

Міністерство освіти і науки України
Одеська державна академія будівництва та архітектури
Придніпровська державна академія будівництва та архітектури
University of Wroclaw
University of Pitesti
Polytechnic in Pozega

МАТЕРІАЛИ

IV міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції
«СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ
РЕГІОНІВ: ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРИКЛАДНІ АСПЕКТИ»

21 квітня 2021 року



ОДЕСА – 2021

УДК 332.122

JEL 0 18

Редакційна колегія:

Ковров А.В., к.т.н., професор

Кровяков С.О., д.т.н., доцент

Крутій Ю.С., д.т.н., професор

Педько І.А., д.е.н., професор

Окландер Т.О., д.е.н., професор

Серьогіна Н.В., відповідальний секретар

«Сучасні тенденції економічного розвитку регіонів: теоретичні та прикладні аспекти»: матеріали IV міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції. – Одеса: ОДАБА, 2021. – 482 с.

Міжнародна науково-практична Інтернет-конференція «Сучасні тенденції економічного розвитку регіонів: теоретичні та прикладні аспекти» внесена до Плану проведення наукових конференцій та семінарів Міністерства освіти і науки України на 2021 рік (Лист Державної наукової установи «Інститут модернізації якості освіти» МОН України №221/10-37 від 13.01.2021 р.).

Рекомендовано до друку рішенням Вченої Ради ОДАБА
(протокол № 7 від 29 квітня 2021 року)

Матеріали публікуються за оригіналами, поданими авторами. Автори несуть відповідальність за якість та вірогідність наведених відомостей, точність даних за цитованою літературою та за використання даних, що не підлягають відкритій публікації.

© Одеська державна академія будівництва та архітектури, 2021

Програмний комітет конференції:

Ковров А.В. – ректор Одеської державної академії будівництва та архітектури, к.т.н., проф. – *голова комітету*

Кровяков С.О. – проректор з наукової роботи Одеської державної академії будівництва та архітектури, д.т.н., доц.

Крутій Ю.С. – проректор з науково-педагогічної роботи Одеської державної академії будівництва та архітектури, д.т.н., проф.

Urszula Banaszczak-Soroka – Ph.D., Assistant Professor, University of Wrocław

Wioletta Nowak – Ph.D., Assistant Professor, University of Wrocław

Daniela Pîrvu – Vice-dean of the Faculty of Economic Sand Law, Assistant Professor, University of Pitesti

Alina Hagi – Ph.D, University of Pitesti

Berislav Andrić – Ph.D, Assistant Professor, Vice Dean for Development, Polytechnic in Pozega

Фісуненко П.А. – декан економічного факультету Придніпровської державної академії будівництва та архітектури, к.е.н., доц.

Педько І.А. – директор Навчально-наукового інституту бізнесу та інформаційних технологій Одеської державної академії будівництва та архітектури, д.е.н., проф.

Організаційний комітет конференції:

Окландер Т.О. – завідувача кафедрою економіки та підприємництва Одеської державної академії будівництва та архітектури, д.е.н., проф. – *голова*

Серьогіна Н.В. – доцент кафедри економіки та підприємництва Одеської державної академії будівництва та архітектури, к.е.н. – *відповідальний секретар*

Яшкіна О.І. – професор кафедри маркетингу Одеського національного політехнічного університету, д.е.н., проф.

Павленко О.П. – завідувач кафедри публічного управління та менеджменту природоохоронної діяльності Одеського державного екологічного університету, к.е.н., доц.

Пандас А.В. – доцент кафедри економіки та підприємництва Одеської державної академії будівництва та архітектури, к.е.н., доц.

Петрищенко Н.А. – доцент кафедри економіки та підприємництва Одеської державної академії будівництва та архітектури, к.е.н., доц.

Ракицька С.О. – доцент кафедри економіки та підприємництва Одеської державної академії будівництва та архітектури, к.е.н., доц.

ЗМІСТ

Секція 1. Проблеми та перспективи розвитку економіки із урахуванням

інноваційних тенденцій.....	12
Alghadhywi M. Y. H. Digitalization of industry: new opportunities and prospects	12
Nowak W. Social crisis in the era of might and happiness: evidence from Turkmenistan	16
Артюхов А.Є. Університет: місія забезпечення якості освіти як детермінанти соціально-економічних інновацій в регіоні.....	18
Байрачна А.С., Вороніна М. Проблеми впровадження інноваційних тенденцій в економіці	20
Байрачна А.С., Ковтун М. Проблеми та перспективи розвитку економіки із урахуванням інноваційних тенденцій	22
Бойко Ю. Б. Деякі аспекти інноваційного розвитку економіки України.....	25
Бриль І.В. Становлення та перспективи розвитку інтелектуалізації.....	27
Брюховецький Я.С. Ризики і загрози цифрової трансформації.....	30
Власенко О. С., Беспалова А. Г. Зарубіжний досвід медичного страхування та можливості його імплементації в Україні.....	32
Гільорме Т. В. Розвиток глобального комерційного ринку космічної продукції та послуг.....	36
Глигало Н.А., Богун М.М. Перспективи розвитку безготівкових платежів в сучасних умовах.....	39
Горблюк С.А., Ревіталізація здеградованих міських територій у контексті концепції компактного міста.....	42
Грабова І.Д. Удосконалення інформаційного забезпечення аналізу господарської діяльності.....	44
Жабинець О.Й. Основні інструменти інноваційної політики Польщі.....	48
Жмай О. В. Важливість ефективного управління логістичними потоками в сучасному глобалізованому світі (на прикладі «кризи Суецького каналу»).....	50
Значек Р.Р., Оніщук Х.І. Сучасні проблеми регіонального розвитку України та шляхи їх вирішення.....	54
Зюзя А. О. Розвиток інтелектуального підприємництва, як стратегічний напрям та фактор підвищення ефективності інтелектуального потенціалу національної економіки.....	57
Кириченко А. В. Перспективи розвитку особистого страхування з урахуванням інноваційних тенденцій.....	63

Сучасні тенденції економічного розвитку регіонів: теоретичні та прикладні аспекти

Клевцова Н.В. Формування сучасних економічних механізмів держави з урахуванням Світових інноваційних тенденцій.....	66
Коваленко Г. О. Інноваційний розвиток економіки країни, сучасний стан та перспективи.....	69
Лахно Ю.С. Роль банківської системи в економічному розвитку країни.....	72
Левицький Д.В. Перспектива розвитку підприємництва з появою тенденції вторинної переробки відходів.....	75
Линенко А.В., Пурик А. Ю.Фінтех в Україні: розвиток і доступність для суб'єктів бізнесу та громадян.....	78
Лях І.І. Питання інтеграції України до європейського інноваційного простору.....	81
Пиріжок Ю.Л. Впровадження інвестиційних інструментів на регіональних та муніципальних рівнях.....	84
Похиленко Н.М. Спроможності сільського населення зайнятого в аграрному секторі економіки до дифузії інновацій.....	87
Рощина Н.В., Бородай Т.А. Генеративно-змагальні нейронні мережі для портфельного аналізу.....	91
Рощина Н.В., Тулупов М. Інноваційні технології забезпечення банківської безпеки в Україні.....	95
Снопенко Г.В. Еволюція систем оцінки персоналу під впливом розвитку технологій штучного інтелекту.....	98
Суворов М. Роль та місце альтернативної енергетики у вирішенні регіональних економічних і екологічних проблем.....	101
Терендій А.Б. Особливості залучення іноземних інвестицій в економіку України.....	105
Хаджикова О. П. Промислові вітроенергетичні станції: сучасний стан та перспективи офшорної вітроенергетики в Європі.....	109
Худавердієва В.А. Особливості державного регулювання розвитку економіки аграрного сектора у сучасних умовах.....	113
Цвілий С.М. Організаційно-інноваційні аспекти підвищення кваліфікації трудових ресурсів сфери гостинності на регіональному ринку праці.....	117
Чмут А.В. Козонак А.В. Перспективи розвитку вільних економічних зон у світі.....	121
Шевчук О.А. Зовнішньоекономічна діяльність: виклики глобалізації.....	124

Сучасні тенденції економічного розвитку регіонів: теоретичні та прикладні аспекти

Юшин С.О. Національна інноваційна система як стратегічна передумова гармонійної трансформації територіального устрою держави.....	127
Секція 2. Економіка підприємства в сучасному конкурентному середовищі.....	131
Petryshchenko N.A., Sadigli Elnur Hurban ogli. Use of resource potential of enterprises.....	131
Zhmai A. V., Cherpurna L. V. Management features in the implementation of the "Blue Oceans Strategy"	133
Zhmai A. V., Rudiak D. A. The growth mindset impact on start-ups.....	136
Базалійська Н. П. HR-технології управління персоналом як елемент HR-інжинірингу системи управління підприємством.....	139
Білявський В.М., Приходько В.Є. Організаційні зміни на підприємстві в умовах поведінкової економіки.....	143
Богущька О.А. Методи, фактори та показники оцінки інтелектуалізації підприємств.....	146
Денисенко Т.С., Матюшко М.М. Офшор, оншор, мідшор – вибір юрисдикції з погляду оптимізації оподаткування.....	150
Долока Л. В. Проблеми розвитку малих підприємств в умовах пандемії COVID-19.....	153
Єременко І. А., Линенко А. В. Дослідження процесів об'єднання підприємств в Україні.....	156
Жусь О.М., Юреску А.О. Мотивації персоналу, як інструмент оптимізації витрат підприємства.....	159
Зайцева Л. О. ESG фактори та відповідальне інвестування.....	162
Кизьюрова Є.А., Цимбал Ю.О., Рощина Н.В. Фінансова стратегія та її роль у забезпеченні стабільної діяльності підприємства.....	165
Коритько Т. Ю., Крук О. М., Формування та реалізація інвестиційної політики промислових підприємств.....	168
Кулікова Л.В., Ляшенко І. В. Контроль витрат і стимулювання ресурсозбереження на підприємствах.....	171
Овчинникова О. М. Адаптація підприємства до конкурентного середовища, сформованого довгостроковим локдауном.....	174
Окландер Т.О., Каранфіл В.Г. Планування руху матеріальних ресурсів і підвищення ефективності діяльності підприємства.....	177
Оніщенко Ю. М. Економічна сутність оборотних активів підприємства.....	180

Сучасні тенденції економічного розвитку регіонів: теоретичні та прикладні аспекти

Пенез О.В, Єрлик А.О, Недобросовісна конкуренція як проблемне явище у діяльності підприємства.....	183
Петрищенко Н.А. Маркетинговий потенціал підприємств в сучасних умовах.....	187
Підгорна Ю.В. Вплив ринку пряжі на виробництво шкарпеток.....	190
Приймаченко О.О. Управління виробничим потенціалом підприємства.....	192
Приходько В.А., Сейсебаєва Н.Г. Аналіз внутрішніх загроз в безпеці фінансово-кредитних установ.....	195
Саєнко С.Р. Формування фінансових результатів підприємства та шляхи їх підвищення.....	198
Янченко Н. В., Кустовська К. Я. Підприємство у системі національної економіки.....	200
Янченко Н. В.,Тимченко Д. Д. Економічний потенціал промислових територій на прикладі світового досвіду.....	203
Секція 3. Розміщення продуктивних сил та регіональна економіка.....	207
Nazarenko V. A. Urban subareas economic investments and new development opportunities: state and prospects.....	207
Казьмір Л. П. Особливості стратегування регіонального розвитку за умов цифрової трансформації економіки.....	210
Калина І. Г. Вплив COVID-19 на рівень благополуччя населення різних країн.....	213
Кербікова А.С. Аналіз демографічного потенціалу регіонів України.....	217
Кіртока Є.В. Дослідження потенціалу ринку праці ІТ-сфери України.....	220
Мантур-Чубата О.С., Дичок Х.Г., Шерепа Б.І. Особливості впливу іміджу керівника на ефективність управління підприємством.....	224
Мінаков О.В., Герасименко А.П. Організаційний дизайн як інструмент державного управління.....	228
Невідома К. О., Кривуля П. В. Проблемні питання достатності комплексу засад аналізу соціально–економічного розвитку регіонів (на прикладі Донецького економічного району України).....	232
Нестор О. Ю. Практичні аспекти управління активами територіальних громад.....	238
Серьогіна Н.В. Автодорожня інфраструктура як фактор зниження ризиків диспропорційності регіонів.....	241
Синюра-Ростун Н. Р. Регіональні особливості тінізації сфери комерційних послуг.....	244

Сучасні тенденції економічного розвитку регіонів: теоретичні та прикладні аспекти

Сторонянська І., Бенювська Л. Інвестиційна діяльність регіонів в умовах коронакризи.....	247
Шамара О. О. Продуктивні сили та економічні відносини як чинник соціально-економічного розвитку країни.....	250
Шмулевич П.В. Головні туристичні події регіону: стратегізація, економічні аспекти, сталий розвиток.....	253
Юрєвич Н. О., Цеханович В.Б. Формування транскордонних медичних кластерів як інструмент активності єврорегіонів.....	257
Секція 4. Економіка будівельного комплексу.....	260
Nalias D.O. Construction as a branch of material production and its role in the national economy.....	260
Білокінь І. О., Янченко Н. В. Принцип функціонування сучасного інвестиційно-будівельного комплексу.....	263
Ветрогоп О.В. Пасивний будинок – крок до енергозбереження.....	266
Гордієнко В.В. Аналіз сервісів з маркетингових досліджень будівельних підприємницьких структур в Інтернет-середовищі.....	268
Євдокімова О. М. Компоненти єдиної державної електронної системи у сфері будівництва.....	270
Кірдіна О. Г., Стешенко О. Д. Ризик-менеджмент в транспортному будівництві.....	273
Кулікова Л.В., Самсонова К.А. Сучасний стан будівельної галузі України.....	276
Лопатка К.А. Проблеми забезпечення економічної безпеки будівельного підприємства в Україні.....	280
Назаренко К.О., Янченко Н.В. Особливості будівництва як галузі економіки.....	284
Назаренко К.О., Янченко Н.В. Економічні аспекти застосування закордонного досвіду в еко-будівництві.....	287
Назаренко К.О., Янченко Н.В. Поняття будівництва як виду економічної діяльності.....	290
Ожерєдов Б.І., Янченко Н.В. Розвиток економіки США в ХХ столітті і еволюція залізничного транспорту.....	293
Осетян О.М. Створення сприятливого інвестиційного клімату в Україні за допомогою державних програм.....	297
Ракицька С.О., Крецул М.М. Прибутковість підприємств будівельної галузі України.....	299
Ступнікер Г. Л., Закінян Р. А. Оцінка витрат будівельного підприємства на основі структурно-динамічного аналізу.....	303

Сучасні тенденції економічного розвитку регіонів: теоретичні та прикладні аспекти

Тюлькіна К.О., Султан В.В. Аналіз результативності діяльності будівельної галузі України в сучасних умовах.....	306
Янченко Н. В., Коньшина К.А. Вплив економічних чинників на архітектуру та містобудування.....	310
Янченко Н. В., Криворотенко А.О. Переваги циркулярної економіки в галузі будівництва.....	312
Секція 5. Маркетинг та менеджмент в діяльності підприємства.....	316
Laur Inessa. Human resource acquisition strategies under the bootstrapping lens and eco-system stakeholders influence: A study on high growth construction ventures in Sweden.....	316
Pavlenko M.S, Khomenko L.M. Scarcity marketing as an effective marketing tool (on the example of clubhouse).....	320
Posternak I.M., Posternak S.A. Reducing of economic losses in the activities of the urban energy reconstruction complex.....	324
Sorokina A.M. Use of communicative technologies on the formation of the image at the enterprise.....	328
Tarasenko A. V. Improvement of enterprise management in modern market conditions of economy.....	331
Білявська Ю.В., Мовчан Т.С. Методичні аспекти оцінки ефективності операційної діяльності промислового підприємства.....	335
Василенко Д.В. Методи стимулювання збуту та їх розвиток в Україні.....	339
Власенко Н.А. Деякі екологічні рішення, направлені на забезпечення конкурентоспроможності регіону.....	341
Гайдукова О.О. Реклама: ефективний інструмент реалізації продуктів харчування через мережу Інтернет.....	345
Годованюк А.В. Сучасний маркетинг в діяльності підприємства.....	349
Горобей К.Р., Мосієнко О.В. Роль та розвиток Інтернет маркетингу.....	352
Жмай О. В., Тащи Е. Б. Розвиток сучасних технологій керівництва персоналом ділового підприємства.....	356
Жмай О. В., Філатова М. О. Аналіз корпоративної культури компанії Netflix.....	360
Значек Р.Р., Токарчук К.О. Маркетинг та логістика в агропромисловій сфері.....	364
Ізюмцева Н.В., Савьолова Т.О. Ідентифікація стадії життєвого циклу підприємства, як запорука ефективного менеджменту.....	366

Сучасні тенденції економічного розвитку регіонів: теоретичні та прикладні аспекти

