм може бути важливим інструментом з укріплення міжнародних відносин та співпраці, але також може мати негативний вплив на безпеку країни в разі неправильної організації та контролю [3].

Отже, розвиток туристичної сфери повинен бути забезпечений належним рівнем безпеки, збереженням культурної спадщини та сталим економічним розвитком, що допоможе забезпечити національну безпеку країни та сприятиме її інтеграції в глобальну спільноту.

Бібліографічний список:

1. Домбровська С.М., Помаза-Пономаренко А.А., Рибальченко Н.П. *Туризм і право на нього в контексті гарантування безпеки* : монографія. Харків: «Діса плюс», 2022. 272 с.

2. Рибальченко Н.П. Основні тенденції розвитку туристичної галузі України. *Туристичний та готельно-ресторанний бізнес в Україні: проблеми розвитку та регулювання*: матеріали X Міжнародної науково-практичної конференції (м. Черкаси, 21-23 березня 2019 р.), 2019. Черкаси. С. 40-42.

3. Пархоменко-Кутцевіч О.І. *Формування та розвиток сучасних антикорупційних органів державної влади як основа запобігання та подолання корупції: теоретико-методологічний аналіз*: монографія. Київ: Персонал, 2019. 307 с.

ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ І ПРОВЕДЕННЯ НАУКОВИХ ДІЛОВИХ ЗАХОДІВ

Резніков Я., здобувач вищої освіти*,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

Навчальні, наукові і ділові заходи є важливим елементом розвитку суспільства, тому їх організація та проведення вимагає певної кваліфікації та підготовки.

Організація наукових ділових заходів починається з визначення їх мети та цілей [5]. Мета може бути різною: від збільшення обсягу знань про конкретну проблему до залучення інвесторів для фінансування наукових проєктів. Однак незалежно від мети, що призвела до організації заходу, необхідно визначити конкретні цілі, які потрібно досягти.

Однією з основних особливостей організації наукових ділових заходів є їх цільове спрямування [1]. Наукові ділові заходи можуть бути спрямовані на вирішення конкретних наукових проблем або розгляду питань з певної наукової галузі. Тому важливо визначити цілі та завдання заходу заздалегідь та скерувати всі зусилля на їх досягнення.

Після визначення мети та цілей, організаторам потрібно підготувати детальний план дій, включаючи визначення формату заходу, програми, дати та місця проведення, а також бюджету.

Іншою важливою особливістю організації наукових ділових заходів є підготовка до них. Наукові ділові заходи мають бути сплановані заздалегідь, а організатори повинні враховувати різні фактори, такі як розмір та склад аудиторії, тему та специфіку заходу, наявність необхідного обладнання та матеріалів. Крім того, слід забезпечити комфортне середовище для учасників, зокрема, забезпечити достатню кількість місць, світло, вентиляцію та забезпечити достатній рівень зручності [2-4].

Також важливо враховувати різні формати проведення наукових ділових заходів. Наприклад, симпозіуми, конференції, семінари та круглі столи мають свої особливості та вимагають різного підходу до організації та проведення. Симпозіуми, як правило, складаються з послідовного виступу кількох доповідачів, кожен з яких презентує свої наукові дослідження та результати. Конференції можуть мати більш вільний формат, включаючи презентації доповідей, обговорення

* Науковий керівник – кандидат економічних наук, професор С.О. Зайка

наукових питань та панельні дискусії. Семінари, зазвичай, мають більш інтерактивний формат, включаючи обговорення наукових питань та взаємодію між учасниками. Круглі столи, в основному, обговорюють одну тему з різних поглядів та підходів [1].

Крім того, наукові ділові заходи мають бути добре модерованими та мають мати належний рівень взаємодії між учасниками. Модератор має забезпечити взаємодію між доповідачами та учасниками, дозволяючи їм висловлювати свої думки та обговорювати питання. Крім того, важливо забезпечити можливість учасникам задавати запитання та висловлювати свої думки щодо презентацій та доповідей.

Не менш важливою є публікація наукових результатів, отриманих на діловому заході. Це може бути забезпечено шляхом публікації матеріалів конференції або публікації результатів досліджень у наукових журналах.

Отже, наукові ділові заходи мають свої особливості, що пов'язано з їх цільовим спрямуванням, форматом проведення, підготовкою та організацією. Добре організований та проведений науковий діловий захід може відігравати важливу роль у розвитку науки та сприяти науковим дослідженням та інноваціям.

Одним з головних аспектів успішного проведення наукового ділового заходу є планування та організація. Важливо визначити мету заходу, обрати формат проведення та визначити потрібний рівень участі та співпраці з іншими учасниками. Також важливо забезпечити належний рівень зв'язку та взаємодії між учасниками, включаючи можливості для обговорення та обміну ідеями.

Крім того, важливо забезпечити належний рівень звітування та оцінки результатів наукового ділового заходу. Для цього можуть бути використані різноманітні інструменти, такі як опитування учасників, оцінка презентацій та доповідей, аналіз обговорень та дискусій [1]. Це дозволяє оцінити ефективність заходу та знайти способи для його покращення в майбутньому.

Також важливо мати чітку програму та розклад заходу, щоб учасники мали можливість відвідати ті доповіді та презентації, які для них найбільш цікаві. Крім того, важливо забезпечити належний рівень комунікації та взаємодії між учасниками, наприклад, за допомогою кавових перерв, обідів та інших соціальних заходів.

Загалом, успішна організація та проведення наукових ділових заходів вимагає належного планування, підготовки та координації, а також взаємодії між усіма учасниками. Такі заходи дозволяють науковцям та дослідникам обмінюватися ідеями, представляти свої дослідження та розвивати науку в цілому.

Бібліографічний список:

1. Zaika S.O. Business tourism industry: evolution and principles of organization. *Modern Issues of Physical Education, Sports, Tourism-Local History, and Physical Culture, and Recreation Work*. Monograph. Scientific editors: Nataliia Khlus and Tadeusz Pokusa. Opole: The Academy of Applied Sciences – Academy of Management and Administration in Opole, 2023. P. 5-45.
2. Zaika S. O., Kharchevnikova L. S. Features of analysis of competitiveness of tourism industry subjects. *Трансформаційні зміни національної економіки в умовах сервіїнтеграції*: збірник тез VI Всеукраїнської науково-практичної конференції. Дубляни, 2022. С. 36-39.
3. Zaika S. O., Kharchevnikova L. S. The role of innovations in the development of tourism. *Глобалізація та розвиток інноваційних систем: тенденції, виклики, перспективи*. матеріали I Міжнар. наук.-практ. конф. (3-4 листопада 2022 р.). Держ. біотехнологічний ун-т. Харків, 2022. С. 76-78.
4. Гарас І.О., Гарас О.М. Сучасний стан розвитку ділового туризму в туристичних регіонах світу. *Причорноморські економічні студії*. 2017. № 23. С. 6-10.
5. Юрченко С.А., Юрченко Е.Е. Особливості розвитку ділового туризму на сучасному етапі. *Вісник ХНУ ім. В.Н. Каразіна. Серія: Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм*. 2016. № 5. С. 171-175.

УДК: 338.48

ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ У СФЕРІ ТУРИЗМУ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННІЙ СПРАВІ

Сербіненко М., здобувач вищої освіти*,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

У сучасному світі туризм та готельно-ресторанна справа є важливими елементами економіки багатьох країн, що сприяє розвитку міжнародних відносин та зміцненню культурного спілкування між людьми з різних країн світу. Проте, для забезпечення сталого розвитку цих галузей необхідно впроваджувати інноваційні підходи та технології, що відповідають потребам сучасного споживача [1-3].

Одним з головних інноваційних підходів в сфері туризму є використання Інтернет-технологій [2]. Сьогодні практично кожен турист користується мобільними пристроями та Інтернетом для планування подорожі, бронювання готелів та квитків на транспорт. Одним з найбільш важливих інструментів є онлайн-бронювання, що

* Науковий керівник – кандидат економічних наук, професор С.О. Зайка

дозволяє забронювати готельні номери та квитки на транспорт безпосередньо через Інтернет. Також існують спеціальні додатки та сайти, що допомагають планувати маршрути та знаходити цікаві місця для відвідування.

Ще одним інноваційним підходом є використання штучного інтелекту в готельно-ресторанній справі. Наприклад, можливість замовлення їжі через месенджери або відеодзвінок, автоматичне розпізнавання голосу для замовлення їжі та номерів, використання роботів-офіціантів та роботів-кухарів.

Також важливим інноваційним підходом є створення екологічно чистих готелів та ресторанів. Такі заклади використовують енергоефективні технології, відновлювану енергію та зменшують викиди шкідливих речовин в атмосферу. Це сприяє зменшенню негативного впливу на довкілля та забезпеченню сталого розвитку галузі.

Інноваційним підходом також є використання персоналізованого підходу до клієнтів. Готелі та ресторани можуть використовувати дані про клієнтів, щоб пропонувати індивідуальні послуги та створювати персоналізовані пропозиції. Наприклад, готель може пропонувати клієнтові номер з певними зручностями або ресторан може рекомендувати страви на основі попереднього замовлення.

Іншим інноваційним підходом є використання віртуальної та доповненої реальності в туризмі. Це дозволяє туристам досліджувати нові місця та визначати маршрути, не виходячи з дому, а також відчувати більш реалістичний досвід під час відвідування культурних та історичних пам'яток.

Інноваційні підходи в сфері туризму та готельно-ресторанної справи є ключовим елементом сталого розвитку галузі. Вони дозволяють забезпечити більш комфортний та персоналізований досвід для клієнтів, зменшити негативний вплив на довкілля та забезпечити більш ефективне використання ресурсів. Важливо продовжувати впроваджувати нові технології та інноваційні рішення для досягнення цих цілей та забезпечення сталого розвитку галузі туризму та готельно-ресторанного бізнесу [3].

Проте, важливо зазначити, що впровадження інноваційних підходів повинно відбуватись з урахуванням особливостей галузі та потреб клієнтів. Наприклад, в туристичних місцях з великою кількістю туристів може бути корисно використання автоматизованих систем для швидкого оформлення документів та зменшення черг, тоді як у малих готелях більш важливою може бути персоналізована увага до кожного гостя.

Отже, інноваційні підходи є необхідною складовою успішного розвитку сфери туризму та готельно-ресторанного бізнесу. Вони дозволяють забезпечити більш ефективне використання ресурсів, підвищити якість послуг та зменшити негативний вплив на довкілля. Важливо продовжувати впроваджувати нові технології та інноваційні рішення з урахуванням потреб клієнтів та особливостей галузі. Тільки таким чином можна забезпечити сталий розвиток туристичної та готельно-ресторанної галузі на довгі роки.