Кібук А. М., Ширяева Н.Ю., Радчук Є. В., Розвиток менеджменту будівельної діяльності на прикладі АЛАН - ЛТД.....	370
Куценко А.О., Ажаман І.А., Телічко Н.А. Теоретичні основи стратегічного розвитку персоналу.....	373
Кушнір Т.М. Співвідношення понять «маркетинг відносин» та «партнерський маркетинг».....	378
Новаковська А. Р. Дефініція поняття «якість продукції».....	381
Рибак О.В., Ніколаєв Д.П. Місце інтернет-маркетингу в сучасному бізнесі.....	384
Урсаки В.В., Ажаман І.А. Теоретичні аспекти формування системи стратегічного управління.....	388
Фоміна Ю.С., Ажаман І.А., Гронська М.В. Сутність стратегічного управління.....	392
Шевчук О.А. , Кокідько Б.С. Суспільство споживання та його наслідки для майбутніх поколінь.....	397
Шестопалов В. І. Протиставлення акторами функціонально-вартісного аналізу негативних рольових інтерпретацій позитивним інтерпретаціям окремих маркетингових характеристик вартості об'єктів аналізу.....	400
Секція 6. Адаптація обліку, аналізу та аудиту до економічних змін.....	404
Августова О.О. Оцінювання вартості бізнесу: міжнародні інструменти.....	404
Безпала Є.О., Байрачна А.С. Облік і аудит в умовах глобалізації економіки.....	407
Грабова І.Д. Організація обліку з оподаткування прибутку підприємства.....	410
Дерев'янко Ю.В., Гоцуляк В. Д. Аналіз ефективності публічних закупівель в Україні.....	414
Іскра В.В., Гоцуляк В.Д. Аналітичні інструменти як засіб попередження кризових явищ в господарській діяльності підприємства.....	418
Камбур О.Л., Посайда Д.В., Кольва К.В. Аналіз економічних даних в середовищі Power BI.....	422
Кириленко Н. О., Толмачова А. М. Аналіз ефективності використання трудових ресурсів підприємства.....	424
Кириленко Н. О. Аудит розрахункових операцій: теоретичний аспект.....	427
Матковська Д. А. Аудит виробничих запасів і його значення у прийнятті управлінських рішень в сучасних умовах господарювання.....	431
Нікуліца Д.Р. Уцінка запасів: облік і податкові наслідки.....	435

Сучасні тенденції економічного розвитку регіонів: теоретичні та прикладні аспекти

Пилипенко І.С. Зміни в 2021 році для спрощеної системи оподаткування, пов'язані з COVID-19.....	440
Пошивалова О.В. Формування ризикоорієнтованого аудиту в системі законодавчих змін.....	443
Сафонова К. Я., Кривуля П. В. Порівняння профілю належної конотації та фоносемантичного профілю потенційних позначень у вирішенні завдання розобозначення омонімічного терміну «економічний потенціал».....	446
Ткаченко А.А., Гудзенко А.В. Ефективність організації в управлінні грошовими потоками для забезпечення фінансово-економічної безпеки підприємства.....	452
Ятченко А.С. Впровадження та розвиток багатфункціонального програмного продукту “BAS Бухгалтерія”.....	455
Секція 7. Регулювання використання земельних ресурсів.....	458
Денисенко І.С. Інструменти ефективного регулювання землекористування.....	458
Кірін Р.С. Правове регулювання використання земельних ресурсів вугільних мономіст.....	461
Кулаков Є. В. Непропорційна забудова в областях України як прояв локального дефіциту пропозиції землі під житлове будівництво.....	465
Пандас А.В. Агломерації: особливості формування та перспективи розвитку.....	471
Шашула Л.О. Деякі особливості становлення ринку природно-ресурсних активів.....	473
Секція 8. Економічні аспекти використання об'єктів нерухомості.....	478
Ковальська Н.Ю., Ширяєва Н.Ю., Павлішина Г. В. Якість менеджменту майнових об'єктів на прикладі агенції нерухомості SLON.....	478
Новосьолова О. С., Рудик С. О. Вплив ринку нерухомості на економічні процеси.....	481

СЕКЦІЯ 1. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ ІЗ УРАХУВАННЯМ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕНДЕНЦІЙ

*Alghadhywi M. Y. H., PhD Student
Lesya Ukrainka Volyn National University,
Lutsk, Ukraine*

Digitalization of industry: new opportunities and prospects

Given the global trends of digital technologies, the modernization of the national economy and its industry to ensure sustainable development is a matter of time. Digitalization has a huge potential for business and society. Digital technologies are constantly evolving and integrating into global networks, integrating into various spheres of society and changing the global economy. Therefore, today the issue of formation and implementation of the strategy of digital economy development, its digitalization is an important area of both research and practice.

For example, the concept of CSR and sustainable development was actually formed and developed in parallel. That is why they should be considered as complementary categories. Sustainable development, including sustainable spatial and sustainable urban development, is impossible without the use of CSR as an instrument for its achievement. Construction of the most effective model of interaction, which involves the use of CSR as an instrument, depends on the specific needs and specificities of a particular local, regional or national model [1]

In 2015, the World Economic Forum (in Davos) adopted the Digital Transformation Initiative (DTI). The European Commission presented the European Industry Digitization Initiative (DEI) in April 2016 in a document entitled “Digital Market –Industry Digitization: Questions and Answers”.

The digital economy involves the digital transformation of all spheres of life, giving them significant economic and social effects. In particular, countries that

invest in new technologies as a result receive accelerated growth of the national economy [2].

The European Industry Digitization Initiative aims to strengthen the EU's competitiveness in digital technologies and to ensure that every business in Europe - regardless of the sector, wherever it is located - can fully benefit from digital innovation.

As part of the Digital Single Market strategy, the DEI initiative is structured around five main pillars [3]:

1. European Platform for National Industrial Digitization Initiatives
2. Digital Innovation for All: Digital Innovation Centres
3. Strengthening leadership through partnerships and industrial platforms
4. Regulatory framework corresponding to the digital age
5. Preparing Europeans for a digital future

To make the most of the digital transformation of industry, it is necessary to ensure the commitment of the Member States, regions, and the private sector to attract investment to digitize industry. In a digital economy, human capital and information technology play a crucial role, so significant investment is made in adapting to new changes in the workforce and education system. The digitalization of industry in line with the principles of inclusive development provides every citizen with equal access to services, information, and knowledge provided on the basis of information and communication technologies [4]. The implementation of this principle is possible in the presence of consolidation efforts of politicians, public authorities, businesses, and the public.

The digital transformation of the industry requires systemic changes in business processes, business models, and economic relations, both within and around the enterprise [5]. Therefore, one of the key priorities of DEI is to help small and medium-sized enterprises to improve their business, production processes, products, and services through digital technologies. In the context of the spread of digital technologies in the industry, it is advisable to strengthen public-private partnerships.

An important component is the updating of regulations that form the basis of digital regulatory policy. Supporting the digitalization initiative, the EU is paying particular attention to building a legal framework in key areas such as cybersecurity and free data flow.

Foreign countries and major leading companies in the world have already responded to the challenges of the “Fourth Industrial Revolution” and approved appropriate strategies and action plans for the digitalization of economic activity. Analysis of the world experience of the digital transformation of industry shows that leading in this direction are such concepts as Industry 4.0 (Industry 4.0), Smart Manufacturing (Smart Manufacturing), Digital Manufacturing (Digital Manufacturing), Internet in Industry (Internet of Manufacturing), Open Manufacturing (Open Manufacturing) [6].

In order not to stay away from scientific and technological progress, Ukraine should intensify the use of digital technologies and the benefits of implementing strategies for the digital development of the national economy. “Digital” technologies are necessary to increase the efficiency of the Ukrainian industry, and in some sectors, they are becoming the basis of product and production strategies [7]. It should be noted that Ukraine has already adopted a number of strategic documents, which provide for measures aimed at creating the necessary conditions for the development of the digital economy, the formation of the information society. At the same time, for their practical implementation it is necessary to change traditional business models and production chains, to stimulate the emergence of new products and innovations.

In conclusion, it should be noted that the main directions of digitalization of industry should be: public support and development of public-private partnership to create conditions for the digital transformation of industry; create appropriate incentives (information-marketing, fiscal, etc.) for the introduction of modern information technology in the industry; adapt education and training programs for the IT sector and digital industries for industrial sectors.

References:

1. Voichuk, M. Corporate Social Responsibility as an Instrument of Sustainable Development Goals Achieving. *International Journal of New Economics and Social Sciences*. 2018. 8(2), 150-151. <https://doi.org/10.5604/01.3001.0012.9936>
2. Matveychuk L.O. Digital economy: theoretical aspects. *Bulletin of Zaporizhia National University: Collection of scientific works. Economic sciences*. 2018. № 4 (40).P. 116–127.
3. European Commission. Pillars of the Digitising European Industry initiative. URL: <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/pillars-digitising-european-industry-initiative>
4. Tsymbaliuk I. O. Principles of inclusive regional development in the conditions of financial decentralization. *Innovative economy. Research and production journal*. 2019. № 5–6. P. 125–133.
5. Digitalization of industry: best practices for promoting the digital transformation of SMEs in traditional sectors of the economy. Eufordigital. URL: <https://eufordigital.eu/uk/digitising-industry-best-practices-to-promote-the-digital-transformation-of-smes-in-traditional-sectors-of-the-economy/>
6. Yanenkova I.G. Digital transformation of Ukrainian industry: key accents. *Problems of economy*. 2017. № 4. P. 179–184. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pekon_2017_4_23
7. Rozgon O. V. Problems and prospects of digitalization of industry. *Regional innovation initiatives: tasks and solutions: materials of the Round Table*. 2019. P. 114–120

Supervisor: Tsymbaliuk Iryna, PhD in Economics, Associate Professor

*Nowak W., Ph.D., Assistant Professor
University of Wroclaw, Wroclaw, Poland*

Social crisis in the era of might and happiness: evidence from Turkmenistan

The Turkmen economy has been growing very fast in the twenty-first century. Between 2001 and 2018, a level of GDP per capita in constant US\$ increased over three times. The government has produced a lot of various programmes and strategies aimed at achieving sustainable development and improving the quality of life of the citizens. The authorities claim that nearly 80% of the Turkmen budget has been annually allocated for social needs. The State News Agency of Turkmenistan TDH shows Turkmenistan as a prosperous and welfare country. Thick chronicles of presidential great accomplishments are published each year. President Berdymukhamedov announced in 2012 that Turkmenistan entered into the Era of Might and Happiness. On the other hand, at the beginning of the 2020s, Turkmenistan records the most severe food and social crisis in its history. Therefore, the aim of the paper is to identify main causes of food and social crisis in Turkmenistan.

The analysis of social crisis in one of the most authoritarian and isolated countries in the world is not easy. The Turkmen official statistics are scarce and very often distorted. Datasets of the World Bank and the Asian Development Bank contain short and incomplete time series of selected variables. Moreover, international datasets comprise data that are officially reported by the authoritarian government. Due to the lack of data on Turkmenistan's trade in international statistics, the study of the Turkmen merchandise exports and imports is possible only using data reported by trading partners of the country.

The Turkmen state reports show only president's accomplishments. Officially, there are no any food and social crisis in Turkmenistan. Therefore, the analysis is based on a critical review of independent news websites like Vienna-based Chronicles of Turkmenistan, Amsterdam-based news website Turkmen.news, a weekly Eurasianet column called Akhal-Teke: A Turkmenistan Bulletin, the U.S.-

funded Radio Free Europe/Radio Liberty RFE/RL's Turkmen Service, and reports of Human Right Watch.

Over the period from 2001 to 2018, the average annual GDP growth rate in Turkmenistan was over 8%. The fast economic growth in the country has been driven primarily by the extractive and construction sectors. In the analysed period, petroleum gas accounted for nearly 87% of Turkmenistan's total exports of goods. From 2011, China has been mainly destination for the Turkmen gas. China is also a major creditor for Turkmenistan. Hence, the Turkmen economy heavily depends on fluctuations of gas prices on global markets and China's policy towards the country.

In the years 2014-2015, energy prices drastically fell on global market. Since then, Turkmenistan has experienced a currency crisis. Despite shortages of the hard currency, the authorities has been continuing large-scale investment programmes. Currency and economic problems were passed onto the society. In January 2016, the convertibility of domestic currency into dollars was suspended for citizens. After that, market prices of goods and services have been constantly growing with the increase of the black-market exchange rate. At the same time, the subsidized food in state-run stores has been rationing. Groceries are available in unlimited quantities at market prices but they are practically unattainable for the poor due to their high prices. From 2015, group layoffs of employees in public sector and state-owned enterprises have been recorded. Additionally, state employees have experienced wage arrears of two to three months and cutting salaries. They have to participate in financing of government projects in progress, too. Moreover, the authorities ended a free provision of population with electricity, gas, and drinking water in 2018.

Dismantling the large state-run social security system, rationing of groceries at preferential prices at state-run stores, hyperinflation, layoffs of state employees, wage arrears and various payroll deductions, growing difficulties in running a private business, and depriving people of possibility to exchange the currency at the official rate, caused not only a drastic decline in standard of living of ordinary people but also food crisis in Turkmenistan.

Артюхов А.Є.
Сумський державний університет, м. Суми, Україна

Університет: місія забезпечення якості освіти як детермінанти соціально-економічних інновацій в регіоні

Інноваційний розвиток регіону має в своїй основі успішну взаємодію між «генераторами» та «споживачами» інновацій. Це важливе зауваження бо інновація – це не просто пропозиція до вдосконалення, яка запропонована в результаті інтелектуальної діяльності. Інновація як така, що склалась, визначається фактом її впровадження в реальний сектор економіки з відповідним позитивним результатом від її появи [1,2].

Важливу роль у створенні життєздатних інновацій, безперечно, відіграє університет як осередок трансферу знань і технологій у регіоні. Однак успішна інноваційна діяльність неможлива без забезпечення належної якості освіти та відповідного фінансового підґрунтя функціонування університету. Останнє стає можливим за рахунок спільної діяльності з промисловістю і бізнесом (рисунок 1).

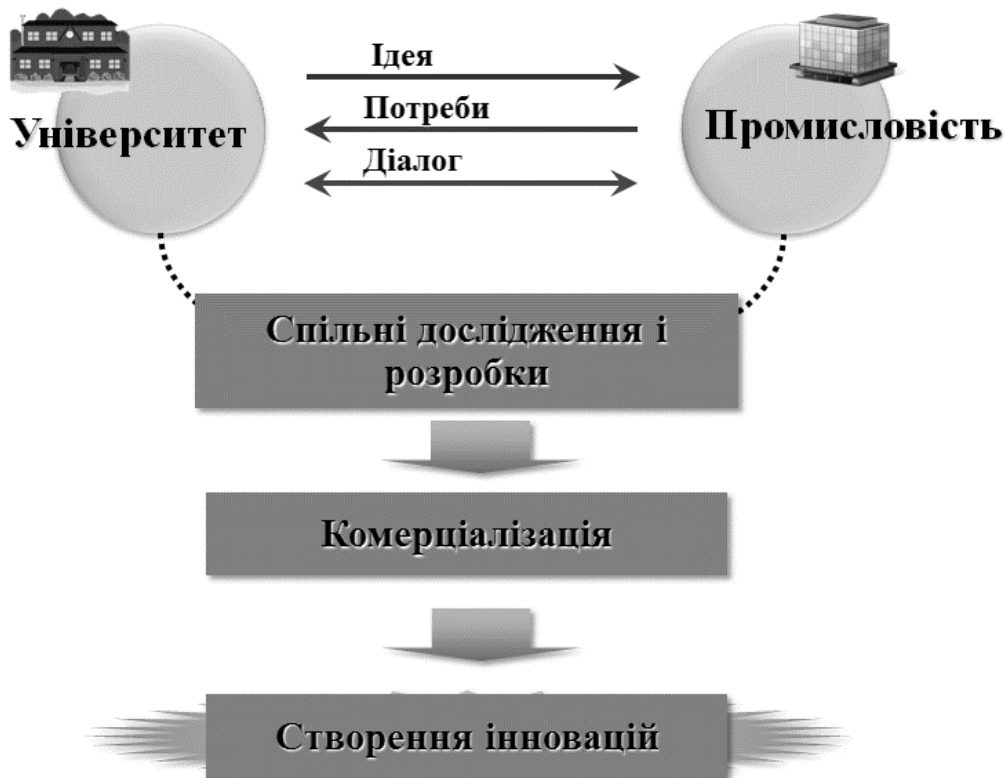


Рис. 1. Модель зв'язку «університет – промисловість»

Якщо зробити спробу розширення місії університету за межі економічної складової, розглянувши додатково і соціальний вплив, то слід говорити і про випускників з їх впливом на формування іміджу закладу і регіону в цілому (рисунок 2).

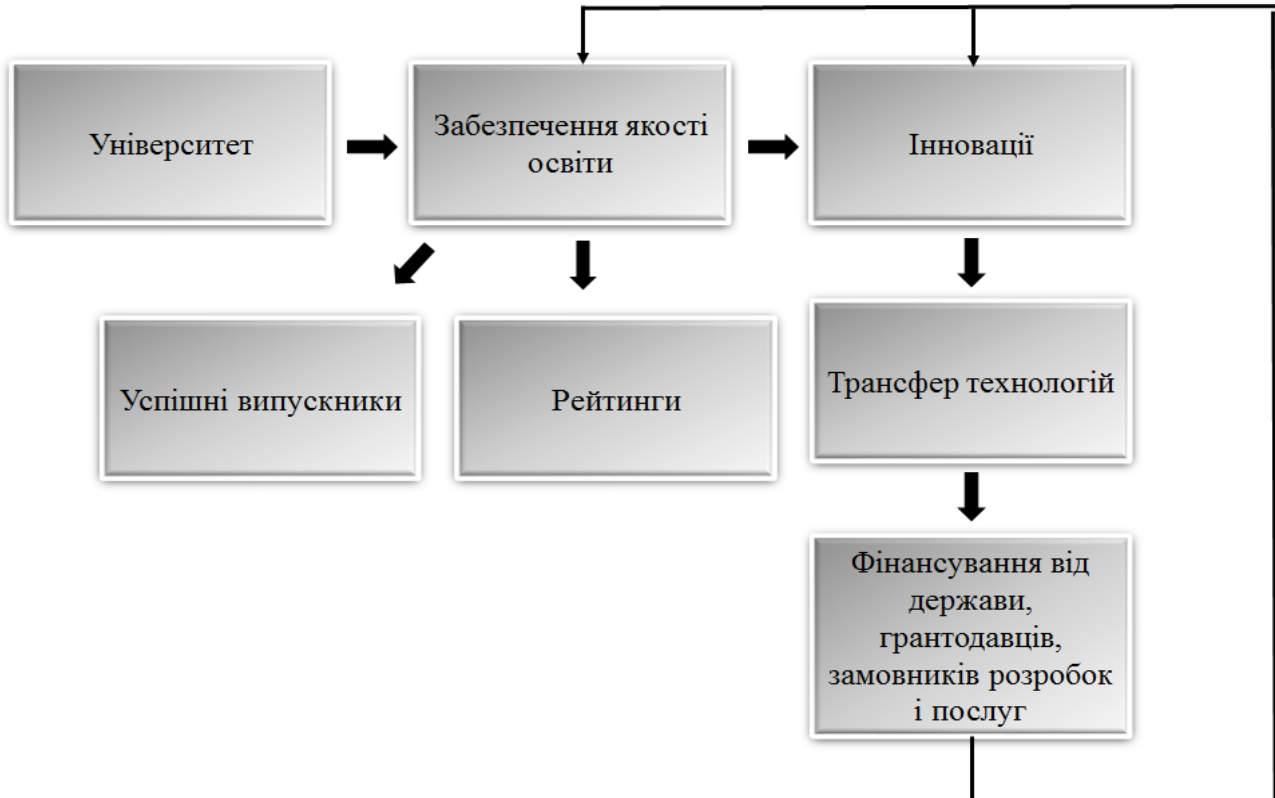


Рис. 2. Модель соціально-економічного впливу університету

Наведені моделі можуть бути розвинуті і деталізовані з урахуванням особливості побудови систем внутрішнього забезпечення якості, галузі знань підготовки випускників, промислової інфраструктури регіону тощо. Основним при цьому є визначення сталого зв'язку між якістю освіти та досягненнями університету в підготовці кадрів і трансфері технологій.