Бібліографічний список

1. Zaika S.O., Kharchevnikova L.S. The role of innovations in the development of tourism. *Глобалізація та розвиток інноваційних систем: тенденції, виклики, перспективи*. матеріали I Міжнар. наук.-практ. конф. (3-4 листопада 2022 р.). Держ. біотехнологічний ун-т. Харків, 2022. С. 76-78.

2. Zaika S.O., Skudlarski J., Gridin O.V. Innovations features in tourism. *Вісник ХНТУСТ: економічні науки*. 2017. Вип. 182. С. 13-23.

3. Грідін О.В., Заїка С.О. Інноваційний розвиток туристичної сфери України: стан, проблеми, перспективи. *Актуальні проблеми та перспективи розвитку агропродовольчої сфери, індустрії гостинності та торгівлі: тези доповідей Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. (2 листопада 2022 р.). Державний біотехнологічний ун-т. Електронні текстові дані*. Харків, 2022. С. 260-261.

УДК: 338

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ТА ПРІОРИТЕТНІ НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ ОРГАНІЗАЦІЙ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ В СУЧАСНИХ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ УМОВАХ

Тарасюк А.В., кандидат економічних наук, доцент,
Херсонський національний технічний університет, м. Херсон, Україна
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-7765-502X>

Верін О.Є., здобувач вищої освіти,
Херсонський національний технічний університет, м. Херсон, Україна

Туристична сфера – це важлива складова економіки багатьох країн, що забезпечує не лише дохід держави, але й сприяє розвитку інфраструктури, збільшенню зайнятості та підвищенню рівня життя

населення. Однак, сьогодні туризм стикається з багатьма проблемами, які потребують розв'язання, а також зміни стратегії розвитку для відповіді на виклики сучасності.

Одна з найбільш актуальних проблем розвитку туристичної сфери – це екологічна складова. Зростання потоку туристів призводить до забруднення довкілля та знищення природних ресурсів. Тому, організації туристичної сфери повинні спрямувати свої зусилля на зменшення негативного впливу туризму на природне середовище, забезпечення відновлення та збереження екосистем. Важливим напрямком вирішення екологічних проблем є розвиток екологічно-свідомого туризму. Зараз все більше туристів шукають можливість відвідати екологічно чисті регіони та готелі, які дбають про навколишнє середовище. Розвиток такого туризму може допомогти зменшити негативний вплив на довкілля та збільшити зацікавленість у збереженні навколишнього середовища.

Ще одним важливим напрямом удосконалення роботи організацій туристичної сфери є соціальна відповідальність, забезпечення справедливої оплати праці та створення сприятливих умов для місцевого населення (оскільки розвиток туризму, використовуючи місцеві ресурси та приваблюючи робочу силу за дешевою ціною, часто сприяє погіршенню якості життя місцевого населення та зростанню соціальної напруги). Цікаве вирішення цієї проблеми пропонує розвиток сільського туризму. Він може допомогти збільшити доходи місцевого населення, залучити туристів в сільські регіони.

Не менш нагального вирішення потребують культурні проблеми. Часто розвиваючись туризм негативно впливає на культурну спадщину та традиції місцевого населення. Зокрема, це може виявлятися в експлуатації традиційної культури для залучення туристів, що призводить до її комерціалізації та втрати своєї оригінальності. Тому, важливим напрямком розвитку туристичної сфери є забезпечення збереження культурної спадщини та традицій місцевого населення, що сприятиме збереженню унікального духу місцевих громад та приверненню туристів, які шукають оригінальні та незвичайні враження. Ефективним напрямом розвитку туризму є досвід збільшення кількості туристичних подій та фестивалів, що сприяє залученню нових туристів, збільшенню доходу місцевого населення та привертає увагу до культурних та історичних цінностей регіону.

Пріоритетним напрямком розвитку туристичної сфери в Україні є впровадження інноваційних технологій. Розвиток сучасних технологій, таких як штучний інтелект, віртуальна реальність, блокчейн та інші, можуть допомогти вирішувати проблеми туризму, забезпечити більш якісний сервіс та розширити можливості для туристів

Запорукою ефективного розвитку туристичної сфери, є розповсюдження інформації в інтернеті та соціальних мережах, розвиток онлайн-маркетингу та електронної комерції, що дозволить залучати нових клієнтів та покращувати якість послуг.

Усі ці напрямки мають великий потенціал для розвитку туристичної сфери України в сучасних соціально-економічних умовах. Для успішного розвитку туризму, необхідно дотримуватися принципів екологічної та соціальної відповідальності, забезпечувати високу якість обслуговування та зберігати культурну спадщину.

Отже, розвиток туристичної індустрії являється важливою складовою розвитку національної економіки України.

Розвиток туризму забезпечує позитивний вплив на економіку та розвиток регіонів, за умови урахування екологічних, соціальних та культурних аспектів.

Бібліографічний список:

1. Левчук І., Деркач О. Актуальні проблеми туризму в Україні та шляхи їх вирішення. *Науковий вісник Миколаївського національного університету імені В.О. Сухомлинського*. 2018. Т. 1, № 1. С. 45-49. URL: <https://visnyk.mnau.edu.ua/index.php/sukh/article/view/128>

2. Мандрик В. Актуальні проблеми туристичної галузі та шляхи їх вирішення в Україні. *Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України. Серія: Туризм*. 2017. Вип. 30. С. 32-38. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/nv_nubip_T_2017_30_7

3. Проскуракова Н., Косачов В. Сучасні тенденції туристичної галузі в Україні. *Економічний аналіз*. 2019. С. 53-61. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecan_2019_28_1_9

4. Іванова Н., Янович І. Маркетингові аспекти розвитку туристичної галузі в Україні. *Науковий вісник Кам'янець-Подільського національного університету. Серія: Економічні науки*. 2018. Вип. 1. С. 72-75. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvkpne_2018_1_16

СПЕЦИФІЧНІ ВЛАСТИВОСТІ ТА ОСОБЛИВОСТІ РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ

Ткаченко С.Ю., здобувачка*,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

Туризм, у багатьох країнах світового співтовариства, став останнім часом однією із найбільш розвинених та вельми перспективних галузей економічної системи держави, каталізатором розвитку її експортного потенціалу. Туризм, серед іншого, забезпечує посилення та розширення міжнародної взаємодії, сприяє активному впровадженню інноваційно-інвестиційних процесів, а також обумовлює відродження суміжних галузей. Крім того, туризм є важливим базисом забезпечення соціально-економічного розвитку держав, зайнятості їх населення, подолання бідності тощо. На сферу туризму припадає орієнтовно 10 % у структурі світового валового продукту, більш ніж 30 % від загального обсягу загальносвітової торгівлі послугами, майже 10 % світових інвестицій та кожне 11-те робоче місце у світовій зайнятості населення [5, с. 100].

До структури туристичної індустрії України входять галузі, що беруть безпосередню участь у створенні та пропозиції на ринку туристичного продукту, зокрема це: готельне господарство; туроперейтинг; туристичні агентства; громадське харчування; транспортна інфраструктура; екскурсійно-пізнавальне обслуговування; індустрія розваг; роздрібна торгівля тощо. Більше того туристична сфера взаємопов'язана з додатковими та супутніми галузями, що забезпечують створення туристичного продукту: IT; комунально-побутове обслуговування; консалтингові служби; страхові компанії; рекламні агентства; кадрові агентства; навчальні та науково-дослідні установи; галузі матеріального виробництва, що здійснюють виробництво товарів туристичного споживання і забезпечують функціонування підприємств туристичної індустрії; сільськогосподарське виробництво; харчова промисловість; лісове та мисливське господарство тощо [4].

Процес формування потужного збалансованого ринку туристичних послуг являє собою надскладну багатоступеневу систему розвитку взаємопов'язаних між собою елементів, що перебувають у тісному взаємозв'язку, постійній взаємодії та багатоаспектному інтенсивному взаємовпливі [2-3].

* Науковий керівник – кандидат економічних наук, доцент О.В. Грідін

На процеси формування та розвитку ринку туристичних послуг у структурі національної економіки здійснюють потужний вплив чотири групи чинників [1, с. 121-122]: організаційно-правові; соціально-економічні; природно-кліматичні; культурно-історичні. Організаційно-правові чинники містять: розвинену туристичну інфраструктуру; сформовану нормативно-правову базу; обсяг сукупного попиту на ринку та його динаміку; рівень забезпеченості економічними ресурсами; ємність ринку та перспективи його розширення; сприятливий інноваційно-інвестиційний клімат; податково-кредитну, валютно-фінансову, прикордонну політики тощо. Соціально-економічні чинники у своїй структурі містять рівень реального доходу населення, якість та тривалість його життя, освітній рівень, чисельність та структуру населення країни тощо. Природно-кліматичні чинники містять потужний багатоманітний природно-географічний потенціал, сприятливі природно-кліматичні умови, стан екологічної безпеки тощо. Культурно-історичні чинники передбачають наявність розгалуженої мережі релігійних, культурних, історичних пам'яток тощо.

Ринок туристичних послуг можна охарактеризувати за допомогою його унікальних властивостей та специфічних ознак, основними з яких є [1, с. 125]:

- комплементарність – наявність широкого спектру туристичних товарів та послуг, що добре взаємодоповнюють одне одного;
- субституція – можливість здійснення вільної взаємозаміни окремих компонентів, що формують комплексний туристичний продукт;
- істотна просторова туристична поляризація – суттєва залежність діяльності суб'єктів ринку туристичних послуг від нерівномірності регіонального розміщення об'єктів туристичної інфраструктури, освоєння природно-рекреаційного потенціалу, диспропорції туристичних потоків та кліматичних особливостей окремих територій;
- територіальна віддаленість споживача та виробника, що має компенсуватися створенням потужної транспортної інфраструктури;
- схильність, за окремими туристичними напрямками, до сезонних коливань попиту;
- неподільність, одночасність виробництва та споживання туристичної послуги, що пов'язана з такими її базовими властивостями, як нездатністю до збереження і накопичення, статичністю створення тощо;
- мультиплікативний ефект від надання туристичних послуг, тобто тісний взаємозв'язок із залученням різних галузей національної економіки у процес створення туристичного продукту;

– мультикультурність та багатонаціональність туризму – відкритість туристичної індустрії країни для туристів з усіх куточків світу;

– диверсифікованість туристичного ринку – виявляється у наявності потужної сегментованості ринку та цінкових ніш на ньому, у великій кількості різноманітних туристичних послуг та різних за комплексністю туристичних продуктів, спроможних задовільнити спеціалізовані та специфічні туристичні мотиви і потреби, що створюють попит на об'єкти ринкових взаємовідносин тощо.

Отже, для покращення стану ринку туристичних послуг в Україні необхідно здійснити комплекс невідкладних заходів, спрямованих на: удосконалення існуючої нормативно-правової бази та приведення її у відповідність до законодавства ЄС; стимулювання розвитку туристичної діяльності шляхом лібералізації фінансово-кредитної політики; впровадження інновацій; створення сприятливого інвестиційного клімату; активізацію та посилення як внутрішньої, так і зовнішньої інформаційної пропаганди туризму в Україні; удосконалення освітніх програм підготовки фахівців для туристичної галузі з урахуванням сучасних реалій та тенденцій; розвиток транспортної інфраструктури; посилення державного захисту об'єктів історико-культурної спадщини тощо.

Бібліографічний список:

1. Горіна Г.О. Теоретико-організаційні засади розробки механізму формування ринку туристичних послуг. *Бізнес Інформ*. 2016. № 12. С. 121-126. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf_2016_12_20

2. Грідін О.В. Напрями удосконалення системи мотивації персоналу туристичних фірм України. *Організаційно-економічні та соціальні складові розвитку підприємництва: матеріали Всеукраїнської конференції*, (25 травня 2022 р.): тези доповіді. Дубляни: Львівський національний університет природокористування, 2022. С. 330-333.

3. Грідін О.В., Зайка С.О. Інноваційний розвиток туристичної сфери України: стан, проблеми, перспективи. *Актуальні проблеми та перспективи розвитку агропродовольчої сфери, індустрії гостинності та торгівлі: матеріали Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції*, (02 листопада 2022 р.): тези доповіді. Харків: ДБТУ, 2022. С. 260-261.

4. Куценко В.І. Диверсифікація ринку туристичних послуг в Україні як передумова підвищення їх конкурентоспроможності. *Економіка. Управління. Інновації. Серія: Економічні науки*. 2011. № 1. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2011_1_17

5. Остап'юк Н.І., Камад Г.А. Сучасний стан та проблеми розвитку туристичного ринку України. *Карпатський край*. 2018. № 1-2. С. 100-109. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/kkr_2018_1-2_13

ЕЛЕМЕНТИ РІЗНИХ ВИДІВ ТУРИЗМУ В РАМКАХ МІСЬКОГО ТУРИЗМУ

Худавердієва В.А., кандидат економічних наук, доцент,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-0100-5079>

Воробйов І.А., здобувач вищої освіти,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

Галауз А.О., здобувач вищої освіти,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

Туризм має значний вплив на розвиток та економіку багатьох великих міст світу, змінюючи міські ландшафти, організацію. Експерти Організації Об'єднаних Націй прогнозують, що до 2050 року 70% населення світу буде урбанізовано і відповідно подорожувати буде до інших відмінних від свого постійного місця проживання міст – тобто в інші міста [1]. Міста на туристичному ринку виступають як окремі об'єкти туристичного попиту, тому традиційно популярним є міський туризм.

Міста і метрополії в усьому світі є центрами тяжіння людей, подій, фінансових та інших ресурсів. Міста притягують до себе людей розвитком цивілізації, системою освіти, робочими місцями, економічним зростанням і потоком інформації. При цьому, важливо усвідомлювати, що сталий розвиток будь-якого регіону, можливий лише при дотриманні економічного, соціального та екологічного балансу і рівномірного територіального розподілу населення регіонах. А це передбачає гармонійний розвиток великих метрополій і сусідніх з ними невеликих міст та сіл з правильним кількісним розподілом населення в них і турботою про навколишнє середовище. За даними Організації Об'єднаних Націй 55 % населення світу вже проживає в містах, а до 2030-го року очікується, що ця частка досягне 60%, а до 2050-го – 70 % [2].

Експерти Всесвітньої туристичної організації (UNWTO) відносять до міського туризму поїздки, якщо метою подорожей туристів є міста або місця з великою густиною населення[1]. Тривалість таких поїздок як правило коротка (від одного до трьох днів), тому міський туризм тісно пов'язаний з ринком короткострокових турів. Міський туризм – комплексний вид туризму, що базується на культурно-

історичній та архітектурній спадщині міст, їхніх кліматичних та природних особливостях (які визначають можливості міст з лікувально-оздоровчого та рекреаційного туризму), високому рівні розвитку та глибокій диверсифікації суспільно-економічного життя та пропозиції суспільних та комерційних товарів та послуг [2].

У багатьох наукових дослідженнях з проблематики видів туризму, автори розглядають поняття «сільський» та «міський» туризм. У британському словнику з подорожей, туризму та гостинності С. Медліка (1993) під «міським туризмом (urban tourism) розуміють подорожі та візити з фокусом на міські напрямки. Швидко зростаюча форма туризму, метою якої є відвідання історичних та культурних пам'яток, а також шопінг та ділові поїздки» [3].

У словнику німецького дослідника Хартмута Лезера (1997 р.) міський туризм визначається як «короткострокове (зазвичай 1-4 дні) відвідування міста з наступних причин: а) інтерес до історії або культури; б) участь у подієвих заходах; в) придбання різноманітних товарів. Часто така подорож здійснюється у формі екскурсії на вихідних та може відбуватися як індивідуально, так і у групі; як організовано (через туристичні фірми та з екскурсоводами), так і самодіяльно» [4].

Необхідно відмітити, що правомірним є зауваження дослідника О.В. Гладкого, про те, що міський туризм має вужчу направленість та спрямований на задоволення переважно культурно-пізнавальних потреб туристів, пов'язаних із загальним універсально-комплексним ознайомленням із містом, його архітектурною та просторовою конфігурацією, планувальною структурою, історичною, етнічною та культурно-релігійною спадщиною. Дослідники Ганич О., Гаталяк О. розглядають туризм у містах (урбан-туризм) як вид спеціалізованого туризму з культурно-пізнавальною, розважальною, діловою, лікувально-оздоровчою метою, що ґрунтується на комплексному використанні ресурсів міста [5, с. 53].

Міський туризм акумулює властивості різних видів туризму і залежно від цілей може характеризуватися як:

- міст з метою шопінг-туризму;
- виставок або офіційних заходів;
- як туристський маршрут з метою огляду визначних пам'яток;
- ділові поїздки або відрядження;
- туризм з лікувально-оздоровчою метою;
- паломництво і ін.

В цілому в залежності від туристської спеціалізації розрізняють наступні види міських туристських центрів: центри культурно-

пізнавального туризму, центри ділового туризму, центри туризму, міста-курорти, лікувальні центри і центри паломництва. Багато міст, головним чином великі, і мегаполіси є поліфункціональними. З точки зору організації існує два різновиди міських турів: стаціонарні тури – з перебуванням туристів в одному місті, туристському центрі; маршрутні тури – відвідання кількох міст і центрів пам'яток, вибудоване у вигляді маршруту подорожі. При організації маршрутних турів розробляється спеціальний графік відвідування запланованих пунктів. На місто або туристський центр виділяється від 1 до 3 днів в залежності від величини туристського центру і обсягу пам'яток. Найбільша кількість днів виділяється тільки на найбільші туристичні центри – столичні міста, такі як Париж, Рим, Лондон, Київ.

Можна констатувати, що розвиток міського туризму в регіоні сприяє розвитку суміжних галузей, що, у свою чергу, дає можливість витягнути мультиплікативний ефект, зокрема (табл. 1) [4, 5]:

- сприяє розвитку і збільшенню завантаження засобів розміщення;
- впливає на вдосконалення міської інфраструктури;
- доходи, залучені за рахунок туризму, реалізують на розвиток міського господарства;
- впливає на соціальне життя регіону;
- оптимізує екологічну обстановку і режим природокористування;
- створює вторинний попит на продукти, послуги і т.д.

Таблиця 1

Елементи різних видів туризму в рамках міського туризму

Види туризму (Subtype)	Опис елемента
Діловий туризм і освітній туризм	Поїздки ділового сегменту за межі місця мешкання з метою зміцнення партнерських взаємовідносин, виконання завдань, поставлених компанією перед співробітником, для отримання нової інформації, що стосується місця роботи. Освітня діяльність, наприклад, вивчення іноземної мови, навчання у вузі в поєднанні із відпочинком і т.д.
Подісвий туризм	Організація різних подій, заходів, що є центром тяжіння для туристів.
Культурно-пізнавальний туризм	Збагачення новими знаннями, культурою, історією.
Лікувально-оздоровчий туризм	Відвідування міст, країн з метою відновлення здоров'я і сил, лікування, профілактики захворювань.
Шопінг-туризм	Поїздка в інше місто/країну з метою придбання товарів і послуг, які з якої-небудь причини недоступні туристу в місці його постійного перебування.

Отже, міський туризм необхідно розглядати як складну соціально-економічну категорію, інтегруючу в собі елементи і напрями різних видів туристської діяльності і що відображає цільові установки міської подорожі.

Бібліографічний список:

1. Global Report on City Tourism – Cities 2012 Project. AM Reportnesix. Madrid, 2012. 53 p.
2. Тищенко О.Л., Параніна А.П. Міський туризм як ефективний інструмент розвитку туристичного потенціалу України. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2021. 421 с. С.80-81.
3. Dictionary of Travel. Tourism and Hospitality / Ed. S. Medlik. London: Butterworth-Heinemann Ltd. 1993. P. 43. URL: www.mu.edu.et/iphc/images/Tourism/Dictionary_of_Travel_Tourism_Hospitality.pdf
4. Hartmut L. Diercke Wörterbuch Allgemeine Geographie. München: Braunschweig, 1997. 125 p.
5. Гагалак О., Ганич О. Теоретичні підходи до визначення поняття туризму в містах. *Географія. Економіка і туризм: національний та міжнародний досвід. Матеріали XI наукової конференції з міжнародною участю*. Львів, 2017. С. 50-55.

УДК: 379.851

НАПРЯМИ І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МІСЬКОГО УРБАН-ТУРИЗМУ

Худавердієва В.А., кандидат економічних наук, доцент,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-0100-5079>

Коваленко Д.О., здобувач вищої освіти,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

Парфеня І.О., здобувач вищої освіти,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

Туризм є одним з секторів, який розвивається найбільш стабільно і становить основу економіки багатьох розвинених країн світу та країн, що розвиваються. В зв'язку з швидкими темпами зростання світовий туризм визнаний економічним феноменом ХХ століття. Протягом багатьох років туризм незмінно доводив свою стійкість і здатність не тільки «приходити в себе» після економічних криз, а й сприяти більш широкому економічному і соціальному відновленню [1].