Література:

1. Anderson, N., Potočník, K., Zhou, J. Innovation and Creativity in Organizations: A State-of-the-Science Review, Prospective Commentary, and Guiding Framework. *Journal of Management*. 2014; 40(5):1297-1333.
2. Laperche, B. General presentation innovation processes: why institutions matter. *Journal of Innovation Economics & Management* 2012; 1(1): 3-11.

*Байрачна А.С., асистент кафедри фінансів, обліку та банківської справи
ННІнЕБ, м. Старобільськ, Україна
Вороніна М. студентка 3 курсу
Спеціальності «Фінанси, банківська справа та страхування»*

Проблеми впровадження інноваційних тенденцій в економіці

У сучасному бізнесі існує проблема формування конкурентоспроможності підприємств. Корпорації інших держав своїми нововведеннями витісняють з ринку менш популярні українські підприємства чи купують їх активи, інтегруючись в нашу економіку. Продукція іноземних виробників якісніша, надійніша, задовольняє потреби споживачів.

Модерний напрямок підприємницької діяльності забезпечує конкурентні переваги для суб'єктів підприємства, дає їм гарантію на зміцнення ринкових позицій, сприяючи економічному розвитку тих країн, які підтримують розвиток інноваційного підприємництва.

Економіці України не вистачає умов для науково-технічних новацій, тому що рівень виробничої бази промисловості є низьким, а фінансування державою дослідно-конструкторських та наукових розробок є слабким. Одним із головних завдань та умов становлення економічної незалежності України є активізація інноваційної діяльності наукової і виробничої сфер.

Роботи Й. Шумпетера вважаються основою для розуміння суті інноваційного підприємництва. Там підприємництво вперше пов'язується з розвитком технологій, нововведеннями, економічним зростанням [1]. Інноваційною моделлю розвитку України цікавляться такі вчені як: А. Сірко, А. Кінах, М. Пашута. Також О. Волков і М. Денисенко діагностують сучасний інноваційний ресурс і систему модерного менеджменту на різних рівнях [2].

Можна виділити основні проблеми, які перешкоджають введенню інноваційної діяльності:

- ❖ невисока конкурентна позиція підприємства;
- ❖ недостатність коштів у підприємства, відсутність кредитів або реальних прямих інвестицій;
- ❖ дефіцит компетентних працівників;
- ❖ відсутність хороших ідей для створення інновацій;

- ❖ низький попит на інновації на ринку та їх комерціалізації;
- ❖ нестача ділових партнерів.

На нашу думку існують певні шляхи вирішення проблем інноваційної політики України:

- створення статистичної звітності малих інноваційних підприємств;
- вдосконалення законодавчо-нормативної бази щодо регулювання інноваційної діяльності;
- впровадження прогресивної шкали оподаткування для венчурних підприємств;
- введення диференційованих податкових пільг для підприємств залежно від їх активності в інноваційному процесі;

Українські підприємства впроваджують зовнішні інновації, бо немає змоги проводити внутрішні розробки. На сьогодні треба створити потужну інноваційну інфраструктуру, вдосконалити законодавство та на державному рівні створити передумови для фінансування інноваційних проєктів і залучення інвестицій. Україна має неабиякий потенціал для розвитку інноваційного підприємництва, потужні креативні та інтелектуальні ресурси, тому для досягнення успіху, треба розвивати їх. Проте, щоб втілити все це у житті, необхідні радикальні зміни, ефективний менеджмент, державна підтримка та ресурсне забезпечення.

Якщо ми не активуємо інноваційний наш потенціал, то не зможемо досягти прогресивних змін в Україні. І насамперед в цьому потрібна допомога держави, оскільки саме держава виступає рушійною мотивуючою силою для структурних зрушень в економіці. І саме держава повинна бути перш за все зацікавленою в тому, щоб налагодити інноваційний розвиток підприємств, малого та середнього бізнесу та великих гігантів та корпорацій.

Література:

1. Шумпетер Й.А. Теорія економічного розвитку [Електронне джерело] —
2. Економіка і організація інноваційної діяльності : підр. / О.І. Волков, М.П. Денисенко, А.П. Гречан та ін.; під ред. проф. О.І. Волкова, проф. М.П. Денисенка. — К. : ВЦ «Професіонал», 2004. — 960 с.

*Байрачна А.С., асистент кафедри фінансів,
обліку та банківської справи ННІнЕБ,
Ковтун М. студентка 3 курсу
спеціальності «Фінанси, банківська справа та страхування»
м. Старобільськ, Україна*

Проблеми та перспективи розвитку економіки із урахуванням інноваційних тенденцій

Економіка в сучасному світі розвивається за допомогою інновацій. Суть інновації та її діяльності полягає в підвищенні, через використання інтелектуального капіталу, соціального та економічного ефекту. В цьому йому допомагає національна інформаційна система (або НІС).

Для того, щоб проведення економічних реформ в Україні призвело до покращення його економічного стану та стало найбільш ефективним, потрібні, по-перше, – великі інвестиції, залученні на інвестиційній основі, яка можлива лише при залученні деяких фінансових ресурсів, котрі повинні бути сформовані великою господарською та виробничою активністю всіх суб'єктів економіки.

Однією з можливостей всіх суб'єктів господарювання підвищити продуктивність своєї праці, значно зменшити свою енергомісткість та матеріаломісткість технологічного процесу на підприємстві – є дорога інноваційних перетворень, котра прямо впливає на покращення результатів його діяльності.

Збільшення прибутку суб'єктів господарювання, завдяки впровадженню на підприємствах інноваційних перетворень, дає йому змогу примножувати інвестування ресурсів в економічну сферу й таким чином, посилити весь інвестиційний потенціал усієї системи макро- та мікроекономіки.

Через висококонкурентне середовище в економіці світу, економічний ріст можна буде досягти лише в умовах інноваційного перетворення технологічного базису виробництва.

Головною перешкодою для інноваційного зростання є великі втрати науково-технічного потенціалу. Інноваційна діяльність підприємств в країнах, що розвиваються характеризується структурною деформованістю, інституційною неповнотою, неузгодженістю та незбалансованістю технологічних, економічних та соціально-ціннісних аспектів.

Через економічну кризу і різке скорочення бюджету, оцінка ефективності інновації в державному секторі, їх продуктивність – постають гострим питанням перед урядами країни. Для держави яка довгий час будувала свою економіку в умовах командно-адміністративної системи важливо еволюційно переосмислити роль державного сектору у власній економіці.

Глобальна економічна криза та ринкова конкуренція є основними стимулами до інновацій в організації та функціонуванні органів виконавчої влади як суб'єктів, що надають державні послуги. Процес розвитку інновацій у державних органах стикається з рядом перешкод та має свої особливості.

Виділимо три основні причини у підтримці та формуванні інноваційно-інвестиційної економіки:

- 1) переорієнтація економіки з сировинної складової на інноваційну, наукову, інформаційну;
- 2) досягнення повної зайнятості через формування системи віддаленої роботи;
- 3) досягнення більш високих темпів економічного зростання.

Завдяки цьому результатами розвитку інноваційно-інвестиційної економіки можуть стати: розвиток всіх галузей економіки, розподіл потоків інформації, розвиток науки, соціальні зміни.

Але в той же час слід сказати і про проблеми інноваційно-інвестиційної економіки, які відображаються на недостатньому розвитку інфраструктури економіки знання. Будь-які фундаментальні дослідження вимагають значних фінансових вкладень, а в даний час фінансування дослідницької діяльності недоступно. Що стосується вивчення аспекту знань в економіці, зараз відсутнє теоретичне і методологічне обґрунтування процесів економіки знання, зокрема

процесу обміну знаннями (в ході якого знання не зникають, як товари при звичайному економічному обміні, а подвоюються). Необхідно також акцентувати увагу на формуванні попиту на знання, які може створюватися і підтримуватися державою.

Зараз очевидно, що в ході здійснених у країні реформ найбільшій руйнації піддано сфери інновації, інвестицій, науки й наукомістких виробництв. На початку реформ передбачалося, що прямування до ринкових відносин стане потужним чинником інтересу підприємств та організацій до інновацій.

Труднощі розвитку інноваційно-інвестиційної економіки, тобто ті ключові моменти, які на сьогоднішньому етапі не сприяють розвитку даного типу економіки: залежність від природних ресурсів, зростаючий соціально-економічний розрив між верствами суспільства і регіонами, соціальна пасивність, низький рівень готовності населення до вироблення та прийняття рішень. Інноваційно-інвестиційна складова створює такі умови, в яких стає можливим вести економічну діяльність зі швидкістю технологічних процесів, без обмежень здійснюючи електронний і номінальний грошовий оборот, без інституційних бар'єрів.

Література:

1. Гончаров Ю. Научный потенциал как фактор развития инновационно-инвестиционной системы Украины /Ю. Гончаров, А. Касич // Экономика Украины. –2007. - № 3. – С. 42-51.

2. Чемодуров А.М. Проблемы финансирования инновационной деятельности предприятий /А.М. Чемодуров //Экономика Украины. – 2013. - № 1. – С. 40 – 49.

3. Інноваційний розвиток в Україні: наявний потенціал і ключові проблеми його реалізації [Електронний ресурс] — Режим доступу: URL: http://www.uceps.org/additional/analytical_report_NSD55_ukr.pdf.

Бойко Ю. Б., студентка
Державний заклад «Луганський національний університет
імені Тараса Шевченка», м. Старобільськ, Україна

Деякі аспекти інноваційного розвитку економіки України

Незалежний шлях розвитку економіки України доцільно характеризувати як перманентний процес переходу від індустріального суспільства з достатньо високим ступенем промислового виробництва до стандартів життя переважної частини суспільства, якому властивий більш низький рівень економічного потенціалу. Отже, протягом останніх 30-ти років є актуальною проблема подолання кризи в економіці України. Це підтверджується декількома фактами:

- 1) за період 1991-2020 рр. Україна досягла найбільшого рівня падіння ВВП;
- 2) змінено якісну та кількісну структуру ВВП. Знизився потенціал галузей, що визначають рівень розвитку економіки, що характеризує Україну як аграрно-сировинний придаток розвинутих країн світу;
- 3) рівень зносу основних засобів в більшості галузей економіки – критичний;
- 4) рівень життя – один з найнижчих у світі.

Сьогоденний період розвитку всесвітньої співдружності характеризується як епоха глобалізації та постіндустріалізації, відтак, треба відзначити, що висвітлені заперечні факти розвитку України будуть посилюватися за певними умовами. Засадами для визначених тверджень можуть слугувати наступні тенденції.

1) Від'ємна сторона процесу глобалізації посилює конкуренцію в міжнародному розподілі праці, що потребує від кожної держави величезних зусиль задля збереження місця в світовій економіці. Україна втрачає можливості реструктуризації економіки, розвитку пріоритетних галузей та інтеграції до всесвітній простір.

2) Розвиток прогресивних країн світу йде по шляху постіндустріалізації, що базується на досягнутому високому рівні продуктивних сил та направлений на заміну технологічних укладів за рахунок всебічного втілення інновацій в організаційні та технологічні процеси різних галузей людської діяльності.

Характерною особливістю постіндустріального суспільства є пріоритет людини, її знань і здібностей створювати інтелектуальні продукти. А це, в свою чергу, обумовлює взаємозв'язок гармонійного розвитку суспільства та рівня інноваційного потенціалу створеної ним економіки, що забезпечує конкурентоспроможність економіки окремо взятої країни, відповідно [1].

Побудування ефективної економіки України вимагає розвитку інноваційної політики під впливом високої конкуренції, що употужнюється в умовах реалізації інтеграційних процесів.

Зарубіжний досвід свідчить, що уряди успішних інноваційних країн здійснюють зміни в законодавстві, організаційній та фінансовій сфері підприємств, що стимулює активізацію інноваційної діяльності.

Для реалізації відповідних заходів в Україні необхідна ефективна державна інноваційна політика, яка дозволить активізувати інноваційну діяльність як на регіональному рівні, так і на рівні підприємств.

Отже, розглянуто ґрунтовні аспекти інноваційного розвитку економіки України, на базі тенденцій розвитку світової економіки, відзначено найбільш вагомі фактори впливу зовнішнього середовища. Перспективами подальших досліджень є виконання аналізу впливу внутрішніх факторів у взаємозв'язку із зовнішніми на інноваційний розвиток економіки України.

Література:

1. Кузьменко Л.В. Відтворення основних форм власності – необхідна умова створення сучасної держави Україна // Вісник Національного технічного університету «ХП»: збірник наукових праць, тематичний випуск «Технічний прогрес і ефективність виробництва». – Харків: НТУ «ХП», 2015. – №25(1134) – С. 47-51.

Науковий керівник: Рязанова Н.О., к.е.н., доц., Державний заклад «Луганський національний університет ім. Тараса Шевченка», м. Старобільськ, Україна

Становлення та перспективи розвитку інтелектуалізації

В останні роки термін «інтелектуалізація» (походить від латинського *intellectualis* та означає – розумовий, основою його є «інтелект») почав широко використовуватися в економічних дослідженнях, а саме:

– у сфері змісту праці (збільшення частки розумової праці у загальному обсязі суспільно корисної праці) і, відповідно, форм її організації, умов та забезпечення;

– у зростанні значущості знань та інформації під час організації та ведення господарської діяльності, для розробки інновацій і здійснення управління» [1, с. 85].

Сутність її полягає у визначенні будь-якого процесу, дії:

- процес дії (посилювати інтелектуальний початок чого-небудь);
- підвищення інтелектуального рівня, посилення ролі інтелекту в протіканні будь-яких процесів (соціально-економічні процеси);
- посилення будь-яких процесів шляхом привнесення інтелектуального початку [2; 3].

Інтелектуалізація підприємства – це визначення переважної ролі знань та інформації, пізнання, навчання, підтримка нових підходів до прийняття рішень, умов і засобів інтелектуальної діяльності (праці), генерування актуальних знань для вдосконалення виробництва, організаційної структури і системи управління [4, с. 143].

Показниками для визначення інтелектуалізації можна вважати:

- оцінку рівня вроджених генетично-розумових здібностей людини. Аналіз проводиться у початковій школі. Рівні виміру: Н (низький), С (середній), В (високий);

- визначення коефіцієнта інтелекту (IQ – кількісна оцінка рівня інтелекту людини) та емоційного інтелекту (EQ – здатність людини розпізнавати емоції, розуміти наміри, мотивацію та бажання інших людей і свої власні, здатність керувати свої емоціями і емоціями інших людей з метою вирішення практичних задач);
- встановлення на підприємстві заробітної плати у відповідності до отриманої освіти та практичних професійних навиків працівника.

Оцінка інтелектуалізації підприємства може проводитися через визначення його інтелектуального капіталу (ІК). При оцінюванні рівня інтелектуального капіталу організації необхідно враховувати кількість відповідних ресурсів (потенційний попит, кількість записів у базах даних тощо); їх цінність; інтенсивність використання ресурсів (нематеріальні ресурси без використання втрачають свою цінність); міру закріплення відповідних ресурсів за підприємством. Цінність нематеріальних ресурсів для підприємства визначається їх значенням для реалізації стратегії фірми, для формування споживчої вартості і конкурентних переваг, для розвитку, своєчасної трансформації підприємства. Закріплення може ґрунтуватися на правових нормах, на економічних і технологічних обставинах, на соціальних і культурних чинниках.

Основними критеріями системи мотивації на підприємстві можуть бути:

- упровадження системи постійного навчання співробітників, організація тренінгів, майстер-класів, науково-практичних семінарів, вебінарів та консультацій;
- запровадження додаткових видів матеріального стимулювання у форматі премій за нестандартні досягнення, ініціативність, інноваційні досягнення (розробка нової продукції, удосконалення технологій виробництва);
- обов'язкове введення нематеріального стимулювання (соціальні пакети, забезпечення медичного страхування, кредитування, урахування регіональних або етнічних особливостей персоналу).

Прискорення інтелектуалізації та розвитку інноваційної активності персоналу на сучасних підприємствах рекомендовано шляхом вирішення низки завдань:

- створення та підтримка в колективі атмосфери нововведень;
- реалізація стратегії зростання інтелектуального капіталу та інноваційного розвитку через удосконалення системи стимулювання й мотивації;
- кардинальні перетворення у свідомості робітників, у виробничій, управлінській, організаційній структурах та їх оновлення відповідно до сучасних вимог процесів управління.

Література:

1. Поляков М.В. Сутність та прояви інтелектуалізації світогосподарського розвитку // Світове господарство і міжнародні економічні відносини; Миколаївський національний університет імені В.О. Сухомлинського. Випуск 13. 2016. С. 84-88. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: URL: <http://global-national.in.ua/archive/13-2016/18.pdf> (дата звернення: 18.01.2019).
2. Сводная энциклопедия «Викисловарь». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://ru.wiktionary.org/wiki/>.
3. Большой французско-русский и русско-французский словарь. 2003. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: https://dic.academic.ru/dic.nsf/fre_rus/38736/intellectualisation.
4. Бриль І.В. Визначення мотиваційних переваг інтелектуалізації підприємств базових галузей промисловості. Економічний вісник Донбасу № 1 (55) 2019. ІЕП НАН України, 2019 – Київ – Старобільськ – 224с. – С. 142-150.