Інтерес, що зростає, до відвідувань великих міст дозволяє виділити новий вид подорожей – міський туризм. Сьогодні цей молодий напрям у сфері туризму, не дивлячись на те, що переміщення між населеними пунктами – прадавня форма подорожей, яка знайшла популярність ще в Стародавній Греції і Римі. Мета відвідувань міст визначалася, як правило, економічними і політичними мотивами, в той же час паралельно виникло уявлення про подієвий туризм, коли ціллю подорожі була участь в якому-небудь заході. У 1997 році було сформульоване визначення міського туризму, яке запроваджене в словник загальної географії Г. Лезера [2] в наступному формулюванні: «Міський туризм являє собою короткострокові (звичайно 1-4 дні) відвідування міста з наступних причин: інтерес до історії або мистецтва міста, інтерес до подій і придбання різних видів товарів в даному місті». Дослідники Г. Нойенфельдт і О. Розе [3] характеризують термін «міський туризм» в двох варіантах залежно від цілей відвідувань міст. Перший варіант передбачає відвідування з особистих причин (для того, щоб насолодитися атмосферою, оцінити архітектуру, зрозуміти спосіб життя міських жителів). У другому варіанті йдеться про відвідування у форматі екскурсійних турів вихідного дня. Надалі Д. Клок і К. Кестер класифікували і уточнили поняття «міський туризм», заклавши основну мету подорожі в міста, пов'язавши їх з культурно-пізнавальною сферою, а також із різноманітними міськими заходами [1].

Місто може запропонувати різноманітні продукти або послуги, що стають об'єктами, які вимагають люди на туристичному ринку. Продукт, який місто має надати туристам, може бути матеріальним або нематеріальним. Міські послуги: транспорт, будівництво, архітектура. Вплив міського туризму має як позитивні так і негативні наслідки. Він є для країн: джерелом зайнятості, зростаючих доходів, причиною культурного та соціального зростання. Негативними наслідками є: забруднення повітря, шум, зниження доступності центру міста та визначних пам'яток, важливих для місцевих жителів. Урбан-туризм включає в себе багато інших видів туризму, тому і є таким привабливим для подорожуючих. Наразі складено рейтинг найпопулярніших міст серед туристів. У рейтингу переважають азіатські напрямки – їх понад 40. На першому місці знаходиться Гонконг. Очікується, що Бангкок посяде другу сходинку, за ним - Макао та Сінгапур [1].

У ХХІ столітті міський туризм можна розцінювати як своєрідний феномен сучасного розвитку світу. Вплив міського туризму можна відмітити в різних областях життєвої діяльності соціуму. Він впливає на економічну, соціокультурну, інноваційну сфери життєдіяльності

суспільства. Розвиток міського туризму сприяє поглибленню і розвитку культурних зв'язків між містами і регіонами. Міський туризм дає можливість набагато краще пізнати місцевих жителів, зрозуміти характер, темп і стиль життя городян, з'ясувати національні особливості і мотиви поведінки жителів.

Активізація міського туризму дозволяє отримати додатковий ресурс у виді фінансових відрахувань до бюджету регіону, які при правильному використанні можуть бути спрямовані на утримання пам'яток архітектури, на благоустрій міського простору і облагороджування території. Міський туризм робить вплив на розвиток інфраструктури міста, сприяє зростанню інвестицій, ініціює розвиток соціальної складової. Вплив міського туризму на економіку окремих регіонів полягає в значному зростанні ВВП, позначається на формуванні міського середовища, що, у свою чергу, підвищує рівень якості життя населення [1]. Крім цього міський туризм чинить пролонговану дію на економічний розвиток суміжних галузей, таких як транспорт, торгівля, виготовлення сувенірної продукції і т. д.; є одним з рушійних факторів соціально-економічного розвитку регіону.

Міський туризм має великі перспективи для розвитку в Україні. Він ґрунтується на потужній природно-рекреаційній та історико-культурній базі. Туристична діяльність у містах країни набуває все більшого поширення. Особливо важливу роль у міському туризмі відіграє випереджальний розвиток розважального туризму. Туризм, як найважливіший елемент світової економіки входить в кожну з 17-ти Цілей сталого розвитку, визначених глобальним порядком денним ООН до 2030 року. 11-та мета спрямована на те, щоб зробити міста інклюзивними, безпечними, життєздатними і стійкими для жителів і відвідувачів [4].

Міста України потребують консолідації та визначення спільної дорожньої карти розвитку урбан-туризму відповідно до світових трендів розвитку міст.

Ефективний і гармонійний розвиток міського туризму можливий за умови постійної і тісної комунікації, координації, кооперації та колаборації бізнесу, органів влади і місцевих жителів на платформах Організацій менеджменту дестинацій (DMO). Великим, середнім і малим містам України необхідне єдине стратегічне бачення, підхід і цілісна концепція розвитку урбан - туризму в Україні, яка заснована на принципах інноваційності, технологічності, доступності, сталості та ефективної моделі управління дестинацій через системне публічно-приватне партнерство та колаборацію [5].

Туристичний продукт в містах являє собою ланцюг різних послуг і продуктів, що включає в себе транспорт, розміщення, харчування, екскурсійне обслуговування, розваги та багато супутніх сервісів. Кожна ланка в цьому ланцюзі впливає на цілісне сприйняття туристом дестинації, а значить повинна відповідати всім вимогам і стандартам безпеки, якості і екологічності. Необхідно розвивати систему збору статистичних даних в міському туризмі через традиційні та альтернативні канали, а також провести збір та аналіз даних. Також необхідно залучати державні, а також приватні і прямі іноземні інвестиції в розвиток інфраструктури туристичного сектора і створення нових туристичних об'єктів, атракцій та продуктів. Для зниження фактора сезонності необхідно сприяти розвитку міських подій і формувати у згоджені календарні заходи [1].

Бажаючи придбати цілісний і в той же час різноманітний комплекс послуг, мандрівники, приїжджавши в міста, по-різному використовують можливості міського середовища, архітектурну і культурно-історичну спадщину, особливості флори і фауни, обумовлені розвиненою різновекторною інтенсивністю соціальної сфери. Виділяють перспективні напрями в розвитку міського туризму, які були представлені в Стамбульській декларації (2012 р.) по урбан-туризму: економічне стимулювання та розвиток міст; якість життя місцевих мешканців; взаємодія та розвиток шопінг-туризму і міського туризму; взаємодія та розвиток культурно-пізнавального та міського туризму; поєднання ділового та міського туризму [6].

В умовах глобалізації та стрімкого розвитку технологій усі міста мають рівні можливості для розвитку міського урбан-туризму. Особливо привертають увагу міжнародних туристів світові (глобальні) міста, що вирізняються високим ступенем ділової активності та політичним, економічним та культурним потенціалом. Аналіз еволюції і сучасного стану розвитку міського туризму продемонстрував, що даний вид туризму являється перспективним, оскільки чинить позитивну дію на економічну, соціокультурну, інноваційну сфери життєдіяльності сучасного суспільства.

Бібліографічний список:

1. Тищенко О.Л., Параніна А.П. Міський туризм як ефективний інструмент розвитку туристичного потенціалу України. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2021. 421 с. С. 80-81.

2. Hartmut Leser (Hrsg.) Diercke Wurter-buch Allgemeine Geographie. *Leser Hartmut*. Munchen, Braunschweig, 1997. 125 p.

3. Henrike Neuenfeldt, Olaf Rose. Stadttourismus als Wirtschaftsfaktor in Aachen. URL: <http://www.geogr.uni-goettingen.de/>

4. НТОУ у партнерстві із WTCF оголошує 2021 роком міського туризму. URL: http://www.ntoukraine.org/year2021_ua.html

5. Харків ініціював проведення Року урбан-туризму. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-tourism/3174384-harkiv-iniciuvav-provedenna-roku-urbanturizmu.html>

6. Ліпуга І.Л. Прес-реліз 5-го Глобального Саміту з міського туризму директора департаменту туризму та курортів Міністерства економічного розвитку і торгівлі України. URL: <http://mw.com.ua/?oid=17794&sid=13347>

УДК: 33.339.9

ГОЛОВНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ СИСТЕМИ НАЦІОНАЛЬНОГО ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ

Худавердієва В.А., кандидат економічних наук, доцент,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-0100-5079>

Шенкар'юв В.Ю., здобувач вищої освіти,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

Яковенко Д.М., здобувач вищої освіти,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

Позитивний образ території або її імідж, бренд формується завдяки дії багатьох факторів - це і рівень розвитку економіки, ступінь розвитку інфраструктури, транспорту, сфери послуг, наявність рекреаційних ресурсів, екологічна складова території, а також її загальна інвестиційна привабливість. На формування позитивного іміджу території більше впливають стан економіки і рівень розвитку інфраструктури і сфери послуг. Хоча є і виключення - країни пляжного відпочинку, орієнтовані на туризм як одне з головних джерел доходів бюджету, такі як Домініканська Республіка [1].

Туроператори і турагентства разом з територіальними органами влади, активно здійснюють просування концепції: «продаж території». Маркетинг туризму і маркетинг територій - явища взаємозв'язані. З одного боку, турфірми є суб'єктами маркетингу територій, з іншого боку, маркетинг території сприяє збільшенню турпотоку. Туризм, розвинений на достатньо високому рівні, дозволяє відвідувачам країни

скласти свою позитивну думку, створити свій власний образ тієї або іншої території. Провідною метою цих суб'єктів маркетингу є збільшення прибутків шляхом реалізації турпакетів. Підсумком цього процесу є підвищення привабливості території, а також престижу місця в цілому [2].

У плані розвитку економіки це може мати вирішальне значення для залучення інвестицій. Особливо важливий позитивний імідж території для залучення приватного капіталу. Величину залученого на територію капіталу можна виміряти за допомогою туристського «мультиплікатора», який показує непрямий вплив туризму на економіку і соціальну сферу на регіональному і федеральному рівні. Проте відсутність чіткої методики не дає об'єктивної оцінки його ролі. Оцінка ролі сукупних непрямих і прямих туристських доходів в національному бюджеті варіюється від 1 до 10 %. Причому існує великий розрив між сумарними надходженнями в економіку від туристів і прямими податковими надходженнями. Внесок туризму в сукупну пропозицію товарів і послуг в рамках національної регіональної економіки України відображено в табл. 1 (Розраховано упорядниками на основі даних Державної служби статистики України за методикою допоміжного рахунку туризму) [3].

Таблиця 1

Валова додана вартість в туризмі України [3]

Показник	2018		2019		2020	
	тис. грн.	% від ВВП	тис. грн.	% від ВВП	тис. грн.	% від ВВП
Валова додана вартість, що створюється в галузях туризму	412 498 376,51	11,6	502 202 848,27	12,62	534 947 632,15	12,60
Валова додана вартість, що створюється безпосередньо в туризмі (в основних цінах)	173 749 626,99	4,9	195 687 259,17	4,92	165 125 166,98	3,91

По прийому туристів буде отримано: прямі доходи від в'їзного туризму у вигляді різних регіональних і федеральних податків, що виплачуються турфірмами та іншими учасниками туристичного бізнесу; доходи від витрат туристів на обслуговування; непрямі доходи від завантаження готелів, барів, казино, ресторанів, розваг, відвідування історичних і культурних центрів; непрямі доходи від створення

додаткових робочих місць. По відправленню туристів: прямі доходи від оподаткування туристичної діяльності по відправці туристів, що виплачується туристичними фірмами та іншими учасниками бізнесу; доходи від додаткового завантаження транспортних засобів та інших об'єктів сфери послуг, що залучаються при відправці туристів; непрямі доходи від створення додаткових робочих місць в системі обслуговування по відправці туристів. На розвиток в'їзного туризму, є ще індивідуально-психологічні, суспільно-географічні та низка інших чинників, що мають чітке відображення у процесах туристичних потоків [3].

Отже галузь туризму в Україні не тільки приносить значну частину прибутку до бюджету туристично-розвинутих держав, а й є надзвичайно перспективною і безсумнівно може стати одним з головних джерел надходжень до держбюджету інших країн. Маркетинг іміджу території в порівнянні з іншими стратегіями є низько затратним засобом, оскільки він не вимагає радикальних змін інфраструктури, а концентрує зусилля на покращенні комунікативних аспектів, інформації, що якраз і спричиняє за собою формування реальних фактів привабливості.

Розмір витрат на здійснення маркетингу іміджу залежить від іміджу території, що створився. Якщо він спочатку позитивний (Венеція, Франція, які асоціюються переважно з цінним історичним минулим і архітектурною екзотикою), то на базі його потрібно лише створити найцікавіший і інформативний маршрут. З іншого боку, чим кращий імідж території, тим більше пропозицій можна створити, тим виразно складеться образ території у туриста, що відвідав його [1].

Якщо територія має слабо виражений імідж, то необхідно докласти більше зусиль для створення інформаційних потоків, реклами, облаштування території, що вимагає певної кількості інвестицій. Крім цього, у міру збільшення інтересу до регіону, необхідно вкладати засоби в розвиток його інфраструктури і сфери обслуговування. У випадку з деякими туристично нерозвинутими територіями України (Карпати) не попит породив пропозицію, а, навпаки, пропозиція – попит. З'явилася велика кількість гравців на туристичного регіону з різноманітними туристичними пакетами, оскільки спочатку в цій ніші їх було не так багато в порівнянні із закордонними туристичними ринками. І вже після того, як в цьому напрямленні стала працювати достатня кількість операторів, з'явилися урядові закони про розвиток туризму регіону [4].

Надмірно традиційний імідж також може стояти на заваді розвитку країни. Наприклад, Великобританія в даний час оновлює імідж, оскільки він не дозволяє представити країну динамічною і сучасною, що позначається на інвестиціях. Багато великих міст мають суперечливий або змішаний імідж. Найбільш поширений прийом в таких випадках - підкреслення позитивних рис і замовчання негативних. Так діють, наприклад, туроператори по Таїланду або Індії. Турист залишає певну суму грошей в країні, що сприяє подальшому розвитку туризму і інфраструктурі [1].

Проте деякі регіони, наприклад Каліфорнія, змушені про-водити де маркетинг території шляхом відмови від модернізації, оскільки інфраструктура не розрахована на дуже великий потік туристів. В цьому випадку туристичними оператори відгукуються моментальним зниженням кількості пропозицій по даному регіону. Туристичні фірми також беруть участь в маркетингу привабливості території, розвиваючи особливі риси, що гарантують конкурентні переваги території. Для туристів це найчастіше історико-архітектурні об'єкти: для Греції – Парфенон, для Франції – Ейфелева вежа, для Індії – Тадж-Махал. Об'єктами маркетингу визначних пам'яток можуть також стати природні визначні пам'ятки (набережні річок, озера, моря, гори). У разі, коли визначних пам'яток немає, вони створюються [1].

Що стосується України, то маркетинг територій і міст - досить новий інструмент розвитку. Обмеженість національного і місцевих бюджетів просто не залишає іншого вибору: місто і район повинні подавати і продавати себе як майданчик для вкладення інвестицій. Сучасне місто відтепер цікаве не стільки як місце, де виплавляються мільйони тонн сталі і прокладаються кілометри трубопроводів, скільки як територія, куди перспективно вкладати засоби, переїжджати, і де перспективно вести бізнес. Розвиток ринкових сил і конкуренція змушують будь-яку місцевість вигідно подавати себе. Адаже за інших рівних умов від того, як область або місто себе подадуть, залежить, чи одержать вони потрібні інвестиції, чи привернуть вигідні проекти, міжнародні ярмарки, конгреси, туристів. Суперництво примушує території піклуватися про свій образ, ламати не вигідні для себе стереотипи і будувати сприятливі [5].

Наприклад, при Міністерстві культури діє програма «Малі міста – великі враження», на яку в цьому році було передбачено 40 млн. грн., і після завершення карантину ці кошти також можна буде використати для розвитку культурних подій у регіонах [4,5]. Однісі із стратегій, пересічної і з маркетингом іміджу, і з маркетингом привабливості

території, є реклама. Саме даною стратегією найактивніше користуються туроператори і турагентства. Тут важливо правильно вибрати цільову групу, досягти єдиної ідентифікації регіону. Повідомлення про місто або територію як центру оздоровчого туризму не повинні перетинатися з повідомленнями про нього як про промисловий центр. Таким чином, очевидно, що відбувається вплив як позитивного образу території на розвиток туризму, так і туроперейтинга на формування іміджу території.

Бібліографічний список:

1. The Travel & Tourism Competitiveness Report. Retrieved from URL: <https://www.weforum.org/reports>
2. Цехла С.Ю. Систематизація факторів розвитку туристської індустрії. *Вчені записки ТНУ Серія «Економіка та управління»*. 2019. Т. 22(61). № 2. С. 373-380.
3. Національна система туристичної статистики. USAID. URL: https://www.ntoukraine.org/nsts_analytics_ua.html
4. Полковничено С.О. Оцінка конкурентоспроможності України на європейському ринку туристичних послуг. URL: <http://www.economy.nayka.com>
5. Мельниченко О.А., Шведун В.О. Особливості розвитку індустрії туризму в Україні: монографія. Харків: Вид-во НУЦЗУ, 2017. 153 с.

УДК: 640.43

РОЛЬ КЕЙТЕРИНГОВИХ КОМПАНІЙ В ПРОВЕДЕННІ ДІЛОВИХ ЗАХОДІВ

Чернов Д., здобувач вищої освіти*,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

Кейтерингові організації відіграють вирішальну роль в успіху науково-ділових заходів, оскільки вони відповідають за харчування та прохолодні напої для учасників під час перерв, обідів та нетворкінг-сесій. Ефективний кейтеринг може покращити досвід відвідувачів, сприяти створенню позитивної атмосфери і допомогти учасникам залишатися зосередженими і продуктивними протягом усього заходу [1].

* Науковий керівник – кандидат економічних наук, професор С.О. Зайка

Одна з найважливіших ідей для кейтерингових організацій - це розуміння дієтичних обмежень та вподобань відвідувачів. Цю інформацію можна зібрати під час реєстрації або шляхом опитування учасників до початку заходу [3]. Поширеними дієтичними обмеженнями можуть бути вегетаріанські, веганські, безглютенові, безлактозні та кошерні або халяльні дієти. Постачальники харчування повинні забезпечити наявність різноманітних варіантів для кожної з цих дієтичних потреб, а також чітке маркування та легкий доступ до них для відвідувачів.

Ще одним важливим моментом є час і розклад прийому їжі та перерв. Наукові бізнес-заходи часто насичені презентаціями, семінарами та іншими заходами, тому кейтерингові організації повинні бути готові швидко і якісно подавати їжу і прохолодні напої під час визначених перерв [2]. В ідеалі кейтерингова компанія повинна тісно співпрацювати з організаторами заходу, щоб забезпечити узгодження часу і розкладу харчування та перерв із загальною програмою заходу. Це допоможе учасникам залишатися зосередженими та задіяними протягом усього заходу, не відчуваючи голоду і не відволікаючись.

Окрім подачі страв і напоїв, кейтерингові організації також можуть відігравати певну роль у створенні позитивної атмосфери та покращенні загального враження від заходу. Це може включати розробку візуально привабливих вітрин з продуктами харчування, надання високоякісного посуду та приладдя, а також пропонувати креативних і смачних варіантів меню. Крім того, кейтерингові організації можуть сприяти налагодженню контактів і спілкуванню, забезпечуючи зручні місця для сидіння і створюючи невимушену і гостинну атмосферу для учасників.

Одним з потенційних викликів для кейтерингових організацій при обслуговуванні учасників науково-ділових заходів є забезпечення того, щоб їжа і напої не заважали і не відволікали від змісту заходу. Це може бути особливо складним завданням під час подачі страв під час презентацій або семінарів, оскільки галаслива або неспокійна подача їжі може суттєво відволікати учасників. Щоб пом'якшити цю проблему, кейтерингові компанії повинні тісно співпрацювати з організаторами заходу, щоб скоординувати подачу їжі з розкладом і ходом презентацій і семінарів, а також звести до мінімуму будь-який шум або завади під час подачі їжі [4].

Нарешті, кейтерингові організації повинні бути готові до вирішення будь-яких несподіваних проблем або надзвичайних ситуацій, які можуть виникнути під час заходу. Це може включати ліквідацію наслідків розливів або небезпечних випадків, задоволення дістичних запитів або змін, внесених в останню хвилину, а також забезпечення того, щоб їжа та напої подавалися при відповідній температурі та відповідно до рекомендацій з безпеки харчових продуктів. Проактивно реагуючи на подібні проблеми, кейтерингові організації можуть допомогти забезпечити учасникам безперешкодний і приємний відпочинок на заході.

На закінчення, кейтерингові організації відіграють вирішальну роль в успіху науково-ділових заходів і повинні бути уважними до різноманітних міркувань і найкращих практик при обслуговуванні учасників. Розуміючи дістичні обмеження та вподобання учасників, координуючи свої дії з організаторами заходу, щоб узгодити харчування із загальною програмою заходу, створюючи позитивну атмосферу і будучи готовими до вирішення несподіваних питань або надзвичайних ситуацій, кейтерингові організації можуть допомогти зробити свій внесок в успішне і продуктивне проведення заходу.

Бібліографічний список:

1. Zaika S.O. Business tourism industry: evolution and principles of organization. *Modern Issues of Physical Education, Sports, Tourism-Local History, and Physical Culture, and Re-creation Work*. Monograph. Scientific editors: Nataliia Khlus and Tadeusz Pokusa. Opole: The Academy of Applied Sciences – Academy of Management and Administration in Opole, 2023. P. 5-45.

2. Zaika S.O., Kharchevnikova L.S. Features of analysis of competitiveness of tourism industry subjects. *Трансформаційні зміни національної економіки в умовах сервінтеграції*: збірник тез VI Всеукраїнської науково-практичної конференції. Дубляни, 2022. С. 36-39.

3. Пашкевич М.Ю. Івент-технології як інструмент формування державного іміджу. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*. 2018. № 3. С. 176-181.