*Брюховецький Я.С., м.н.с.
Інститут економіки промисловості НАН України, м. Київ*

Ризики і загрози цифрової трансформації

Сучасні світові тенденції економічного і соціального розвитку свідчать про неупинне зростання цифрових технологій, які стають найважливішим засобом в боротьбі за економічну владу в XXI столітті на рівні держав, їх об'єднань, на рівні корпорацій та груп людей. Проривні технологічні зміни, які, за оцінками багатьох фахівців, склали основу четвертої промислової революції, істотно змінюють поведінку держав, підприємств, формують виклики і загрози економічного буття, перед людьми різних поколінь [1]:

- Внаслідок прискореного зростання технологій і способів їх використання споживачами стираються межі між реальним і віртуальним світом, між фактом і вимислом і, як наслідок, кардинально зростає невизначеність і анархічність в економічному середовищі.

- Колосально посилюється вплив деяких великих корпорацій, які створюють і повсюдно насаджують власні технічні стандарти, що створює передумови для їх цілеспрямованого впливу і управління в обхід національних держав.

- Сформовано гігантські корпорації (екосистеми), які на рівних розмовляють з національними і іноземними урядами (Google, Facebook, Microsoft, Huawei, TikTok, Alibaba). Вони накопичують і прямо або опосередковано можуть контролювати споживачів по пошукових завданнях. Корпорації стають повноправними гравцями на міжнародній арені.

- Соціальні мережі, месенджери, інтернет-телебачення дали кожному споживачеві, у тому числі і великим корпораціям, можливість доносити свою інформацію до мільйонів людей, формувати порядок денний у міжнародних відносинах. При цьому постає питання забезпечення достовірності інформації та верифікації фактів.

Для національних країн, підприємств, споживачів виникає загроза цифрової залежності від провідних корпорацій. Спочатку "цифрові неоколоніалісти" пропонують пільгові умови створення цифрової

інфраструктури, забезпечують таким чином прив'язку до власних технологій, платформ, рішень: від платіжних систем до систем зберігання даних і забезпечення електронного документообігу. Фахівці стверджують, що таким чином великі корпорації отримують необмежений і практично безкоштовний доступ до великих даних, безпосередньо отримують від цього економічний ефект, набувають перспектив та бази розвитку власних інструментів і нейромереж, набуття ефективних інструментів контролю над своїми клієнтами.

Економічна і фінансова влада зосереджується в руках декількох приватних "платформ" або "екосистем", мета яких – прибуток.

Суттєвих змін набуває праця. Вона все більше знеособлюється. Технології штучного інтелекту не звільняють працю, навпаки, сприяють активному впровадженню інструментів нагляду і контролю. Електронні наглядачі штрафують, карають, звільняють працівників за дрібні порушення. Це робиться безжально з єдиною метою – збільшення прибутку і посилення експлуатації. Серйозні проблеми виникають у сфері соціального захисту працівників і соціальної відповідальності роботодавців. В технологічних платформах відбувається гігантський розрив – поділ на інфопосередників і виконавців (так звана "уберізація" економіки і соціальних процесів). Вперше світовий сервіс таксі Uber і подібні йому компанії перевели маси людей в положення, так би мовити, індивідуальних підприємців, які здебільшого стають соціально незахищеними.

Ці та інші чинники служать величезним викликом, що стоїть перед урядом і економікою України, від прийняття і рішення якого залежить добробут населення, розвиток промислових підприємств, якість трудового потенціалу. Все це вимагає серйозного осмислення й вироблення відповідної стратегії поведінки в умовах цифрових ризиків і загроз.

Література:

1. Безруков А., Мамонов М., Сучков М., Сушенцев А. Международная конкуренция и лидерство в цифровой среде. Доклад международного дискуссионного клуба "Валдай" // фонд развития и поддержки международ. дискусс. клуба "Валдай", 2021. – 28 с. valdai@valdaiclub.com

*Власенко О. С., здобувач вищої освіти ОС Бакалавр
Беспалова А. Г., к.е.н., доцент кафедри фінансів та банківської справи
Донецький національний університет імені Василя Стуса, Україна*

Зарубіжний досвід медичного страхування та можливості його імплементатії в Україні

Розвиток медичного страхування відіграє важливу роль у становленні та розвитку держави, адже саме ця підгалузь страхування є необхідним атрибутом ринкової економіки, важливим інструментом соціального захисту населення і могутнім джерелом інвестиційного потенціалу національної економіки. Аналізуючи досвід іноземних країн можна стверджувати, що найбільш ефективним вирішенням проблем, що постали перед системою охорони здоров'я в Україні, є медичне страхування, розвиток якого сприятиме фінансуванню галузі особистого страхування, покращенню системи охорони здоров'я та поліпшенню здоров'я громадян. Загальновідомо, що медичні заклади за кордоном надають повну допомогу тільки тоді, коли у пацієнта є страховий поліс. Так, наприклад, переважна більшість австралійців оплачують медичне обслуговування коштом різних видів медичних страховок, основні види яких наступні: державна медична страховка для пенсіонерів Medicare, державна медична страховка для незаможних Medicaid, приватні та групові страховки. Також є державне медичне страхування в Австралії, яке фінансується за рахунок податку Medicare Levy. Він сплачується громадянами у розмірі 2% від доходу (окрім, малозабезпечених, пенсіонерів, студентів, безробітних і туристів) [1]. Нині існують три основні форми фінансування охорони здоров'я: державна (обов'язкова), добровільна та змішана. Державна система фінансування домінує у таких країнах як: Італія, Данія та Англія. Система обов'язкового медичного страхування є провідною у Франції, Німеччині, Нідерландах, Швеції та Японії. У США переважає змішана форма фінансування медичного страхування та більша половина населення використовує приватні страховки [4].

Однією з вагомих проблем в Україні є погіршення стану здоров'я населення, збільшення відсотку громадян, які старші працездатного віку. За основними показниками здоров'я, а саме: середня тривалість життя, дитяча смертність можна виокремити сімку провідних країн, серед них США, Німеччина, Великобританія, Франція, Канада, Нідерланди та Японія [5]. Також відбувається підвищення рівня виплат страховими компаніями за основними видами добровільного медичного страхування за період 2018-2020 рр., яка наведена у табл. 1.

Таблиця 1.

Динаміка показників основних видів добровільного медичного страхування в Україні 9 місяців 2018-2020 рр., млн. грн. [6]

Види страхування	Чисті страхові премії			Темпи приросту	Чисті страхові виплати			Темпи приросту
	9 міс. 2018	9 міс. 2019	9 міс. 2020	9 міс. 2020/2018, %	9 міс. 2018	9 міс. 2019	9 міс. 2020	9 міс. 2020/2018, %
Медичне страхування (безперервне страхування здоров'я)	2280,2	2673,9	3243,1	42,23	1339,9	1671,6	2094,9	56,35
Страхування медичних витрат	671,3	833,2	1098,8	63,68	216,1	261,4	311,5	44,15

Дані таблиці 1 свідчать, що за 9 місяців 2020 році розмір чистих страхових премій по медичному страхуванню (безперервному страхуванню здоров'я) збільшився на 42,23%, по страхуванню медичних витрат – на 63,68%. Чисті страхові виплати по медичному страхуванню (безперервному страхуванню здоров'я) та страхуванні медичних витрат за 9 місяців 2020 року збільшилися на 56,35% та 44,15% відповідно [6]. На зростання обсягу страхових премій суттєво вплинуло подорожчання медичних препаратів за рахунок зміни курсу валюти. Для покращення медичного страхування в Україні необхідно розглянути особливості медичного страхування за кордоном та виокремити напрями, які є можливими для імплементації у вітчизняному страховому просторі.

Проаналізувавши вищевикладене, можна виділити кілька загальних особливостей, характерних для системи медичного страхування, які важливо враховувати при проведенні реформи охорони здоров'я в Україні: 1) гарантом стабільного і сталого функціонування медичного страхування має виступати держава, що створювала б законодавчу основу для функціонування системи охорони здоров'я; 2) необхідно забезпечити за будь-яких обставин застрахованій особі обумовленої умовами страхування медичної допомоги в разі виникнення ризику для здоров'я та можливість вибору лікаря, лікарні для пацієнта як у більшості іноземних країнах; 3) ввести механізм фінансування процесів медичного страхування, який має включати: максимізацію частки бюджетних коштів для охорони здоров'я, які сприятимуть розвитку обов'язкового медичного страхування та залучення частки прямих іноземних інвестицій; 4) запровадити державне фінансування наукових досліджень у сфері медицини, медичних навчальних закладів та участі держави в оплаті вартості лікування й ліків; 5) розширити послуги медичного страхування, які повинні охоплювати цикл: лікування хвороби, профілактика, санаторно-курортне лікування [2]. Розглянувши системи медичного страхування іноземних країн світу, можна стверджувати, що кожна країна має свою модель фінансування охорони здоров'я. Досвід закордонних країн показує, що механізм фінансування охорони здоров'я можна вдосконалювати за рахунок бюджетного фінансування, соціального та змішаного медичного страхування. Вважаємо, що найкраща форма фінансування для України є змішана. Тобто при цій системі страхові платежі сплачують держава, роботодавці та громадяни, але одночасно потрібно забезпечити доступність медичної допомоги для безробітних громадян і соціально незахищених верств населення через законодавче визначення гарантованого рівня безоплатного медичного обслуговування, тобто створити Фонд обов'язкового медичного соціального страхування [3]. Отже, на сьогодні не існує чіткого поняття про систему медичного страхування, яку необхідно запровадити в Україні, але вона має бути прозорою і доступною для населення. Для того щоб розвивати обов'язкове

медичне страхування в Україні та запровадити Фонд медичного страхування потрібно залучати фінансування охорони здоров'я. Перехід до обов'язкового медичного страхування повинен бути поступовий, оскільки введення високих тарифів на обов'язкове медичне страхування сьогодні неможливе через відносно низькі доходи населення. Наразі введення обов'язкового страхування призведе до погіршення показників здоров'я населення, посилення нерівності між різними верствами населення в якості та доступності медичної допомоги. Важливим етапом має бути створення і прийняття законодавчої бази, яка б запровадила обов'язкове медичне страхування. Для того, щоб Україна відповідала принципам соціальної справедливості, які забезпечують рівність і доступність медичних послуг для всього населення незалежно від фінансового стану необхідно запровадити змішану систему.

Література:

1. Виноградов О. В. Система охорони здоров'я США. Корисні пропозиції для державного управління в Україні. Економіка та держава. 2018. №9. С.43-47.
2. Економічні важелі реформування галузі охорони здоров'я. URL: <https://forinsurer.com/public/06/05/11/2426> (дата звернення: 25.03.2021).
3. Зарубіжний досвід організації медичного страхування та можливості його використання в Україні. URL: https://studwood.ru/661582/bankovskoe_delo/zarubizhniy_dosvid_organizatsiyi_medichnogo_strahuvannya_mozhливosti_yogo_vik_oristannya_ukrayini (дата звернення: 25.03.2021).
4. Особливості медичного страхування в зарубіжних країнах. URL: <http://referat-lib.ru/view/referat-bank/67/66119.htm> (дата звернення: 25.03.2021).
5. Радецька О.О. Ринок страхування життя в Україні: проблеми та перспективи розвитку. Вісник Хмельницького національного університету. 2019. Том 1. №6. С.222 - 224.
6. Статистика страхового ринку України. URL: <https://forinsurer.com/stat> (дата звернення: 25.03.2021).

*Гільорме Т.В., д.е.н., доцент, провідний науковий співробітник НДІ енергетики,
Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара,
м. Дніпро, Україна*

Розвиток глобального комерційного ринку космічної продукції та послуг

У епоху «нового космосу» (“New Space”) розширюється глобальний ринок космічної продукції та послуг. Це обумовлено, насамперед, збільшенням спектру космічних послуг за рахунок виходу на ринок комерційних організацій. У 21 столітті виділяють п’ять секторів комерційної космічної активності [5]: доступ до космічного простору; віддалене зондування та сканування; доступ до супутникових даних та аналітики; космічні станції; космічні апарати за орбітою Землі.

За даними Bruce Space and Technology зовнішні інвестиції в стартові нові космічні фірми збільшилася на 500 млн. доларів в рік за період 2001-2008 рр., та 2,5 млрд. доларів в рік за 2015-2016 рр. [3].

Найбільш розвиваючий сектор комерційної космічної активності є доступ до космічного простору, що здійснює надання таких основних послуг: транспорт до Місяця; запуск транспортних засобів та двигунів; космічний туризм (орбітальний); транспортування екіпажу на низьку навколоземну орбіту (LEO); суборбітні запуски невеликих вантажних навантажень; орбітальні запуски супутників та вантажу на МКС; перевезення вантажів на низьку навколоземну орбіту (LEO); місячний транспорт та туризм; багаторазові космічні транспортні засоби; колонізація.

На рис. 1 розглянута BCG-матриця зростання сектору «Доступ до космічного простору» глобального ринку космічної продукції та послуг.

Для здійснення аналізу приросту сегменту ринку, відокремимо чотири групи: 1 група – 90%-120%; 2 група – 50%-89%; 3 група – 10%-49%; 4 група – 1%-9%. Для першої групи характерно зростання двох факторів «частка виду космічних послуг, %» та «відносна частка ринку послуги, %»: орбітальні запуски супутників та вантажу на МКС.

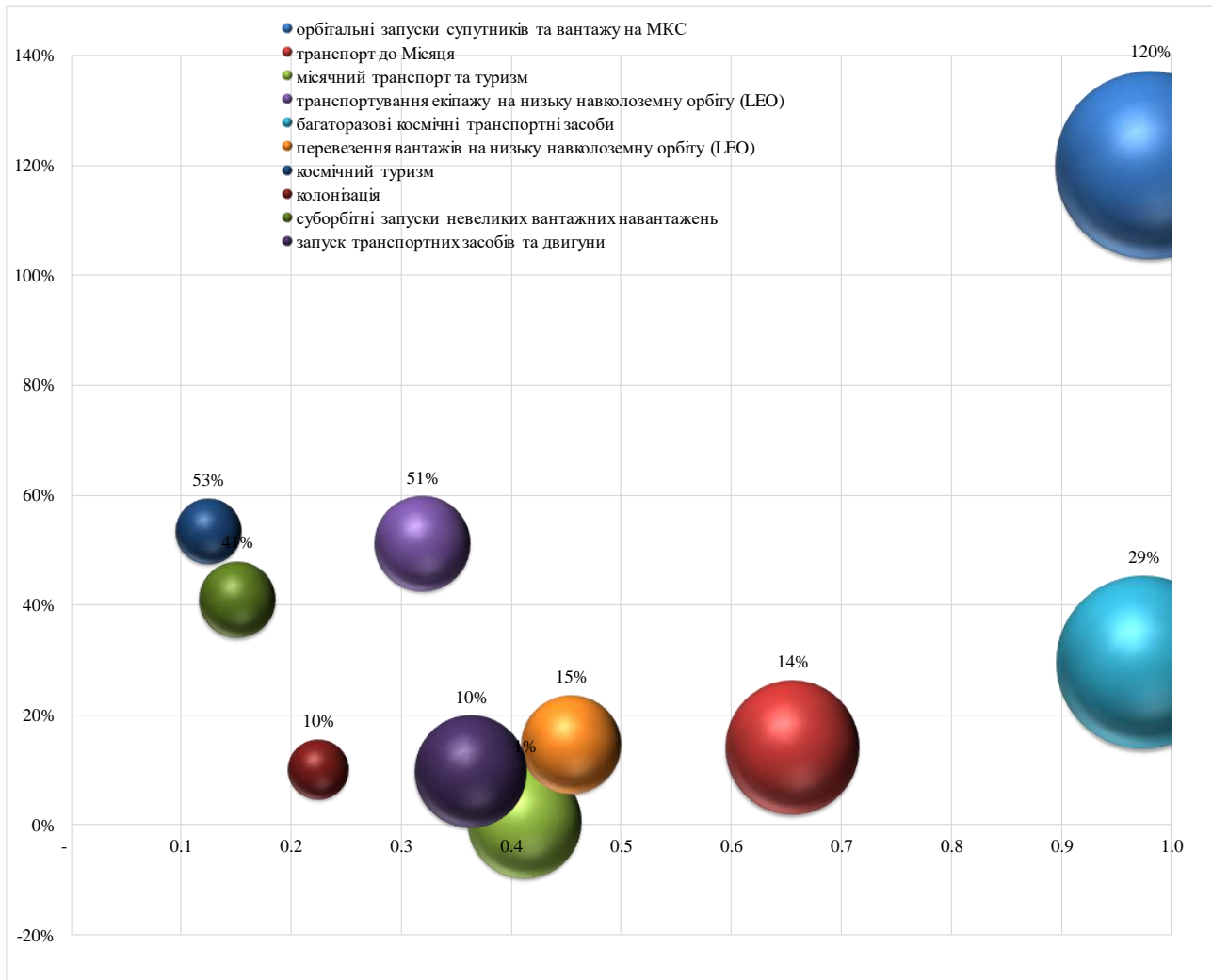


Рис. 1. BCG-матриця зростання сектору «Доступ до космічного простору» глобального ринку космічної продукції та послуг (побудовано автором на основі даних [4])

Для другої групи характерно зростання фактору «частка виду космічних послуг, %» та зменшення фактору «відносна частка ринку послуги, %»: транспортування екіпажу на низьку навколоземну орбіту (LEO); космічний туризм. Для третьої групи характерно зменшення фактору «частка виду космічних послуг, %» та зростання фактору «відносна частка ринку послуги, %»: транспорт до Місяця; багаторазові космічні транспортні засоби; перевезення вантажів на низьку навколоземну орбіту (LEO); колонізація; суборбітні запуски невеликих вантажних навантажень; запуск транспортних засобів та двигунів. Для четвертої групи характерно зменшення факторів

«частка виду космічних послуг, %» та «відносна частка ринку послуги, %»: місячний транспорт та туризм.