4. П'яницька Г., Григоренко О. Глобальні тренди розвитку кейтерингу. *Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право*. 2019. № 3. С. 51-68.

НАПРЯМИ ПІСЛЯВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ СФЕРИ ТУРИЗМУ

Шило Д.С., здобувач вищої освіти*,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

Починаючи з 24 лютого 2022 року, Україну накрила війна, організована росією, яка має серйозні наслідки, такі як великі людські втрати, пошкодження інфраструктури та економіки, в тому числі туристичної сфери. Замість того, щоб розвивати внутрішній туризм, відбувалась масова міграція населення в межах країни, а виїзд за кордон громадян України не був пов'язаний з туризмом. Однак звільнення українських територій від російських військ дає надію на повернення до нормального життя в майбутньому.

Війна сильно пошкодила туристичну галузь, спричинила турбулентності на фінансових, енергетичних і продовольчих ринках та інфляцію в усьому світі. Туризм в центральній, східній та південній частині України повністю припинився. У таких умовах особливо актуальним є питання відновлення туристичної галузі, зокрема в повоєнний період [3].

При відновленні туристичного сектору України, важливо взяти до уваги досвід інших країн, які успішно пройшли через кризу і відновили свою туристичну галузь.

У сучасних умовах туризм в Україні має велике значення як об'єкт та суб'єкт політичних процесів, економічного зростання та соціальної стабільності, що визначає рівень розвитку країни. Таким чином, туризм може прямо впливати на політичні методи та механізми розвитку, а також на вирішення різних соціально-економічних і політичних завдань країни в умовах воєнного стану [4].

Під час відновлення туристичної галузі в Україні після війни корисно вивчити досвід інших країн, які також пережили кризові ситуації, де їхня економіка, включаючи галузь туризму, була пошкоджена внаслідок війни. Ці країни успішно відновилися, зокрема у галузі туризму, тому можна використати їхній досвід для успішного відновлення туризму в Україні.

* Науковий керівник – кандидат економічних наук, професор С.О. Зайка

Хорватія – приклад успішного відновлення туризму після війни. Під час громадянської війни у 1990-х роках туризм у країні майже повністю зупинився. Проте, після того, як запустили широку рекламну кампанію Хорватії та її раніше маловідомих туристичних перлин, таких як більше тисячі островів, з яких 66 населені, ці географічні особливості стали привабливими для туристів. Крім того, хорватські пляжі почали отримувати нагороду «Блакитний прапор» за їхню чистоту та екологічність, що стало додатковим стимулом для туристів відвідувати країну. Це привело до значного розквіту туризму в країні, що став важливим для її економіки. Щороку близько 10 мільйонів туристів приносять значний дохід та створюють близько 15 % ВВП Хорватії [2].

Перспективні напрямки відновлення сфери туризму в Україні після війни включають:

- розвиток ділового, освітнього, спортивного, медичного, зеленого та воєнного туризму;
- розробку та реалізацію програм підтримки суб'єктів туристичної діяльності, як державних, так і міжнародних;
- забезпечення тісної співпраці між країнами з метою взаємопідтримки туристичної діяльності;
- підвищення інтересу іноземних туристів до пам'ятних маршрутів та повоєнних символічних місць;
- пошук нових методів та способів реалізації туристичних послуг [1, 3].

Для успішного розвитку туристичної галузі в Україні, необхідно забезпечити безпеку туристів під час їх подорожі. Згідно з даними Державної служби з надзвичайних ситуацій станом на січень 2023 року, майже одна третина території країни потенційно небезпечна через наявність вибухонебезпечних предметів. Хоча значна частина забрудненої території вже була очищена, а саме понад 78 тисяч гектарів, проте ще багато роботи щодо очищення інших ділянок залишається невиконаною. Тому дуже важливо звернути на це увагу та прикласти всі можливі зусилля для забезпечення безпеки туристів під час їх подорожей.

За думкою експертів, на повне розмінування території України від мін та розтяжок, з урахуванням лише найоптимістичніших прогнозів, необхідно 5-7 років. Це, однак, не враховує очищення лісів та великих полів, що також потребують значних зусиль [5].

Для успішного відновлення туризму в Україні важливо активно використовувати підтримку національних та міжнародних організацій, розробляючи та втілюючи різноманітні програми та проєкти. Це

можна здійснювати шляхом вивчення досвіду інших країн, які також стикалися з аналогічними проблемами відновлення туризму після воєнних конфліктів. Використання такого досвіду дозволить розробити ефективний план відновлення туристичної галузі в Україні та забезпечити його успішне втілення.

Бібліографічний список:

1. Грідін О.В., Заїка С.О. Інноваційний розвиток туристичної сфери України: стан, проблеми, перспективи. *Актуальні проблеми та перспективи розвитку агропродовольчої сфери, індустрії гостинності та торгівлі: тези доповідей Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф.* (2 листопада 2022 р.). Державний біотехнологічний ун-т. Електронні текстові дані. Харків, 2022. С. 260-261.

2. Дворська І.В. Туристична галузь після війни: чи можлива реанімація та антикризове управління?. URL: <https://blog.liga.net/user/idvorskaya/article/44952>

3. Моца А., Шевчук С., Середа Н. (2022) «Перспективи післявоєнного відновлення сфери туризму в Україні», *Економіка та суспільство*, (41). DOI: 10.32782/2524-0072/2022-41-31

4. Плотнікова М.Ф., Якобчук В.П., Ходаківський Є.І., Войтенко А.Б., Колеснікова М.С., Державна політика реалізації туристичного потенціалу України, Інвестиції: практика та досвід. URL: http://www.investplan.com.ua/pdf/3_2022/18.pdf

5. Страшні наслідки війни з РФ: названо площу України, забруднену смертоносними предметами. URL: <https://www.unian.ua/war/zaminuvannya-v-ukrajini-nazvano-ploshchu-ukrajini-zabrudnenu-smertonosnimi-predmetami-12119418.html>

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ
СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ, ПЕРСПЕКТИВИ ТА
СТРАТЕГІЧНІ ОРІЄНТИРИ РОЗВИТКУ
СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ
МІКРО -, МЕЗО - ТА МАКРОРІВНЯ

PLOTNYTSKA S.

Impact of collective intelligence on enhancing company management..... 8

SKUDLARSKI J., ZAIKA S.

Prerequisites and features of the implementation
of industry 4.0 technologies 10

DYMCHENKO O., SMACHYLO V., RUDACHENKO O.

Ukrainian entrepreneurship during the war: realities and prospects 14

VITKOVSKIY YU., SMIHUNOVA O., REBILAS RAFAL

Features of organic product promotion management
in international markets 16

PODOLSKA O., HOLUB V.

Specific features of management of an agrarian enterprise 19

PODOLSKA O., IVASHCHENKO M.

Professional development of civil servants as a factor
in the formation of a positive image of the civil service..... 21

KURYLO A.

Digitalization as a priority direction of agriculture development..... 23

АНТОЩЕНКОВА В.В., ДЕЙНЕГА М.В.

Політика сталого розвитку і корпоративної
соціальної відповідальності Кернел..... 26

МАНДИЧ О.В.

Євроінтеграційні пріоритети освітньо-наукового простору..... 30

КОВТУН Г.І., ОРЛОВА Н.М.

Концептуальні напрями розвитку регіональної
системи донорства та трансплантації органів в Україні..... 32

ЛОМОВСЬКИХ А.О. Діджиталізація як тренд глобальної економіки.....	36
ОЛІЙНИК Т.І., ІВАНОВ О.Г. Вплив військового стану на тарнсформацію соціальної складової соціально-економічної системи в Україні.....	37
НАГАЄВ В.М., КУСКОВА С.В., ЗЕМЛЯНА А.С. Формування комунікативної культури аграрних менеджерів як основа їх ефективної управлінської діяльності.....	46
ПОЛІНКЕВИЧ О.М. Сталий розвиток компаній в Україні.....	50
ТАРАН О.М., ПАСЕМКО Г.П. Використання форсайт практик в публічному управлінні.....	52
ЧЕРВІНСЬКА А.П., ЧЕРВІНСЬКА Т.М. Розвиток вітчизняного бізнесу в умовах війни	56
ШАНДОВА Н.В., ЛАТКІНА С.А. Європейський досвід підтримки діяльності малих і середніх підприємств	61
ЯЦУН А.М. Напрями повоєнного відродження та трансформації до сталого розвитку продовольчих систем.....	66
БАБАН Т.О., КУЛИК А.Д. Економічний потенціал вітчизняного аграрного сектору в умовах війни	69
БАЛЯСНИЙ В.О. Концепція флексік'юриті як сучасна концепція гнучкої політики зайнятості.....	73
БАРАБАНОВА Д. Оцінка ефективності використання ресурсного потенціалу сільськогосподарського підприємства.....	76
БАЦЕНКО А.М., ПАНАРІНА М.В. Удосконалення управління та адміністрування торгово-транспортного підприємства	79
БОНДАРЕНКО О.В. Удосконалення структури управління сільськогосподарського підприємства	83

БОРОДЯНА М.Р.

Удосконалення системи управління якістю праці
та продукції сільськогосподарського підприємства..... 86

БУТЕНКО А.О.

Закордонний досвід розвитку ділового туризму 88

ВЛАСЕНКО Т.В., ЄРЕМЕНКО В.В., ОМЕЛЬЧЕНКО О.С.

Формування спеціалізації аграрних підприємств 91

ВОЛКОВА Н.В.

Зарубіжний досвід використання штучного інтелекту
в освітньому процесі 92

ВОРОНКОВА А.А., ОСТАХОВ Д.

Фактори зовнішнього середовища, які впливають
на стратегію розвитку підприємства..... 97

В'ЮННИК О.О.

Соціальна відповідальність як основа
інноваційного розвитку підприємства 100

ГУТОРОВА О.О., КОЧЕТОВА К.М.

Управління ризикозахисністю підприємства..... 103

ГУЩА Я.С.

Оптимізація бізнес-процесів в організації 107

ДУМІНДЯК С.Б.

Ефективні методи реінжинірингу бізнес-процесів
в умовах сьогодення 111

ЄРЬОМЕНКО К.

Проблеми управління людським капіталом..... 115

ЗВЯЗГЕЛЬСЬКИЙ О.С.

Теоретичні засади управління кадровою безпекою
та ідентифікація кадрових ризиків в менеджменті
підприємств аграрної сфери..... 118

ЗОНОВА К.В.

Особливості стратегічного управління підприємством 120

ІВАНІЄНКО В.В., САТУШЕВА К.В.

Міжнародне підприємництво в сучасних умовах
його функціонування та розвитку 123

ІГНАТОВА Є.С., ПЕРЕДИК М.А.

Особливості оцінювання ефективності органічного землеробства 130

КАРАЮКА Є.О.

Сучасні засади ефективного управління підприємством..... 134

КИСЛОВ В.О.

Цифрові трансформації в економіці: теоретичні аспекти 137

КЛИЧКОВ Д.Д.

Удосконалення системи управління в галузі рослинництва 142

КОТЛЯРОВ Є.І.

Діючий механізм регулювання централізованого теплопостачання: недоліки і напрями його вдосконалення 144

КУПКО О.В.

Трудові ресурси як основний чинник забезпечення ефективності діяльності сучасного підприємства..... 149

ЛЮКІНА В.Р.

Формування стратегії інноваційного розвитку підприємства 152

МАЙБОРОДА М.М., СЕМЕНЯКІН С.С.

Механізмами розвитку та регулювання людського капіталу в аграрному секторі..... 154

МАРЧЕНКО А.І.

Прибуток як показник ефективності господарської діяльності підприємства..... 156

МЕГИК Ю.

Значення персоналу для успішного функціонування підприємства 160

МІЩЕНКО В.Ю.

Дослідження ролі менеджменту в становленні сучасного суспільства..... 163

МУЗИЧЕНКО М.В.

Природний газ як ключовий елемент енергетичної безпеки Іспанії..... 166

НАЗАРОВ Н.К.

Виміри стану конфліктності у соціально-трудовій сфері..... 168

ОВЧАРЕНКО І.К.

Менеджмент компанії АТ «Укрпошта»: виклики та управлінські рішення в період війни 172

ОДЕРІЙ В.О.

Удосконалення господарського механізму управління сільськогосподарським підприємством 175

ОЛІЙНИК О.О.

Тренди міжнародної міграції до країн Європейського Союзу 177

ОСТАПЕНКО А.О.

Проблеми зайнятості молоді на ринку праці..... 179

ПЕЛЯК А.В., ХАНОВА О.В.

Компаративні переваги України в торгівлі з країнами ЄС 181

ПЕШКОВ А.М.

Бізнес у фокусі воєнного стану: адаптація та пріоритетні завдання 185

РОМАНАШЕНКО І.О.

Генезис поняття «інформаційна підтримка» 189

СЕМЕЙКІН В.В.

Управління персоналом..... 191

СЕРГЄЄВА В.С.

Удосконалення системи управління кадровим потенціалом сільськогосподарських підприємств 194

ТАРАН О.М., В'ЮНИК І.М.

Теоретико-методичні основи формування виробничого потенціалу в аграрному секторі 195

ТКАЧЕНКО О.П.

Стратегічні орієнтири розвитку ресторанного бізнесу у сучасних умовах..... 199

ТКАЧОВА С.С., КОРНІЄНКО К.О., ЧЕРЕБИЛО І.Є.

Стан та перспективи розвитку кавового бізнесу в Україні 203

ТКАЧОВА С.С., МАНІК Є.В.

Менеджмент комунального унітарного підприємства..... 206

ТКАЧОВА С.С., ТЮТЮННИК О.О., ТОРОХТІЙ Ю.В.

Стратегія сталого розвитку корпорації «БІСКВІТ-ШОКОЛАД»..... 209

ТОДРИНА І.В.

Проблемні аспекти побудови в Україні сприятливого інвестиційного клімату та ефективної системи прийому капіталу.... 211

ЧЕРЕДНІЧЕНКО О.О.

Економічні аспекти виробництва продукції овочівництва..... 215

ШИНКАРЕНКО В.Ю., ПАВЛЮК Ю.В.

Управління розвитком земельних відносин..... 218

ШКУРУПІЙ І.В.

Концентрація капіталу та інтеграційні процеси в аграрній сфері економіки України..... 220

ШЛЯХТЮК В.Р.

Сучасні проблеми мотивації праці..... 225

**УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЯМИ, ІНВЕСТИЦІЯМИ
ТА ІНТЕГРАЦІЙНИМИ ПРОЦЕСАМИ В
СТАБІЛІЗАЦІЇ РОЗВИТКУ СУБ'ЄКТІВ
ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН**

СЕКЦІЯ

HRIDIN O., ZAICA S., ZAICA O.

Specific features and prerequisites of the innovative revival of Ukraine agriculture..... 229

KRALIA V., PODOLSKA O.

The application of organizational culture models in public authorities 232

MAKOVUZ O., KOROBV K.

Main activities within the scenarios of personnel of facilitation in conditions of military condition..... 235

SAMOILIKOVA A.

Coopetition in budgeting university education, employee participation and performance: bibliometric analysis 237

MINENKO S., GUOHE Q.

Strategic guidelines for improving the competitiveness of agricultural products: prospects and challenges..... 241

BRATASENKO N.

Resource provision of innovative activities
of agricultural enterprises 243

КАЩЕНА Н.Б., ЧМІЛЬ Г.А., НЕСТЕРЕНКО І.В.

Теоретичний базис стратегічного управління
інноваційними кластерами..... 246

МАРЕНИЧ Т.Г.

Реалізація освітньо-кваліфікаційних чинників
інноваційної діяльності в Україні 249

ОНЕГІНА В.М., ПЕТРОВСЬКИЙ О.О.

Інкляюзія інновацій і стратегії суб'єктів малого
та середнього підприємництва..... 253

АБОЯН С.Ю.

Сутність елементів управління інноваційною
діяльністю підприємств..... 256

БАРАБАШ А.В.

Роль психології фінансів у розвитку інвестування в Україні 260

БУРНОС Г.В., САПРИКІНА О.В., ЯКОВАЄВА С.М.

Організаційна культура та її вплив
на ефективність управління організацією..... 263

ГОНЧАРЕНКО В.Є.

Об'єктивні передумови впровадження інноваційних
агротехнологій виробництва соняшнику в Україні..... 265

ГОРДЕЄВА І.О.

Інтелектуальна власність в Україні та світі:
контрафакт і піратство 268

ДЕРЕВ'ЯНКО В.А.

Інноваційний розвиток підприємства
як фактор економічного зростання 271

ДОРОНІНА В.І.

Теоретичні засади аналізу ефективності
інвестиційних проєктів..... 275

ЄФРЕМОВА Н.О.

Партнерство як один з ключових елементів
управління інноваціями в аграрному секторі 279

КАЧКОВСЬКИЙ О.Д.

Роль інвестиційної політики у забезпеченні стійкого розвитку
АТ «Укрзалізниця» в умовах мобілізаційної економіки..... 281

ЛІТУН А.А., ШПАРТЮК Н.О.

Мотиваційний процес: основні стадії та фактори,
які визначають характер мотивації..... 285

МАРЧЕНКО М.В.

Управління бізнес-проектами сільськогосподарських
підприємств з використанням інструментів діджиталізації 287

ОБИХВИСТ В.С.

Впровадження і ефективність новітніх технологій
у сфері адміністративних послуг 289

ПОХИЛЕНКО Н.М.

Роль дрібних фермерських господарств
в управлінні інноваціями 293

ПРЯДКА Ю.В.

Організаційні засади обліку розрахунків з постачальниками
та підрядниками в сучасних умовах оподаткування 296

РОЗДАЙБИДА О.В.

Теоретичні засади інноваційно-інвестиційного
розвитку аграрних підприємств 300

САГАЧКО Ю.М., ПАНТУС О.С.

Інвестиційне забезпечення сільського господарства,
запорука екологічної безпеки 305

СИДОРЕНКО А.П.

GR-технології як інструмент взаємодії бізнесу та влади..... 307

ТАРАЄВСЬКА Л.С., ЛАШТА В.Т.

Екоінновації – шлях до сталого розвитку 309

ТКАЧОВА С.С., ПРАВДИВЦЕВ Д.О.

Управління інноваціями в групі компаній Fozzy Group 312

ФІЛІМОНОВА К.Ю.

Застосування інноваційних інструментів публічного
управління у місцевому економічному розвитку 315

ШАФОРЕНКО І.

Алгоритм прийняття управлінських рішень
в умовах ризику і невизначеності..... 318

ШАФОРЕНКО С.

Особливості оптимізаційного розвитку
управління персоналом підприємств ІТ – сфери..... 322

ШЕВЧЕНКО Я.Ю., НЕХОРОШКОВА Ю.М.

Інноваційна діяльність в Україні в сучасних умовах 326

СЕКЦІЯ **ІНСТИТУЦІЙНЕ ТА ОРГАНІЗАЦІЙНО-ПРАВОВЕ**
ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАБІЛІЗАЦІЇ РОЗВИТКУ
СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ

ДУЮНОВА Т.В.

Правові аспекти трансформації продовольчої системи
України в умовах дії правового режиму воєнного стану 332

ІВАНОВ Ю.Б., ТОЛСТОШЕЄВА Д.В.

Розвиток митної політики України в період дії
режиму воєнного стану 337

БІЛЕЦЬКИЙ І.В.

Механізм державного регулювання інвестиційної діяльності
у сфері житлового будівництва..... 341

БРУЛЕВИЧ В.В.

Принцип конфіденційності у діяльності адвоката 345

ГУТОРОВА О.О., КРАВЧЕНКО М.С.

Формування та реалізація політики сталого розвитку
сільських територій: теоретико-методичний аспект..... 349

ГУТОРОВА О.О., ЛІТВИНОВА Н.В.

Умови, основні критерії та фактори забезпечення
продовольчої безпеки України 352

ДЕМЧЕНКО К.О.

Класифікація загроз соціальній безпеці України..... 356

ДЕРЕВ'ЯНКО В.М.

Сучасні засоби комунікативного зв'язку з громадськістю в публічному управлінні 360

КЛЕРІНІ Г.В.

Державне регулювання аграрного сектору економіки в умовах воєнного стану в Україні..... 363

КОЛМАКОВА О.М.

Управління економічною безпекою підприємства в умовах геополітичних трансформацій 368

КУХАР О.В.

Забезпечення економічної безпеки в умовах воєнного стану в Україні..... 370

ЛЮТА Ю.В.

Інвестиційна стратегія як запорука підвищення соціально-економічного розвитку 375

МАЙБОРОДА М.М.

Місце корпоративної культури в розвитку підприємства в сьогоденні..... 378

МІНЕНКО С.І., ПРИХОДЬКО М.К.

Правове забезпечення організаційно-правової безпеки в управлінні аграрними підприємствами в контексті євроінтеграції ... 380

ПАШКО С.О.

Оновлені вимоги до курячих яєць як запорука інституційного забезпечення птахівництва яєчного напрямку..... 384

ПІВНЕНКО А.В.

Міжнародні критерії допустимості обмеження прав людини в умовах воєнного стану 386

СЕМЕНЧЕНКО К.С.

Інтеграційні процеси як спонукання до розвитку місцевого самоврядування: роль виконавчої влади 392

СОЦЕНКО В.М.

Основні напрями удосконалення системи соціального захисту населення в Україні 394

ТАРАНЕЦЬ Б.В., ХУДОЛІЙ Ю.С.