Орбітальні запуски супутників та вантажу МКС, обумовлені зростанням, насамперед, суміжного ринку – ринку телекомунікацій. За прогнозами Deloitte, у 2021 році світовий ринок пристроїв інтелектуальної периферії зросте до 12 млрд доларів США із показником середньорічного темпу зростання (CAGR) приблизно на рівні 35% [1].

Щодо послуги «космічний туризм». Туризм, що відноситься до на низьку навколосезонну орбіту (LEO), відповідно до рис. 1, знаходиться у групі 2, тоді як місячний туризм – у групі 4. Так, відповідно до звіту Boston Consulting Group, до 2025 року збільшення частки ринку послуги космічний туризм (частка luxury travel) призведе до збільшення прибутків цієї послуги на 1,8 трлн. доларів [2].

Література:

1. Forecast for the development of high technologies, media and telecommunications (TMT). Deloitte. URL: <https://www2.deloitte.com/global/en.html>
2. Shock of the New Chic: Dealing with New Complexity in the Business of Luxury. Boston Consulting Group Report. URL: <https://www.bcg.com/publications/2020/making-a-difference-2019-annual-sustainability-report>
3. Start-Up Space: Update on Investment in Commercial Space Ventures. Bryce Space and Technology. URL: https://brycetech.com/reports/report-documents/Bryce_Start_Up_Space_2020.pdf
4. The space report 2020. URL: <https://www.thespacereport.org/register/the-space-report-2020-quarter-1-pdf>
5. Формування схемних рішень системи кліматизації споруд в робочому середовищі альтернативних джерел енергії: монографія / В. О. Габрінець, Л. В. Накашидзе, Г. І. Сокол, О. Л. Марченко, Т. В. Гільорме. Дніпропетровськ : ПП «Ліра ЛТД». 2016. 146 с.

*Глигало Н.А., викладач кафедри обліку та фінансів,
Черкаський державний бізнес-коледж, м. Черкаси, Україна
Богун М.М., заступник директора з виховної роботи,
Черкаський державний бізнес-коледж, м. Черкаси, Україна*

Перспективи розвитку безготівкових платежів в сучасних умовах

З появою безготівкових платіжних систем готівка поступово стала втрачати частку в грошовому обороті країни. Ритм сучасного життя спонукає людей різних вікових категорій і соціального статусу пристосовуватися до використання електронних платежів.

Останні події, пов'язані з епідемією коронавірусу (COVID-19) та пов'язана з цим активна кампанія банківської системи на підтримку онлайн операцій, посприяли зростанню обсягів електронної комерції та безготівкових розрахунків.

За дослідженнями лондонської компанії Euromonitor International частка онлайн-торгівлі у Східній Європі зростає у 2020 році до 10% від загального обсягу роздрібних продажів, що на 36 % вище в порівнянні з 2019 роком. При цьому найбільше зростання e-commerce зафіксовано в Україні приблизно на 45% - до 8% від загального обсягу роздрібних продажів у країні [1].

Побоюючись зараження в розрахунках споживачі масово стали віддавати перевагу безконтактним способам оплати. А саме, це розрахунки за допомогою Apple Pay, Google Pay, Garmin Pay, смартфонів та розумних годинників, чипованих платіжних карток.

За даними Національного банку України кількість безготівкових операцій у 2020 році складала 86 зі 100 операцій з платіжними картками. А сума безготівкових операцій за підсумками дев'яти місяців 2020 року становила 1550,1 млрд. грн. або 55,2% від суми усіх операцій із картками. Аналогічний показник 2019 року 49,7%.

Водночас кількість операцій з отримання готівки з платіжних карток зменшилася на 11,3%, а сума – на 3,3% проти дев'яти місяців 2019 року.

За сумою домінували перекази з картки на картку – 42,4% (середній чек однієї такої операції становив 1438 грн.); за кількістю – розрахунки в торговельних мережах (50,2%).

Збільшилася і загальна кількість емітованих платіжних карток в Україні (на 7,4%), і кількість торговельних POS-терміналів (на 7,9%).

Найбільшими банками-емітентами платіжних карток в Україні є АТ КБ "ПРИВАТБАНК", АТ "ОЩАДБАНК" та АТ "УНІВЕРСАЛ БАНК".

У регіональному розрізі за кількістю платіжних карток та платіжних пристроїв для їхнього обслуговування домінують м. Київ, Дніпропетровська та Одеська області [2].

Упродовж 2020 року зросла і кількість операцій з електронними грошима.

Так кількість «електронних гаманців» збільшилась на 5 млн. шт. (на 7%) і налічує 79 млн. шт. А обсяг операцій з електронними грошима – на 2 590 млн. грн. (на 15 %) і досяг 19 304 млн. грн. При цьому спостерігається зменшення обсягу випущених електронних грошей майже втричі (до 60 млн. грн.), однак річ у тім, що у другому півріччі 2020 року ринок залишили кілька великих учасників [3]. Причиною цього стало набуттям чинності з 28 квітня Закону України "Про запобігання та протидію легалізації (відмиванню) доходів, одержаних злочинним шляхом, фінансуванню тероризму та фінансуванню розповсюдження зброї масового знищення" [4].

Відповідно до цього закону нових та наявних клієнтів, що вже мали відкриті електронні гаманці, банки повинні були ідентифікувати та верифікувати. А перекази з використанням електронних грошей стали супроводжуватися інформацією про платника та отримувача. НБУ запропонував електронним системам два варіанти ідентифікації особистості клієнта. Вони можуть збирати персональні дані самостійно або скористатися системою BankID, інтегрувавши її у власну систему. Деякі системи (наприклад LeoWallet) виявилися неготовими ідентифікації користувачів.

Отже, безготівкові платежі демонструють тенденції до широкого розповсюдження. Системні зміни в банківській сфері, гармонізація законодавства України із вимогами Європейського Союзу в сфері здійснення фінансового моніторингу сприятимуть прискоренню розвитку безготівкових розрахунків і в подальшому.

Література:

1. Україна стала лідером із зростання e-commerce у Східній Європі [Електронний ресурс] / Мінфін. – Режим доступу: <https://minfin.com.ua/ua/2020/10/27/54678278/>. – Назва з екрану.

2. Беззаперечні тренди карткового ринку у 2020 році – розрахунки в Інтернеті та безконтактні платежі [Електронний ресурс] / Національний банк України. – Режим доступу: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/bezzaperechni-trendi-kartkovogo-rinku-u-2020-rotsi--rozrahunki-v-interneti-ta-bezkontaktni-plateji>. – Назва з екрану.

3. Операції банків України з електронними грошима Європі [Електронний ресурс] / Національний банк України. – Режим доступу: <https://bank.gov.ua/ua/files/tgivuAaTLeFsmUb>. – Назва з екрану.

4. Закон України "Про запобігання та протидію легалізації (відмиванню) доходів, одержаних злочинним шляхом, фінансуванню тероризму та фінансуванню розповсюдження зброї масового знищення" [Електронний ресурс] // Відомості Верховної Ради України (ВВР). – 2020. - №25. - с.171. - Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/361-20/ed20200816#Text>

*Горблюк С.А., к. держ. упр., докторант кафедри
регіонального управління, місцевого самоврядування та управління містом,
Національна академія державного управління при Президентові України,
м. Київ, Україна*

Ревіталізація zdegradovаних міських територій у контексті концепції компактного міста

Субурбанізація як стрімке заселення і забудова приміських територій є поширеною тенденцією розвитку сучасних міст. На її противагу зміцнюється концепція компактного міста (англ. compact city). Вперше цей термін був ужитий американськими дослідниками Дж. Данцігом (G. Dantzing) і Т. Саати (T. Saaty) у 1973 році, коли вийшла їхня спільна праця “Компактне місто: план життєздатного міського середовища” [1]. Відповідна концепція полягає у забезпеченні високої щільності забудови міської території, уникаючи монофункціональних зон. У її основі лежить бачення міста коротких відстаней поміж місцями життя, праці, відпочинку, публічними просторами, що створює зручності для життя мешканців. Особливості компактного міста були предметом досліджень, проведених у рамках проєкту ОЕСР “Компактні міські політики: порівняльна оцінка” [4, с. 15]. У підсумку було виділено такі загальні характеристики компактноі міської політики: щільність і сусідство; системи громадського транспорту, що з’єднують міські території; доступність публічних послуг та робочих місць.

На практиці концепція компактного міста відіграє важливе значення у процесі ревіталізації zdegradovаних міських територій, зокрема можна навести такі відомі приклади: HafenCity, Гамбург (Німеччина) і Discovery Green, Г’юстон (США).

Після падіння Берлінського муру Гамбург отримав великий потенціал для зростання та розбудови своєї території. Стратегічним центром розвитку міста з кінця 1990-х рр. стає міський район уздовж річки Ельби, який десятиліттями залишався занедбаним [3]. Нині HafenCity є однією з найвідоміших схем реконструкції масштабної набережної у світі. На площі 157 га формується ефективна функціональна структура, яка поєднує житлову сферу, економіку,

культуру, освіту, туризм і роздрібну торгівлю з особливою увагою до дизайну публічних просторів. При цьому Гамбург встановлює нові стандарти містобудування та забезпечення екологічної стійкості.

На початку 2000-х рр. центр міста Г'юстона штату Техас представляв собою скупчення бетонних паркінгів, де бракувало ділової активності та зелених насаджень. Це місце потребувало ревіталізації, задля чого муніципалітет викупив у приватних власників дану земельну ділянку. При плануванні відродження території було вирішено перетворити zdeградований простір на міський парк. З моменту урочистого відкриття у 2008 р. Discovery Green (парк площею 4,86 га) став важливим каталізатором розвитку міста. До його особливостей слід віднести: озеро Кіндер (Kinder Lake), де люди цілорічно катаються на каяках; дитячий майданчик; постійні арт-інсталяції та численні зелені публічні простори [2]. Discovery Green став унікальним середовищем для активностей мешканців міста та всього регіону й відображенням того, що Г'юстон є яскравим і різнокультурним містом.

Таким чином, ревіталізація zdeградованих міських територій на основі концепції компактного міста передбачає створення багатофункціонального середовища з урахуванням різних сфер людської життєдіяльності та принципів сталого розвитку, що, в свою чергу, вимагає пристосування до специфічних просторових, соціальних, економічних, культурних умов відповідної місцевості.

Література:

1. Dantzig, G. B., & Saaty, T. L. (1973). *Compact city: a plan for a liveable urban environment*. WH Freeman.

2. Discovery Green: Houston, Texas, URL: <https://www.planning.org/greatplaces/spaces/2019/discoverygreen>.

3. HafenCity – the genesis of an idea, URL: <https://www.hafencity.com/en/overview/hafencity-the-genesis-of-an-idea.html>.

OECD (2012). *Compact City Policies: A Comparative Assessment*, OECD Green Growth Studies, OECD Publishing.

*Грабова І.Д., студентка 4 курсу факультету фінансів та обліку
Київський національний торговельно-економічний університет
м. Київ, Україна*

Удосконалення інформаційного забезпечення аналізу господарської діяльності

У наш час для ефективного управління бізнесом необхідно володіти інформацією. І ця інформація повинна бути достовірною, детальною і ґрунтуватися на точних розрахунках. Економічні служби сучасних підприємств поширюють використання економіко-математичних засобів, новітніх програмних продуктів, комп'ютерів, інформаційних баз даних, довідково-пошукових інформаційних систем тощо. Ось чому жодні організаційні, технічні рішення не повинні застосовуватися до економічно доцільного стану.

Нині для будь-якого суб'єкта господарювання, що працює в ринковому середовищі, питання вдосконалення інформаційного забезпечення діяльності є вирішальним.

З одного боку, це пов'язано з посиленням ринкової конкуренції, що вимагає пошуку нових та вдосконалених чинних методів прийняття управлінських рішень; з іншого боку, сама інформація все частіше розглядається як функція управління та тип ресурсу [1, с. 143].

Для комерційних суб'єктів питання вдосконалення інформаційного забезпечення тісно пов'язане із швидким зростанням цих суб'єктів та сферою підприємницької діяльності (пов'язаною з визначенням використовуваної торгової технології, схожістю проданих товарів та однорідністю функцій). Зміст, процес комерційної діяльності конкурентних суб'єктів.

Ринок інформаційних технологій нині є найбільш активним ринком з точки зору свого розвитку, що ускладнює ситуацію. Розвиток інновацій у галузі інформаційних технологій на ринку відбувається набагато швидше, ніж

розвиток інновацій у товарах, сировині, послугах чи будь-яких інших економічних продуктів.

Він насичений різноманітними інформаційними системами, включаючи IT-інфраструктуру (комп'ютери, телекомунікації, технічне обладнання та програмне забезпечення) та IT-послуги, що надаються на додачу. Основною метою інформаційної системи є забезпечення єдиного середовища для роботи та управління наявними комп'ютерними системами, системами управління базами даних та програмним забезпеченням підприємства, телекомунікаційним та мережевим обладнанням, обладнанням для зберігання даних, персональними та мобільними комп'ютерами, периферійним обладнанням та технічним обладнанням [2, с. 1120].

Всі види інформаційних та технологічних інновацій слід розглядати як засіб зменшення витрат на управління. Наприклад, поява телефонів, радіо, телевізорів, персональних комп'ютерів, локальних мереж та глобальної мережі Інтернет призвело до вдосконалення інформаційних систем корпоративного управління. Зрештою, внаслідок змін у характері суспільства та економіки, появи нових розробок інженерних технологій, результатів наукових досліджень та зростаючої ролі інформації в організації та управлінні компаніями.

Покращення інформаційного забезпечення може принести наступні позитивні результати [3, с. 124]:

1) Шляхом зменшення можливої економії витрат:

- зарплата
- комунальні послуги
- вартість програмного забезпечення
- плата за пошту
- контрактні комісії
- витрати на перерозподіл сировини

2) Виключити можливі майбутні витрати:

- уникнути майбутнього зростання співробітників
- зменшити вимоги до обробки даних

- зменшити витрати на обслуговування

3) Можливі нематеріальні вигоди:

- підвищити якість інформації
- підвищення продуктивності праці
- вдосконалення та прискорення обслуговування
- нове виробниче приміщення
- більш впевнені рішення
- поліпшити контроль
- зменшити затримку платежів
- повною мірою використовуйте програмне забезпечення.

Для поліпшення інформаційного забезпечення аналізу економічної діяльності необхідно розглянути та застосувати цю інформаційну систему до підприємств.

MRP-планування вимог до матеріалів:

- розрахувати оптимальний розмір партії, щоб мінімізувати витрати
- розрахувати переробку від сировини до кінцевої продукції
- розрахунок запасів готової продукції
- зменшити підготовку та остаточний час
- виробництво невеликих партій товарів
- здатність контролювати якість усіх процесів
- загальна підтримка виробництва
- гнучкість потокового процесу.

CSRP-Customer Synchronized Resource planning (планування ресурсів підприємства, орієнтоване на споживача):

- доступ в реальному часі до інформації про замовлення покупців
- динамічність зміни послідовності робіт, виконання замовлень, придбання та укладення субконтрактів для поліпшення обслуговування і зниження вартості готової продукції
- скорочення часу товарного постачання

- скорочення виробничих витрат
- організація зворотного зв'язку з покупцями [2, с. 1122].

Тому ми можемо зробити такий висновок:

Сьогоднішня інформація є одним з основних ресурсів, і її цінність не менша за вартість матеріалів, сировини та інших ресурсів. На відміну від більшості ресурсів, які можуть бути вичерпані, інформаційний потенціал може бути використаний повторно. Водночас вона постійно збільшується і збагачується. У сучасний час важливою сферою стала інформаційна підтримка, тобто збір та обробка інформації, необхідної для прийняття розумних управлінських рішень. Роль інформації в організації та управлінні компанією продовжує зростати, що зумовлено змінами в соціально-економічному характері, появою нових розробок в інженерних технологіях та результатами наукових досліджень. Ефективність аналізу господарської діяльності значною мірою залежить від його інформаційного та методологічного забезпечення. Тому їх потрібно вдосконалювати.

Список використаних джерел:

1. Волков О. І. Економіка підприємства (фірми). М.: Інфра-М, 2007. 601 с.
2. Матузенко Є.В., Шиленко С. і., Костенко Я. В. удосконалення інформаційного забезпечення комерційної діяльності роздрібного торговельного підприємства. 2014. № 11-5. С. 1118-1123
3. Рожнов В. С. інформаційне забезпечення господарської діяльності. М: «Фінанси і статистика», 2002. 144 с.

Науковий керівник: Гоцуляк В.Д., к.е.н., доцент, доцент кафедри фінансового аналізу та аудиту, Київський національний торговельно-економічний університет, м. Київ, Україна

*Жабинець О.Й., к.е.н., доцент, с.н.с. відділу просторового розвитку,
ДУ “Інститут регіональних досліджень ім. М.І. Долишнього НАН України”,
м. Львів, Україна*

Основні інструменти інноваційної політики Польщі

Національну інноваційну систему Польщі можна назвати «наздоганяючою», оскільки значним є розрив, який відокремлює Польщу від більшості інших країн ЄС, а також від середнього рівня ЄС за часткою видатків у ВВП на дослідження та розробки. Так, незважаючи на постійне збільшення валових витрат на здійснення досліджень та впровадження інновацій у Польщі, їх частка у ВВП все ж залишається незначною (1,21% ВВП у 2018 р.) у порівнянні із середнім показником для ЄС-28 (2,12%) і значно нижче запланованого польським урядом на 2020 р. (1,7%). Разом з тим варто відзначити зменшення розриву між ЄС-28 та Польщею за видатками на дослідження та розробки у 2018 р. у порівнянні із 2008 р.: якщо у 2008 р. частка витрат у Польщі була в 3 рази меншою, ніж в середньому по ЄС, то уже у 2018 р. лише в 1,75 рази [1, с.28-29].