Правове регулювання банківської таємниці
у країнах ЄС: практичний досвід для України 397

ТОПОРКОВА М.М.

Особливості захисту прав інтелектуальної
власності в умовах воєнного стану 401

ТРУШКІНА Н.

Розвиток агрокластерних структур в Україні:
інституційне та організаційне забезпечення 404

ФЕДОТОВА К.І.

Мотиваційні механізми регуляції управлінської
культури в публічному адмініструванні 407

ХУСНУТДІНОВ Р.Р.

Інституційне та організаційно-правове забезпечення
стабілізації розвитку соціально-економічних систем 410

ШИНКАРЬОВ Ю.В.

Щодо проблеми економічного насильства
у сучасному кримінальному праві 413

PODOLSKA O., SHCHECHENKO I.

Foreign experience of government and public services 416

**ПЛАНУВАННЯ, ПРОГНОЗУВАННЯ, ОБЛІК
ТА КОНТРОЛЬ В УПРАВЛІННІ РОЗВИТКОМ
СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ**

СЕКЦІЯ

КРЮКОВА І.О.

Інструментарій управлінського контролю сталого агробізнесу 420

ГУТОРОВА О.О., КУПРІЯНОВ О.С.

Стратегічне планування розвитку сільських територій:
сутність, моделі, напрями удосконалення 423

ІЛЬЧЕНКО А.Є.

Місце та роль планування в управлінні підприємством 427

POSTERNAK I., POSTERNAK S., POSTERNAK O.

Formation streams continuous development fronts works
of the complex town-planning power reconstruction 470

ГРЖЕВА О.М.

Базові елементи моделі антикризового
управління підприємством 474

АВАНЕСОВА О.С.

SMM маркетинг в соціальних мережах і його вплив на бізнес..... 478

БЕЛЯЄВ О.І.

Генезис поняття «маркетингова стратегія»..... 480

ВОРОНКОВА А.А., РОВЧАК Т.Є.

Сучасний стан та перспективи розвитку
галузі тваринництва в Україні..... 483

ГОДОВАНЮК А.В., ГОНЧАРУК К.В.

Цифровий маркетинг як інноваційний інструмент менеджменту 486

ДРОНОВА Т.С., ДРОБОТ А.

Організація маркетингових взаємовідносин
в електронній торгівлі..... 489

ЄФРЕМОВ А.О.

Роль поведінкової економіки як сучасної економічної
теорії в моделюванні і управлінні бізнес-процесами 491

ЖАРАЇНСЬКА Р.Г., ПИЛИПЧУК В.А., ТРИНЧУК А.А.

Методичні підходи до оцінки ефективності
діяльності некомерційних закладів охорони
здоров'я на ринку медичних послуг України 492

КАБАНЕЦЬ О.О.

Сутність та особливості маркетингової стратегії
діяльності аграрного підприємства 499

КІБКАЛО А.Є.

Інноваційні інструменти цифрового маркетингу 502

КОЛЕДІНА К.О.

Сучасні інструменти проектування
бізнес-процесів підприємства..... 505

КУРСЬКА А.А.

Удосконалення системи організації управлінської
праці у сільськогосподарському підприємстві 507

ЛЕОНТЕНКО О.М.

Соціальні аспекти якості трудового життя працівників..... 510

ЛИСИЦИНА Д.І.

Маркетинговий менеджмент підприємства «Наша Ряба» 515

МАТВЄЄВА Д.В.

Управління використанням ресурсного
потенціалу сільськогосподарського підприємства..... 517

МІЩУК Є.В.

Прийняття управлінських рішень щодо організації
діяльності посадовців під час війни
з використанням маркетингових інструментів..... 520

МУКОВОЗ В.С., ВОРОНЯНЬСКА Ю.О.

Сучасний стан розвитку галузі тваринництва 522

ПАВЛОВСЬКА І.Г.

Теоретичні основи проведення маркетингового
аналізу стану продовольчої безпеки країни..... 525

ПАСТУХ О.В.

Стратегічне управління потенціалом конкурентоспроможності
аграрних підприємств..... 529

РИБАЛКО-РАК Д.А., КУЖЕЛЬ Н.А., ДМИТРЕНКО В.В.

Кадровий потенціал підприємства: необхідність
розвитку та актуалізація впровадження 532

САГАЧКО Ю.М., БОГОМОЛОВА К.С.

Цифрові інструменти в управлінні командою 534

СЛЮСАРЕВ Д.С.

Людські ресурси як інструмент управління
аграрними підприємствами на основі HR-брендингу 537

СОЛОПУН Н.М., МАРКОВ Е.Р.

Управління персоналом компанії
в умовах масштабування діяльності 541

ТИТАР А.В.

Принципи цифрового маркетингу
у B2B-сегменті та його вплив на бізнес 543

ТКАЧОВА С.С., БЕЛЄВЦОВА Т.С., ОСКАЛЕНКО С.О.

Управління організаційним розвитком компаній:
практичні аспекти..... 545

ТКАЧОВА С.С., МОРДОВЕЦЬ В.С., ХОМ'ЯК В.В.

Торговельні мережі: сутність поняття та класифікація..... 548

ТКАЧУК В.В.

Чинники продуктивності праці в аграрному секторі економіки..... 551

ЦАРУПА А.М.

Контент-маркетинг: стратегії та підходи
до створення ефективного контенту..... 553

ЧЕМОДАНОВА М.Ф., СУХИЙ В.Т., ВЕЛИКИЙ І.Є.

Вплив цифрової економіки на робочі місця
та зміну вимог до робочих навичок..... 556

ЧЕРКАСОВА В.С.

Штучний інтелект в маркетингу:
переваги і недоліки застосування 559

ЧУЙКО Н.В., ГОЛОВКО Д.О.

Управління збутовою діяльністю аграрних підприємств 563

СЕКЦІЯ

**АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ТА ПРІОРИТЕТНІ
НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ ОРГАНІЗАЦІЙ
ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ В СУЧАСНИХ
СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ УМОВАХ**

KOVACH D.L.

Some aspects of legal regulation of the activities
of individual peasant farms in the sphere of rural green tourism 567

ЗАЙКА С.О., КНАРЧЕВНИКОВА Л.С.

Foreign experience of legal regulation
of tourism industry enterprises 569

РОМАНЮК І.А.

Аналіз сучасних стратегій розвитку в туристичній індустрії та їх ефективність в умовах посилення конкуренції..... 573

АВРЯТА А.

Трансформація інформаційних технологій у сфері міжнародного туризму..... 575

БЕЗГІНОВА А.І.

Перспективи розвитку туристичної індустрії в Україні в післявоєнний період 579

БУДНИК Ю.В.

Сільський туризм як перспективний напрям розвитку туризму 581

ВОВК К.М.

Івент-технології в освітньому процесі: підготовка фахівців з місе-туризму..... 584

ГАЛУНІН О.

Особливості інфраструктури ділового туризму 586

ГАРКУША Є.Ю.

Трансформація систем управління в умовах диджиталізації 588

ГОМОЛЯ Д.Д.

Принципи сталого розвитку туризму 590

ГРЕБІНЮК В.Д.

Рекреаційна привабливість та ресурсний потенціал, як чинники розвитку туристичної сфери в Україні 593

ГРІБІНИК А.В.

Проблеми та напрями вдосконалення державного регулювання розвитку міжнародного туризму 595

ГРІДІН О.В.

Роль інновацій у забезпеченні відродження туристичної індустрії України 599

ДАВИДЕНКО К.М., БАБЕНКО Н.М.

Сучасні тенденції інноваційного розвитку готельно-ресторанного бізнесу..... 599

ДРЕВАЛЬ Д.

Проблеми та перспективи розвитку підприємств
туристичної галузі України 604

ЗАЙЦЕВА Н.

Робочі візити як складова ділового туризму 608

ЗУБЕНКО А.

Нетворкінг як інструмент встановлення
нових ділових контактів 609

КАЛІНІЧЕНКО С.М.

Сучасні тенденції та шляхи подальшого розвитку
медичного туризму в Україні 612

КОСТИРКА Ю.В.

Вплив глобалізації на розвиток ділового туризму 614

КУР'ЯНОВ К.Д.

Роль ділового туризму в економічному розвитку країни 617

ЛАЗАРЕНКО А.В.

Міжнародний туризм та його місце
у забезпеченні соціально-економічного розвитку України 620

ЛАПЧЕНКО А.С.

Український музейний туризм за кордоном в умовах війни 623

ЛОПАТКІНА В.В.

Особливості інновацій в індустрії туризму 626

ЛУКАШИК К.С.

Ключові аспекти сталого розвитку туризму 628

МЕРЧАНСЬКИЙ В.В., БОГУНЕНКО А.Г.

Характеристика поняття «дитячий туризм» 632

НЕСТЕРЕНКО Б.С.

Сучасний стан та розвиток інсентив-туризму в Україні 634

ОБЕЛЬЧАК А.В., МІЩУК Є.В.

Розвиток туризму як драйвер
підвищення національної безпеки 637

РЕЗНІКОВ Я.

Особливості організації і проведення наукових ділових заходів 639

СЕРБІНЕНКО М.

Інноваційні підходи у сфері туризму
та готельно-ресторанній справі 641

ТАРАСЮК А.В., ВЕРІН О.Є.

Актуальні проблеми та пріоритетні напрямки
розвитку організацій туристичної сфери
в сучасних соціально-економічних умовах..... 643

ТКАЧЕНКО С.Ю.

Специфічні властивості та особливості
ринку туристичних послуг в Україні..... 646

ХУДАВЕРДІЄВА В.А., ВОРОБІЙОВ І.А., ГАЛАУЗ А.О.

Елементи різних видів туризму в рамках міського туризму 649

ХУДАВЕРДІЄВА В.А., КОВАЛЕНКО Д.О., ПАРФЕНЯ І.О.

Напрями і перспективи розвитку міського урбан-туризму..... 652

ХУДАВЕРДІЄВА В.А., ШЕНКАРЬОВ В.Ю., ЯКОВЕНКО Д.М.

Головні аспекти розвитку системи
національного туристичного продукту 656

ЧЕРНОВ Д.

Роль кейтерингових компаній в проведенні ділових заходів 660

ШИЛО Д.С.

Напрями післявоєнного відновлення сфери туризму 663

НАУКОВЕ ВИДАННЯ

**УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ
СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ**

**Матеріали VII Міжнародної
науково-практичної конференції**

Державний біотехнологічний університет

Відповідальна за випуск *О.В. Смігунова*

Редактори: *В.М. Онегіна, В.М. Нагаєв*

Підписано до друку 22.04.2023.

Формат 60 × 84 ¹/₁₆. Папір офсетний.

Гарнітура Garamond. Офсетний друк.

Умовн. друк. арк. – 42,5. 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.