Серед ефективних інструментів інноваційної політики, які сприяли зростанню інноваційності польської економіки, можна виділити наступні [2]:

1. Введення (у 2016 р.) податкової пільги на НДДКР (Tax Relief for R&D), яка передбачає вилучення витрат на придбання нових технологій із бази оподаткування податком на прибуток. Пільга забезпечила зростання витрат підприємств на дослідження та інноваційний розвиток, а відтак – сприяла збільшенню кількості компаній, які почали використовувати сучасні технології.

2. Надання (із 2014 р.) грантів на промислові науково-дослідні роботи, що виконуються підприємствами. Перевагами стали проста процедура подання заявок та можливості зменшення ризиків, що пов'язані із НДДКР. Створення можливості отримання грантів підприємствами для реалізації власних науково-дослідних проєктів сприяла активізації ділової активності промислових

підприємств в напрямі підвищення технологічності виробничих процесів та розробки нових продуктів, а відтак - зростанню їх конкурентоспроможності на ринку.

3. Підтримка стартапів в рамках програми InnoLAB, яка забезпечила швидкий розвиток стартап-компаній, особливо в напрямках вирішення проблем пошуку джерел фінансування та налагодження відносин з великими компаніями.

Основні проблеми науково-дослідної діяльності у Польщі пов'язані із якістю дослідницької бази та недостатньою відкритістю світові, слабкою співпрацею між науково-дослідними структурами та бізнесом, недостатньою інноваційністю малих та середніх підприємств, сильною поляризацією здійснення досліджень та інноваційної діяльності у польських регіонах.

Зазначені проблеми створюють виклики для інноваційної політики Польщі, оскільки в перспективі можуть зменшити інноваційні показники на національному рівні, уповільнюючи процес подолання інноваційного розриву із ЄС-28. Адже незважаючи на збільшення кількості організацій, що підтримують інноваційні процеси та комерціалізацію знань таких як технологічні парки, бізнес-інкубатори та центри передачі технологій розвиток інфраструктури для інновацій є важливим викликом у галузі досліджень та інновацій у Польщі. Також існує потреба у створенні ефективних механізмів, які можуть стимулювати співпрацю між наукою та бізнесом, а також передачу знань між цими двома секторами.

Література:

1. Жабинець О.Й., Сухий О.О. Досвід Польщі в реалізації структурної економічної політики міст. Бізнес Інформ. 2021. №2. С.27-34. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2021-2-27-34>

2. A Study of Structural Reform in Poland 2013-2018. Final Report. Luxembourg: Publications Office of the European Union, 2018. URL: <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/2a32fbb5-28fa-11e9-8d04-01aa75ed71a1/language-en/format-PDF/source-88119852>

*Жмай О. В., член правління
громадської організації «Молодіжна організація "Енектус"
при Одеському національному університеті імені І. І. Мечникова»,
м. Одеса, Україна*

Важливість ефективного управління логістичними потоками в сучасному глобалізованому світі (на прикладі «кризи Суецького каналу»)

У ХХІ столітті роль поставок може здаватися не найзначнішою змінною у соціальному і економічному житті. Однак не потрібно забувати, що за останні десятиліття наш світ став набагато більш комплексним. Це призвело до створення безлічі зв'язків, часом невидимих, але відчутних, тільки-но вони дадуть збій. Саме тому вкрай важливо приділяти достатньо уваги управлінню логістичними процесами.

Саме якість управління (чи скоріш її недолік) можна назвати одним з факторів, які призвели до того, що Ever Given, японський контейнеровоз довжиною майже 400 метрів, яким керує тайванська компанія Evergreen Marine, 23 березня 2021 року застряг в Суецькому каналі, повністю перекривши цей найважливіший судноплавний шлях між Європою і Азією. Майже тиждень цей маршрут був закритий, і тільки 29 березня корабель вдалося зняти з мілини [1].

За даними Управління Суецького каналу (SCA), останні кораблі з більш ніж чотирьохсот, що застрягли в Суецькому каналі, пройшли через водний шлях в суботу, 3-го квітня [3].

Незважаючи на перші заяви про те, що пориви вітру були причиною посадки на мілину, глава Управління Суецького каналу Усама Рабі сказав, що «основними причинами, можливо, були технічні або людські помилки» [2].

Через Суецький канал проходить близько 12% світової торгівлі з оборотом товарів на суму понад 1 трлн доларів на рік [4]. Даний інцидент призвів до того, що сотні судів з різними вантажами, від нафти до розчинної кави, змушені були або чекати відкриття каналу, або змінити маршрут і пройти довгий шлях навколо південного краю Африки, що істотно збільшує час у дорозі і витрати на паливо. Компанія морської розвідки Lloyd's List

підрахувала, що закриття призвело до перебоїв у доставці товарів на суму 9,6 млрд доларів кожен день, тобто приблизно 400 млн доларів на годину [5].

Ця подія вплинула не тільки на окремі компанії або навіть галузі, а й країни. Єгипет, який володіє Суецьким каналом і, відповідно, стягує плату за вхід, явно недоотримав значну частину доходів (наприклад, в 2020 році сукупна плата за користування каналом склала 5,61 млрд доларів) [1].

Уряду Сирії довелося вдатися до нормування палива в країні, оскільки блокування Суецького каналу затримала життєво важливі поставки і посилило брак нафти в країні [3].

Ще рік тому, коли COVID-19 почав широко розповсюджуватися по всьому світу, виникли питання і побоювання, що стосувалися глобальної торговельної системи. І хоча вона в значній мірі вистояла, проте нестача засобів індивідуального захисту, яка була на початку пандемії, а також боротьба за обмежені поставки вакцин показують, що модель ланцюжка поставок just-in-time (від англ. «точно в строк»), цілком можливо, втрачає свою ефективність в умовах VUCA-світ і потребує переосмислення [6].

Цікаво, що авторитетне американське видання Harvard Business Review опублікувало статтю під назвою «Прийшов час переосмислити вашу глобальну логістику» ще на початку березня, тобто майже за два тижні до перекриття Суецького каналу [7]. Автори статті припускають, що проблема стала проявлятися ще в кінці 2019-го року, після того як погіршилися відносини між США і Китаєм. У такому випадку можна говорити, що Ever Given, який сів на мілину, став свого роду індикатором, але ніяк не першопричиною виникнення логістичного колапсу.

Команда експертів з даних і аналітики з Dun & Bradstreet і E2open (компанія-розробник програмного забезпечення для ланцюжків поставок) проаналізувала вплив кризи на підприємства в різних частинах світу. Їх висновки засновані на щорічних даних про судноплавство, які відстежують судна і матеріали, виявлені на борту суден, що прямують через Суецький канал [8].

Обидві компанії прийшли до висновку, що «Європа – це регіон, який відчує найбільший вплив через блокування каналу. Компанії, розташовані в Азії, постраждають не тільки через затримку поставок з Європи, а й з-за браку порожніх контейнерів, які повертаються в їх регіон, що ще більше обмежить їх здатність доставляти товари по всьому світу» [9].

На думку експертів, найбільші втрати понесуть Великобританія, Німеччина, Іспанія, Бельгія, Австрія, Туреччина, Швейцарія, Італія, Нідерланди й Франція. При цьому основні втрати припадуть на такі основні галузі промисловості, як підприємства громадського харчування, будівництво, оптову торгівлю, хімічні та пов'язані з ними підприємства, послуги охорони здоров'я, роздрібну торгівлю продуктами харчування, промислові та комерційні машини і обладнання, виробництво металів і послуги з ремонту автомобілів [10].

Наслідки «кризи Суецького каналу» для країн, компаній і галузей по всьому світу може протривати ще кілька тижнів, а наслідки для міжнародної торгівлі і ланцюжків поставок, ймовірно, триватимуть набагато довше. Це повинно послужити нагадуванням і попередженням для керівників вищої управлінської ланки про те, наскільки важливим для ефективного управління є планування, особливо в умовах кризи. Адже, якщо керівник не знає, як відреагувати на кризу, яка може статися завтра, наслідки можуть бути плачевними, причому не тільки для окремо взятого підприємства, а й для світової економічної системи в цілому.

Література:

- 1) What to Know About the Suez Canal and the Cargo Ship That Was Stuck There (March 25, 2021). *The New York Times*. Retrieved from <https://www.nytimes.com/2021/03/25/world/middleeast/suez-canal-container-ship.html>.
- 2) Suez canal blockage: last of the stranded ships pass through waterway (April 3, 2021). *The Guardian*. Retrieved from

<https://www.theguardian.com/world/2021/apr/03/suez-canal-blockage-last-ships-expected-to-pass-through-today>.

3) Suez canal: Syria 'rations' fuel as efforts to free stuck ship fail (March 28, 2021). *The Guardian*. Retrieved from <https://www.theguardian.com/world/2021/mar/28/suez-canal-ever-given-stuck-ship-syria-rations-fuel>.

4) How the Suez canal blockage can seriously dent world trade (March 26, 2021). *The Guardian*. Retrieved from <https://www.theguardian.com/business/2021/mar/26/how-the-suez-canal-blockage-can-seriously-dent-world-trade>

5) Huge Cargo Ship Ever Given Freed From Suez Canal After Weeklong Crisis (March 29, 2021). *Forbes*. Retrieved from <https://www.forbes.com/sites/ginaheeb/2021/03/29/cargo-ship-ever-given-freed-from-suez-canal-after-weeklong-crisis/?sh=2712fdd942bf>.

6) New Suez crisis: a global economy creaking under the strain (March 26, 2021). *Financial Times*. Retrieved from <https://www.ft.com/content/87cb4674-6db7-41cf-a82e-44b83eaa436c>.

7) It's Time to Rethink Your Global Logistics (March 12, 2021). *Harvard Business Review*. Retrieved from <https://hbr.org/2021/03/its-time-to-rethink-your-global-logistics>.

8) Dun & Bradstreet and E2open Share Fresh Perspective on Suez Canal Supply Chain Episode (March, 31. 2021). *Supply Chain Management Review*. Retrieved from https://www.scmr.com/article/dun_bradstreet_and_e2open_share_fresh_perspective_on_suez_canal_supply_chai.

9) Suez Canal and Global Supply Chain Impact. *Dun & Bradstreet*. Retrieved from <https://www.dnb.com/content/dam/english/dnb-solutions/the-suez-canal-looking-beyond-the-surface-to-access-the-full-economic-impact.pdf>.

10) Impact Of Suez Canal Crisis On Companies Around The World Could Last Weeks (March, 31. 2021). *Forbes*. Retrieved from <https://www.forbes.com/sites/edwardsegal/2021/03/31/impact-of-suez-canal-crisis-on-companies-around-the-world-could-last-weeks/?sh=b43081442d8d>.

*Значек Р.Р., к.т.н., ст. викл. кафедри маркетингу, підприємництва і торгівлі
Оніщук Х.І., студентка кафедри маркетингу, підприємництва і торгівлі
Одеська національна академія харчових технологій
м. Одеса, Україна*

Сучасні проблеми регіонального розвитку України та шляхи їх вирішення

Типовою рисою розвитку України в останні роки була її спрямованість на європейську консолідацію. Це ставить перед нашою країною ряд завдань, серед яких надзвичайно важливе значення мають: реформування власних відносин, визначення планів реалізації принципів сталого розвитку на національному, регіональному та місцевому рівнях; виконання збалансованого соціально-економічного розвитку регіонів та підвищення їх конкурентоспроможності [1].

Реальне здійснення цих завдань вимагає вдосконалення національної установи регіонального управління та диспропорції соціально-економічного розвитку регіонів. Територіальна основа локального самоврядування залишається невизначеною, завдяки нестабільності чинної системи адміністративно-територіального розвитку України сучасним економічним умовам.

Перехід до ринкових відносин в Україні виявився надзвичайно важким випробуванням для всіх, без винятку, регіонів. Обсяги виробництва і чисельність зайнятих у господарстві більшості з них скоротились наполовину. Хаотичність і невизначеність ринкових реформ викликали гостру потребу пошуку глибинних причин деструктивних процесів у господарстві регіонів та шляхів виходу із глибокої системної кризи.

Неактуальність системи та основні принципи організації регіонального управління в Україні вимагають її реформування. Основні труднощі, що існують у сучасному регіональному управлінні, зумовлені кількома причинами, серед яких: недосконала регулятивно-правова підтримка регіонального управління; дефіцит системності та складності у розробці та реалізації державної регіональної політики загалом.

У різних секторах економіки України від 30 до 80% економічної активності відбувається в тіні, що призводить до відтоку з країни ресурсів і ставить у невідгідне становище підприємства, які працюють легально. З таким рівнем тіньової економіки інвестор не в змозі побачити реальні перспективи.

Одним із шляхів піклування подальшого розвитку державної економіки в контексті європейської інтеграції нашої України є підтримка шляху інноваційного розвитку економіки держави та регіонів. Оскільки лише такий напрямок може задовольнити конкурентоспроможність нашої держави у майбутньому [2].

Слід зазначити, що управління в сучасних умовах є одним з найбільш інтенсивних напрямків, і без використання інноваційних підходів до управління, включаючи управління регіональним розвитком, важко забезпечити не тільки його ефективність, а й відповідність вимогам часу.

Застосування інноваційних підходів до регіонального розвитку має бути зосереджене на наступному: посиленні внутрішньої мотивації на регіональному (місцевому) рівні до соціально-економічного зростання; створення на регіональному рівні ефективних економічних структур, орієнтованих на активізацію використання наявного ресурсного потенціалу на місцях; формування на регіональному (та міжрегіональному) рівні конкурентоспроможних виробничих систем інноваційного типу; першочергове задоволення внутрішніх потреб територій за рахунок власних та залучених ресурсів [3].

Стратегічними для розвитку нової економіки в XXI столітті є високотехнологічні галузі, екологічне виробництво, засоби масової інформації, дизайн (графічний, індустріальний), бізнесові та фінансові послуги. В цілому стратегія розвитку якого завгодно регіону, як територіальної соціально-економічної системи, повинна включати такі базові елементи: конкурентні господарські суб'єкти (корпорації і об'єднання); привабливий бізнесовий «клімат та ефективну адміністрацію. Всі вони базуються на регіональному капіталі – ресурсах.

Впровадження інноваційних підходів в управлінні регіональним розвитком вимагає зміни розуміння сутності і процесу управління регіоном у сучасному суспільстві. Воно може бути ефективним лише при дотриманні принципів системності та комплексності при розробці відповідних заходів і здійсненні управлінського впливу [4].

Таким чином, структурно-трансформаційна перебудова економіки, її інтенсивна капіталізація, модернізація виробництва, створення нових секторів господарства нададуть змогу завершити індустріальний етап розвитку економіки України та перейти до формування постіндустріального суспільства.

Література:

1. Герасимчук З.В., Ковальська Л.Л. Конкурентоспроможність регіону: теорія, методологія, практика: Монографія. Луцьк: Надстир'я, 2008. 248 с.
2. Воротіна В.Є., Жаліла Я.А. Державне управління регіональним розвитком України. Монографія. К.: НІСД. 2010. 288 с.
3. Біла С.О., Жаліла Я.А., Шевченко О.В. Інноваційні підходи до регіонального розвитку в Україні: аналіт. доп. К.: НІСД. 2011. 72 с.
4. Лісовський С.А. Основи сталого (збалансованого) економічного, соціального, екологічного розвитку / Інститут географії НАН України. Житомир, 2007. – 108с.

*Зюзя А. О., аспірант каф. ЕП
ДВНЗ «Придніпровська державна академія будівництва та архітектури»
м. Дніпро, Україна*

Розвиток інтелектуального підприємництва, як стратегічний напрям та фактор підвищення ефективності інтелектуального потенціалу національної економіки

В умовах сучасного інформаційного суспільства – суспільства інтелектуальної, трансформаційної, цифрової економіки, основою якого є результати творчої, інтелектуальної діяльності людей та інноваційний характер підприємницької діяльності, особлива увага приділяється підвищенню ефективності інтелектуального потенціалу суб'єктів господарювання та національної економіки.

Одним зі стратегічних напрямів сучасної економіки України є розвиток нових форм підприємницької діяльності – інтелектуального підприємництва та інтелектуального бізнесу, як фактору ефективності інтелектуального потенціалу країни. Розвиток інтелектуального бізнесу має вагомий частку у визначенні пріоритетів країни. Сучасна економіка, яка в умовах кризи, обумовленої пандемією COVID-19, ґрунтується на ринках з високою мінливістю, вимушена адаптуватися та значною мірою, ніж це було раніше, залежить від побажань та потреб споживачів. Сьогодні підприємства що створюють інноваційні продукти мають перевагу над іншими, досить швидко адаптуються під потреби споживачів, та підвищуючи ефективність свого інтелектуального потенціалу мають змогу бути конкурентними в надскладних для підприємницької діяльності, умовах.

Дослідження наукових підходів до оцінки ефективності інтелектуального потенціалу суб'єктів підприємницької діяльності, особливо інтелектуального підприємництва та інтелектуального бізнесу, мають надзвичайну актуальність у зв'язку з їх роллю у стратегічних напрямках розвитку національної економіки. Розвиток інтелектуального бізнесу, управління інтелектуальним

підприємництвом досліджували у наукових публікаціях І.Д. Падерін, Ю.Г. Горященко, О.В. Романов, О.Ю. Червона, Т.І. Паустовська, Г.А. Лашкун та інші дослідники. Монографія О.Б. Бутнік-Сіверського, що аналізує методологію оцінки вартості майнових прав інтелектуальної власності з позиції інтелектуального підприємництва та бізнесу є надзвичайно актуальною та важливою з наукової точки зору [1]. Але розгляд інтелектуального підприємництва та бізнесу, як стратегічного напрямку та фактору підвищення ефективності інтелектуального потенціалу національної економіки, потребує подальших досліджень задля визначення перспектив економічного розвитку України в кризових умовах розвитку світової економіки, пов'язаних з пандемією.

Поняття «бізнес» науковці вважають більш широким поняттям, ніж поняття «підприємництво». Зокрема «бізнес» (від англ. Business – «справа», «підприємство» на думку О. Б. Бутнік-Сіверського: «...це ініціативна економічна діяльність, здійснювана за рахунок власних або позикових коштів на свій ризик і під свою відповідальність, яка має головними цілями отримання прибутку» [1, с.66]. У той же час інтелектуальний бізнес розуміють як процес створення і використання інтелектуальної власності, що дозволяє отримати прибуток та як процес реалізації ідей розробника (творця) інтелектуального продукту за допомогою розумової праці [3]. «Інтелектуальне підприємництво» - категорія уведена в науковий обіг у 2002 році професором Техаського університету А. Р. Червітцем, розглядається ним не стільки як бізнес, але як «установка на оволодіння світом», «процес культурної інновації» та стверджується що «...інтелектуальним підприємцем може бути не тільки бізнесмен, а й учений, студент, аспірант, художник, музикант, продюсер тощо» [1, с.67].

Вітчизняні науковці трактують інтелектуальне підприємництво і як «підприємництво, здійснюване інтелектуалами, тобто людьми з вищою освітою, результатами діяльності яких є інтелектуальний продукт» [1, с.67], і як «...особливий тип підприємництва, здійснюваний інтелектуалами, які

створюють соціально-орієнтовані складні, високотехнологічні інтелектуальні продукти (ноу-хау, програмне забезпечення, нові технології та способи інвестування тощо), причому керуються не тільки економічними вигодами (прибутком), а й цілями самореалізації та духовно-моральними орієнтирами» [5].

Як бачимо, основою інтелектуального бізнесу та інтелектуального підприємництва є створення інтелектуального продукту – результатів інтелектуальної творчої діяльності, об'єктів права інтелектуальної власності. І саме процес створення та просування на вітчизняних та світових ринках інноваційних, інтелектуальних продуктів суб'єктами підприємницької діяльності є ознакою ефективного використання інтелектуального потенціалу національної економіки.

Сьогодні в Україні можливість створювати інноваційні інтелектуальні продукти, або проводити модернізації мають переважно приватні підприємства з іноземним капіталом та каналами збуту. Вітчизняні підприємства від фізичних осіб до корпорацій мають обмежені можливості через непривабливість для іноземних інвесторів. Основними проблемами вітчизняних підприємств є: відсутність стимулів до зростання бізнесу; недостатність доступу до фінансування; відсутність системи державної підтримки, в першу чергу стартапів; низький рівень інновацій; обмеженість можливостей для експорту; відсутність сталої співпраці з дослідницькими центрами та науковими установами; негнучкість у зміні асортименту товарів і послуг [4].

Також бар'єрами для розвитку інновацій в Україні є недосконалість інституцій, політичного, регуляторного та бізнес-середовища та слабо розвинута інфраструктура, у тому числі інноваційна. На низькому рівні залишаються показники валового нагромадження капіталу у відсотках до валового внутрішнього продукту, показники екологічної стійкості, доступності та якісної роботи електронного Уряду (використання інформаційних та комунікаційних технологій у поєднанні з організаційними змінами та

застосуванням нових навичок у державному управлінні для впровадження державних послуг та демократичних процесів).

Конкурентна позиція України є нестійкою, що відображено у деяких світових рейтингах. Незважаючи на велику кількість вчених та інженерів, а також частку людей, які мають вищу освіту, Україна має досить низький рейтинг за показником «Інновації» та низькі значення показників «Взаємозв'язки університетів з промисловістю у сфері досліджень і розробок», «Технологічна готовність». Найбільш проблемним показником залишається «Іноземні інвестиції та трансфер технологій».

За даними Всесвітнього економічного форуму у Звіті про глобальну конкурентоспроможність 2017-2018 років, Україна посіла 81 місце серед 137 досліджуваних держав, піднявшись на чотири позиції [2].

У 2019 р. за даними Executive Opinion Survey: descriptive statistics and weightings Україна посіла 85 місце, опустившись на чотири позиції. Згідно спеціального видання Світового економічного форуму, що вийшло у грудні 2020 року: «Доповідь про глобальну Конкурентоспроможність, Спеціальний випуск 2020: Як країни просуваються на шляху до одужання» (Global Competitiveness Report Special Edition 2020: How Countries are Performing on the Road to Recovery), зведений рейтинг країн світу за Індексом глобальної конкурентоспроможності в 2020 році представлений не буде, проте в 2021 році автори планують повернутися до порівняльного аналізу і як буде виглядати Україна на тлі інших країн залежить від послідовного слідування її стратегічним напрямом.

Задля забезпечення швидкого та якісного перетворення креативних ідей в інноваційні продукти та послуги, підвищення рівня інноваційності національної економіки, з метою розбудови національної інноваційної екосистеми, що передбачає створення сприятливих умов для розвитку інноваційної сфери, збільшення кількості впроваджуваних розробок, підвищення економічної віддачі від них, залучення інвестицій в інноваційну діяльність, Кабінетом Міністрів України 10 липня 2019 року було видано розпорядження «Про

схвалення Стратегії розвитку сфери інноваційної діяльності на період до 2030 року»[2].

Стратегією передбачено етапи розвитку, напрямки та шляхи розв'язання проблем, серед яких одним з найважливіших для підвищення ефективності інтелектуального потенціалу є впровадження інновацій та створення сприятливих умов щодо доведення новацій до комерційного використання, зокрема через розвиток стартапів.

Серед основних програмних заходів, передбачених стратегією, намічено:

- створення сприятливого нормативно-правового поля для суб'єктів господарювання, що провадять інноваційну діяльність;
- розвиток інноваційної інфраструктури, методично-консалтингове забезпечення, розширення зв'язків вітчизняних науковців і винахідників з іноземними підприємствами;
- підвищення рівня спроможності, що реалізується як шляхом культурно-просвітницької діяльності, підвищення інноваційної культури, так і через освітню діяльність, спрямовану на забезпечення успішної кар'єри молоді після завершення навчання у закладах вищої освіти за одним з обраних напрямів: започаткування власної справи, робота на підприємстві, що відповідає сучасному технологічному рівню, або наукова (викладацька) робота [4].

Стратегія розвитку сфери інноваційної діяльності дасть змогу до 2030 року утворити в Україні національну інноваційну екосистему і забезпечити розвиток та ефективну взаємодію елементів національної інноваційної екосистеми, яка зможе стати рушієм прискореного економічного зростання завдяки ефективному використанню інтелектуального потенціалу та сприятиме впровадженню нових технологічних рішень. Це також вказує на бажання України наблизитися до рівня розвинених країн у продукуванні інтелектуальних продуктів та інновацій, що сприятиме підвищенню конкурентоспроможності країни на світовому ринку.

Література:

1. Бутнік-Сіверський О. Б. Методологія оцінки вартості майнових прав інтелектуальної власності та практичні аспекти її застосування: монографія/ НДІ ІВ НАПрН України. К.:Інтерсервіс, 2020. – 344с.
2. «Про схвалення Стратегії розвитку сфери інноваційної діяльності на період до 2030 року». Офіційний сайт Верховної Ради України // URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/526-2019-%D1%80#Text>.
3. Семикіна М. В., Петіна О. М. Інтелектуальний бізнес: Навчальний посібник для студентів економічних спеціальностей денної та заочної форми навчання. За ред. М. В. Семикіної. – Кіровоград: КНТУ, 2015. – 141 с.
4. «Стратегія розвитку підприємництва: експертне бачення». Національна платформа малого та середнього бізнесу // URL: https://platforma-msb.org/wp-content/uploads/2016/10/strategy_prn_new.pdf.
5. Шевченко Л. С. Університети як суб'єкти інтелектуального підприємництва / Л.С. Шевченко // Теорія і практика правознавства. — 2014. – Вип.1(5) // URL:<http://dspace.nlu.edu.ua/bitstream/123456789/6343/1/shevchenko.pdf> 3

*Кириченко А. В., доцент, к.е.н.,
доцент кафедри організації підприємництва та біржової діяльності,
Національний університет біоресурсів і природокористування України,
м. Київ, Україна*

Перспективи розвитку особистого страхування з урахуванням інноваційних тенденцій

Проблеми в українському соціальному страхуванні, а саме – обмеженість ресурсів соціальних фондів породжує потребу в додатковому пенсійному та медичному страхуванні, розвиток яких здатний підвищити соціальну безпеку в суспільстві. Попит на продукти особистого страхування має тенденцію до зростання, хоча його темпи стримує рівень соціально-економічного розвитку України. А саме: інфляційні процеси, що породжують недостатню інвестиційну активність; доходи значної частки населення нижчі прожиткового мінімуму і, як наслідок, низька платоспроможність українців.

Серед тенденцій розвитку українського ринку особистого страхування можна виділити як позитивні, так і негативні. Серед позитивних слід виділити такі: зростання обсягу страхових премій, збільшення обсягу та рівня виплат; основними негативними тенденціями є не висока частка досліджуваного ринку страхування в загальному обсязі страхових премій, недостатня капіталізація ринку та низька платоспроможність страхових компаній [1, с. 63-64].

У більшості держав світу особисте страхування займає перше місце серед інших галузей страхування за обсягами страхових премії і забезпечує широкий вибір страхових гарантій, інвестиційних послуг, а також рішення цілого комплексу соціально-економічних проблем [2, с. 51]. Розвинена система особистого страхування компенсує недостатність соціального страхування.

Створення інноваційного продукту можливе на різних етапах процесу особистого страхування, результатом якого є створення блага з новими корисними властивостями, що повніше задовольняє потреби страхувальника, а його виробництво є менш витратним для страховика. Саме тому в сучасних

умовах розвиток особистого страхування не можливий без застосування різного роду інновацій, а також виявленні та усуненні причин, що гальмують розроблення та впровадження інноваційних підходів щодо створення дієвих страхових продуктів і послуг [3, с. 54].

Серед інновацій в особистому страхуванні виділяють: створення принципово нового страхового продукту; поліпшення якості або створення нових споживчих властивостей; розширення спектра страхових послуг; скорочення термінів і витрат надання послуг; поліпшення супроводу страхового продукту; розвиток каналів збуту страхових продуктів і послуг; вдосконалення управління страховою діяльністю; використання нових маркетингових технологій; гнучке використання інструментарію консалтингу; поліпшення взаємодії страхових компаній з елементами зовнішнього середовища тощо [3, с. 54].

Досліджуючи інноваційні тенденції у сфері особистого страхування варто зазначити, що значний вплив на них чинить рівень соціально-економічного розвитку держави на етапі дослідження. Особливо актуальним в період пандемії COVID-19 є розвиток каналів збуту страхових продуктів і послуг. Виділяють чотири основні тенденції у розвитку каналів продажу страхових продуктів: збільшення ролі інтернету у продажі страхових продуктів; широке використання соціальних мереж в якості альтернативного каналу дистрибуції; використання хмарних технологій в процесі використання різних каналів продажу; автоматизація бізнес-процесів (андерайтингу, врегулювання збитків тощо) та збільшення частки прямих продажів [4, с. 76].

У сучасних умовах роль каналів поширення страхових продуктів за допомогою інтернету значно зростає, оскільки за останній час це стало чимось більшим, ніж просто засіб передачі інформації. Так, із кожним роком кількість людей, котрі долучилися до користування Інтернетом, збільшується [5, с. 134], а пандемія COVID-19 сприяє цьому ще більше.

На сьогодні характерна пряма залежність між рівнем розвитку ринку особистого страхування та часткою каналу онлайн-продажів страхових послуг

серед інших каналів збуту. Серед основних причин зростання частки онлайн-страхування є: можливість обрання персоніфікованих страхових продуктів; низька вартість страхового продукту з високою якістю; можливість порівняння страхових продуктів страхувальниками; зручність для споживачів [4, с. 76].

Аналіз світових тенденцій розвитку особистого страхування показав, що в умовах соціально-економічної нестабільності спричиненої, в тому числі COVID-19, буде зростати потреба страхувальників в якісних та доступних страхових послугах, що може забезпечити зростання ролі Інтернету у наданні інформації про страховий продукт та його продажу.

Література:

1. Кириченко А. В. Ринок добровільного особистого страхування: теорія та практика. Сучасні тенденції розвитку фінансово-кредитної системи: теорія та практика : колективна монографія / Кол. авторів. Полтава: ПП «Астроя», 2019. 115 с., С. 62-66.

2. Третяк Д. Д. Перспективи впровадження інновацій в особистому страхуванні на прикладі зарубіжних країн. Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. 2017. Вип. 5(194). С. 50-58.

3. Галушак В. В. Інновації як чинник підвищення ефективності страхової діяльності. Причорноморські економічні студії. 2019. Вип. 46. Частина 2. С. 53-58.

4. Пікус Р. В., Заколюдажний В. О. Інноваційний розвиток страхової діяльності як основа підвищення її ефективності. Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. 2015. Вип. 3(168). С. 72-80.

5. Борисюк О. Дистрибуція страхових продуктів як важливий елемент страхового менеджменту. Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. 2018. № 2. С. 131-137.

*Клевцова Н.В., аспірант кафедри публічного управління та права
Наук. керівник Романенко К.М., доктор наук з держ. управління
Дніпровська академія неперервної освіти
м. Дніпро, Україна*

Формування сучасних економічних механізмів держави з урахуванням Світових інноваційних тенденцій

Державна інноваційна політика в Україні та її окремі механізми неузгоджені щодо перспектив Світового розвитку і як наслідок, мають недостатню системність та керованість. Тому існує потреба в формуванні сучасних економічних механізмів, а також процесів впровадження і використання інновацій. Позитивна динаміка інновацій виглядає на перший погляд, як впровадження нових технологічних процесів, але активне стимулювання інноваційної діяльності є відповідною фінансово-кредитною політикою; підтримка впровадження інновацій у найбільш перспективних сферах діяльності сприятиме позитивним змінам у розвитку інноваційної діяльності та підвищення конкурентоспроможності національної економіки загалом [1].

Інноваційний розвиток повинен йти з урахуванням темпів розвитку науково-технічного прогресу і спричинених цим змін макро- або мікросередовища. Головними завданнями інноваційних стратегій є:

- ефективний розподіл і використання наявних ресурсів;
- адаптація до змін на Світовому ринку;
- приведення у відповідність внутрішніх можливостей розвитку до зовнішніх.

Узагальнюючими показниками ефективної інноваційної діяльності прийнято вважати: темпи приросту ефективності виробництва, економію собівартості продукції, приріст прибутку після реалізації.

Запровадження інноваційних технологій і практик поширюється на публічну діяльність сучасної держави і призводить до глобальних змін

світового системного опису простору. Що, в свою чергу, передбачає розширення простору дій, прозорості виконання вповноважень органів державної влади, забезпечення адміністративних послуг для всіх шарів населення, вдосконалення функцій усіх сфер держави [2].

Досвід розвинених країн переконує, що стійке соціально-економічне зростання досягається тільки на інноваційній основі за активного використання сучасних наукових розробок. За таких умов реалізуються плани виробництва продукції високої якості, проходить активізація збереження ресурсів, підвищується ефективність виробництва, забезпечується конкурентоспроможність продукції на внутрішньому і Світовому ринках.

Інноваційна діяльність є процесом одержання та відтворення нових наукових і науково-технічних знань та їх реалізації в матеріальні сфери суспільства з обов'язковим економічним, екологічним або соціальним ефектом від інновації. Методологія системного опису інновацій в умовах ринкової економіки базується на міжнародних стандартах, відповідно до яких інновація визначається як кінцевий результат інноваційної діяльності. Що набуває втілення у вигляді нового або удосконаленого продукту, технологічного процесу, що використовується в практичній діяльності, або в новому підході до соціальних послуг, структурних та організаційних перетвореннях.

Й.А. Шумпетер вважав, що інновація має розглядатись в контексті інноваційної діяльності, тобто діяльності по доведенню науково-технічних ідей, винаходів, розробок до конкретного результату, придатного для практичного застосування державою. За думкою автора, постає необхідність вдосконалення шляху від патентування виробів, методів, продукції до їх практичного застосування з отриманням економічного ефекту. В такому разі, інновація об'єднує науку, техніку, економіку, підприємництво і управління. О. Лапко викладає думку, що "інновація - це комплексний процес, котрий включає в себе створення, розробку, доведення до комерційного використання і розповсюдження нового технічного або якогось іншого рішення (новації), що задовольняє певну потребу" [3].

Ефективна реалізація стратегії інноваційного розвитку неможлива без функціонування дієвого організаційно-економічного механізму управління цим розвитком. Державною метою має бути удосконалення наступних напрямків: нормативно-правове забезпечення реформ, залучення інвестицій, розвиток сфери послуг, стимулювання внутрішнього попиту на державну продукцію, розвиток інновацій.

В Україні спостерігають за Світовими інноваційними тенденціями, але наявний економічний механізм потребує подальшого вдосконалення. Перехід до екологізації потребує застосування нових науково-технічних рішень у сфері виготовлення та споживання товарів та послуг.

Література:

1. Жовковська Т. Методика оцінювання впливу інновацій на конкурентоспроможність промислового виробництва. *Соціально-економічні проблеми і держава*. Тернопіль. 2012. Вип.1(6). С.210-216.

2. Становлення публічного адміністрування в Україні: матеріали ІХ Всеукр. міжвуз. конф. Студентів та молодих вчених/за заг. ред. О.Б. Кіреєвої. Дніпро: ДРІДУ НАДУ, 2018. 213с.

3. Драчук Ю.З., Трушкіна Н.В., Гусак А.С. 255 принципи формування організаційно-економічного механізму управління інноваційним розвитком вугільних підприємств. URL: <http://ir.nmu.org.ua/handle/123456789/150202> (дата звернення: 10.04.2021).

*Коваленко Г.О., к.с.-г.н., доцент кафедри менеджменту
Уманський національний університет садівництва
м. Умань, Україна*

Інноваційний розвиток економіки країни, сучасний стан та перспективи

Сучасне суспільство – це суспільство інновацій, яке визначає правила інтелектуальної та управлінської мобільності. Прагнення України отримати серйозні важелі захисту національного інтересу у глобалізованому просторі нових економічних перспектив не залишає нам іншого вибору, крім інноваційного. Без здійснення інноваційної діяльності підприємство не вносить корективи у свою продукцію, технологію, методи і стиль управління, перестає розвиватись відповідно до зовнішнього середовища, яке змінюється, стає не ефективним щодо споживачів і втрачає свою ринкову позицію. Розбудова інноваційної науково-технічної інфраструктури сучасного виробництва є найважливішим кроком на шляху до вирішення стратегічних державних пріоритетів таких як створення передумов для інтеграції України в європейський соціально-економічний простір, утвердження національної моделі розвитку, забезпечення сталого економічного зростання [1].

В Україні стан інноваційної діяльності кризовий, який не відповідає сучасному рівню інноваційних процесів розвинутих країн, нормативно-правова база регулювання інноваційної діяльності недосконала, виконання прийнятих законів в інноваційній сфері незадовільне. Структура і принципи управління інноваційним розвитком в Україні потребують змін, які повинні бути спрямовані на вирішення проблем інноваційного розвитку економіки [2].

За роки незалежності економіка України зазнала величезних змін, в структурному плані залишилася технологічно відсталою, розпродує природні ресурси, робочу силу використовує неефективно. Проте на фоні низького економічного розвитку, тотальної бідності населення, ще існують об'єкти високотехнологічних виробництв літакобудування, ракетно-космічна галузь,

суднобудування тощо. Спостерігається незначна інноваційна діяльність на промислових підприємствах, яка носить локальний характер, при якій впроваджуються поліпшуючі та «запозичені» інновації [3].

Інноваційний розвиток потребує залучення значних фінансових ресурсів. Найбільш значуща причина низької інноваційної активності це відсутність власних коштів, надмірне оподаткування. На даний час важливим є створення державної системи стимулювання інноваційного розвитку на основі податкових методів. Надання субсидій та кредитів за зниженими відсотковими ставками, розвинута державна підтримка підприємств, які розробляють і реалізують нові товари, технології [4].

Для стимулювання інноваційної діяльності, у сфері банківсько-фінансової діяльності необхідно активно стимулювати створення спеціалізованих інноваційних банків; запровадити механізми державного страхування кредитів, виданих малим підприємствам, що розробляють та впроваджують інноваційну високотехнологічну продукцію; заохочувати комерційні банки купувати акції підприємств, що виготовляють високотехнологічну продукцію; установлювати для комерційних банків, які здійснюють пільгове довгострокове кредитування інноваційних проєктів, знижену ставку норми обов'язкового резервування коштів; запровадити спеціальний порядок створення інноваційних асоціацій; розробити державну систему страхування ризиків інноваційної діяльності за рахунок спеціально створеної страхової компанії [5]. Реалізація цих змін банківсько-фінансової діяльності сприятиме ефективному функціонуванню наукових та науково-дослідних установ і підприємств, які займаються впровадженням новітніх технологій, техніки. Для відродження національної економіки України, подолання економічної, енергетичної кризи, та кризи суспільного виробництва, важливе значення має активізація розвитку інноваційної діяльності.

Через дефіцит бюджетних коштів, зниження продуктивності наявного технологічного устаткування, недосконалості законодавства та організаційних чинників економічний розвиток нашої країни не відповідає рівню розвинених

країн. Для економічного зростання потрібно фінансувати та використовувати інновації. Використання механізму інноваційного розвитку дозволить здійснити інтеграцію в європейський соціально-економічний простір та посісти гідне місце серед провідних технологічно розвинених держав.

Література:

1. Шкарлет С.М. Інноваційний розвиток підприємства / С.М. Шкарлет, В.П. Ільчук // Чернігів: Черніг. нац. технол. ун-т. 2015. 308 с.
2. Соболева Г.Г. Інноваційні технології як чинник підвищення конкурентоспроможності підприємства / Г.Г. Соболева // *Молодий вчений*. 2018. № 2(1). С. 424-427. Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2018_2\(1\)__102](http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2018_2(1)__102).
3. Сиволап Л.А. Інноваційний розвиток національної економіки // Л.А. Сиволап // *Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності* : зб. наук. пр. Маріуполь : ДВНЗ «ПДТУ». 2013. Вип. 1. Т. 2. С. 147-151.
4. Пожуєва Т.О. Інноваційна діяльність - основа ефективного підприємництва / Т.О. Пожуєва, О.М. Лебедева // *Вісник економічної науки України*. 2011. № 1 (19). С. 117-119
5. Прокопець Л.В. Інновації як фактор економічного зростання / Л.В. Прокопець // *Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. Економічні науки*. 2010. Вип. 4. С. 114-120. Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vchtei_2010_4_21.

Лахно Ю.С., студентка спеціальності облік та оподаткування,
Харківський національний університет ім. В.Н. Каразіна, м. Харків, Україна

Роль банківської системи в економічному розвитку країни

Економічний розвиток країни в сучасних умовах потребує дієвої, налагодженої системи інституційного забезпечення. В умовах, коли певна частина суб'єктів володіє вільними фінансовими ресурсами, а інша має в них потребу, гостро постає питання щодо активізації діяльності тих посередницьких структур, діяльність яких здійснюється в умовах економічної нестійкості та конкуренції.

Ключовою ланкою цієї сфери є саме банківська система, яка займає провідне місце у механізмі регулювання господарського життя країни.

На разі в Україні діє власна банківська система, яка в цілому відповідає світовим вимогам, проте в умовах глобалізації з'являються нові вимоги до функціонування банків, підвищення якості їх послуг, забезпечення їх ліквідності та стійкості.

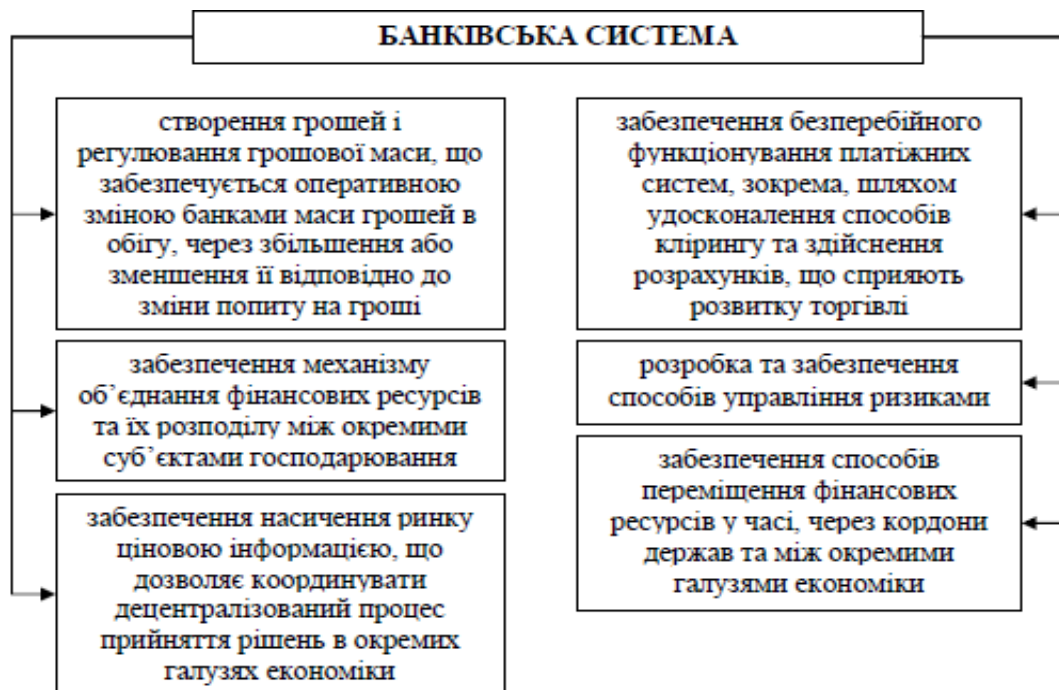


Рисунок 1. Напрями впливу банківської системи на фінансову сферу

Джерело: узагальнено автором за даними [2]

Отже, банківська система спроможна забезпечити ефективний розвиток та функціонування всіх сфер господарської системи, регулювати потоки

грошових коштів, створювати умови для ефективного розширеного відтворення.

Проблеми банківської системи слід розглядати комплексно, у контексті розвитку економіки країни, та в динамічному розрізі – для того, щоб більш об'єктивно оцінити сучасний стан та можливості прогнозування тих процесів, які будуть відбуватись у банківській системі, оскільки вони матимуть вплив на економіку.

Сучасний стан банківської системи України починає стабілізуватися, але необхідно відзначити, що політична нестабільність, інфляція та загальна економічна дестабілізація негативним чином вплинули на банківський сектор.

Досліджуючи роль банківської системи, можна зазначити, що вона бере участь у виконанні основних функцій фінансової системи шляхом:

- формування та забезпечення способів переміщення фінансових ресурсів у часі, між окремими галузями, у просторі;
- ефективної розробки та забезпечення методів управління ризиками;
- забезпечення механізму акумуляції фінансових ресурсів та їх подальший розподіл між окремими суб'єктами на принципах строковості, платності, зворотності;
- забезпечення умов та здійснення безперебійного, ефективного функціонування платіжних систем за рахунок вдосконалення способів клірингу та здійснення розрахунків;
- забезпечення ринку ціновою інформацією, яка дозволяє координувати децентралізований процес прийняття рішень в окремих сферах.

Особливу роль банківської системи як певної частини економічної інфраструктури зображено на рис.2.

Банки в своїй діяльності проводять аналіз процесів, які характеризують стан виробничої сфери, а спеціальні підрозділи банківської системи здійснюють моніторинг підприємств, щоб отримати незалежні та оперативні оцінки економічної кон'юнктури ринку, фінансового становища підприємств та їх інвестиційних потреб.

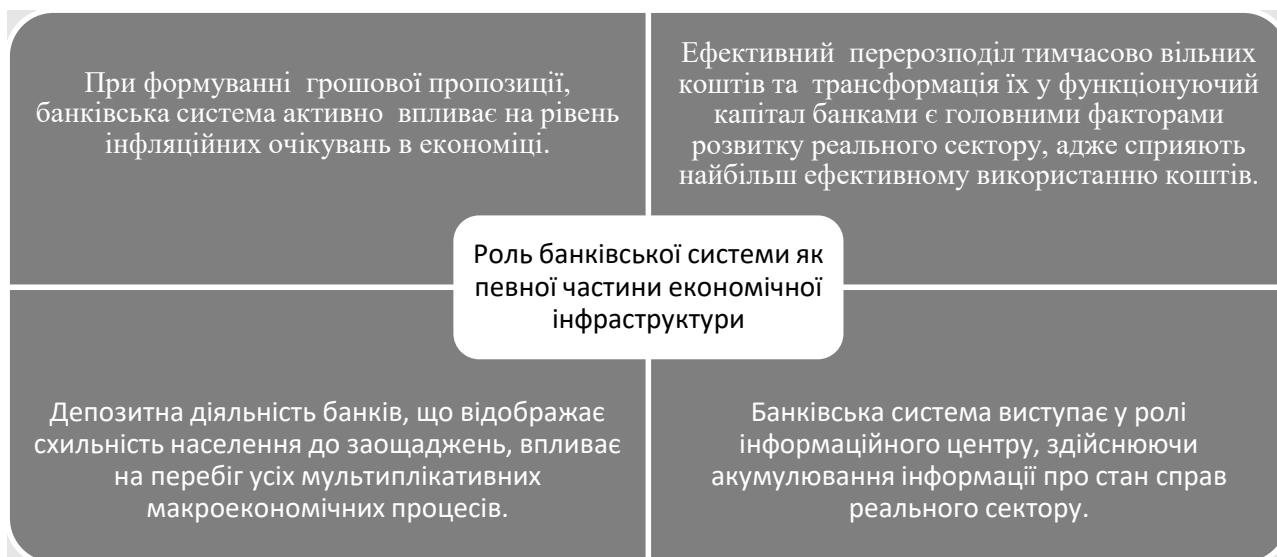


Рисунок 2. Роль банківської системи як певної частини економічної інфраструктури

Джерело: узагальнено автором за даними [1]

Все вищеперераховане дозволяє оптимізувати операційні процедури та інструменти монетарної політики, підвищувати її ефективність. А все це суттєво впливає на стан економіки країни, адже банківська система надає кредитні ресурси задля реалізації певних проєктів, розвитку, а також дає можливість отримати додатковий дохід за рахунок найбільш ефективного використання ресурсів.

Таким чином, можна стверджувати, що роль банківської системи є надзвичайно важливою у сучасних умовах.

Література:

1. Москальов А.А., Попова Е.М. Моніторинг сучасного стану банківської системи України та впровадження іноземного досвіду для її виходу з кризового стану // «Молодий вчений». № 10. 2018.

2. Холодна Ю. Є., Рац О. М. Банківська система : навчальний посібник. Х. : Вид. ХНЕУ, 2013. 316 с.

Науковий керівник: Глушач Ю.С., к.е.н., старший викладач кафедри статистики, обліку та аудиту, Харківський національний університет ім. В.Н. Каразіна, м. Харків, Україна

*Левицький Д.В., магістрант
Одеська державна академія будівництва та архітектури,
м. Одеса, Україна*

Перспектива розвитку підприємництва з появою тенденції вторинної переробки відходів

Будівельний комплекс об'єднує в своєму складі велику кількість підприємств різних галузей, що охоплюють: виробництво будівельних матеріалів, власне будівництво, машинобудування, дослідницькі й проектно-конструкторські роботи в галузі будівництва. Ці виробництва поєднані між собою технологічними зв'язками, і готова продукція перших може бути використана як ресурс в інших сферах виробництва.

Виробництво будівельних матеріалів розвивається під впливом двох чинників – сировинного і споживчого. З метою нарощування бази будівельної індустрії, забезпечення потреб будівництва в нових енерго- і ресурсоефективних будівельних матеріалах розробляються нові матеріали та конструкції. Значну роль в цих розробках приділяють розширенню сировинної бази за рахунок використання відходів промислового виробництва.

Обсяги будівельних відходів з кожним роком збільшуються, і головною проблемою стає не стільки транспортування, скільки вторинне використання, утилізація та екологічно безпечне захоронення будівельних відходів. Основним методом утилізації в Україні є поховання відходів на полігонах твердих побутових відходів та їх переробка. Ефективне вирішення проблеми промислових відходів – це впровадження безвідходних технологій, які засновані на принциповій зміні технологічних процесів, розробці системи із замкнутим циклом, що забезпечує багаторазове використання продуктів, і комплексному використанні сировини [1, 2].

Різноманітні види відходів можуть бути використані для отримання будівельних матеріалів. До таких відходів відносяться: зношені автопокришки, ганчір'я, паперова макулатура, будівельне сміття, використані полімерні

матеріали та ін. При цьому, вони можуть бути як малогабаритними, а також мати вагомий розмір.

Будівельне сміття можна розділити на декілька видів, відходи в рідкому вигляді (лаки, фарби, смола), та твердому – відходи від облицювальних і будівельних матеріалів (залишки штукатурки, уламки бетону, залишки цегли, залишки ПВХ матеріалів (труби, лінолеум і інше) [2].

Вироби ПВХ характеризуються міцністю, довговічністю, зносостійкістю, а також замінюють природні оздоблювальні матеріали, приймають будь-яку форму, фактуру. Продукція з полімеру безпечна, але в процесі розкладання із пластику виділяються шкідливі речовини. У компонентний склад полімерів вводять барвники, наповнювачі, загусники, пластифікатори.

Відходи з полівінілхлориду накопичуються на полігонах побутового сміття в великих обсягах, що становить загрозу екосистемі планети. При розкладі пластику компоненти з вмістом важких металів вивільняються. Токсичні відходи полівінілхлориду зі спіненої структурою забруднюють навколишнє середовище хлороводородом. Побічним продуктом реакції є соляна кислота.

Структура ПВХ матеріалів дає можливість їх переробляти, після чого вторинний матеріал використовують як нову сировину, з нього виробляють тари, труб, віконного профілю, підлогових покриттів, покрівельних матеріалів, плівки. Переробка ПВХ відходів виконується двома способами: хімічним, який представляє собою вплив реагентів на подрібнені частинки, в результаті чого відходи стають менш токсичними; та механічним, що передбачає отримання готового напівфабрикату шляхом агломерації та грануляції, для вторинного використання. Напівфабрикат випускають в двох модифікаціях (у вигляді порошків – подрібнених крихт полівінілхлориду), та екструдованими гранулами.

Не менше шкідливими для зовнішнього середовища є автомобільні шини та гумотехнічні вироби. Вторинна переробка зношених шин і гумотехнічних виробів, що вийшли з експлуатації мають велике екологічне та економічне

значення для всіх розвинених країн світу. Зношені автомобільні шини містять в собі цінну сировину: каучук, метал, текстильний корд. Переробка відбувається шляхом подрібнення до невеликих шматків з подальшим механічним відділенням металевого і текстильного корду та отримання гумового «грануляту» подрібнених розмірів [1]. В подальшому відділена сировина використовується при виробництві будівельних матеріалів (фібробетон, мінеральна вата, композитні рулонні матеріали та гумові плити), а також у будівництві автомобільних доріг, як модифікатор нафтового бітуму в асфальтобетонних; в якості наповнювача при виробництві спортивного спорядження (боксерські груші, щити і т. д.).

Дослідження можливості ефективного вирішення проблеми промислових відходів показало, що зростання будівельної галузі тісно пов'язане з безвідходним типом виробництва, заснованим на використанні природно-сировинної бази; переробці відходів як джерела сировини та матеріалів.

Використання будівельних відходів, як вторинної сировини надзвичайно важливе не тільки як спосіб утилізації сміття, а й для збереження сприятливого екологічного середовища. Також, застосування перероблених промислових відходів у виробництві будівельних матеріалів дозволяє задовольнити потребу в сировині цієї галузі, знизити витрати на виробництво будівельних матеріалів у порівнянні з виробництвом їх із природної сировини.

Література:

1. Жусь О. М. Інтегровані процеси у будівельному комплексі України. // Вісник Чернігівського державного технологічного університету. Серія «Економічні науки», науковий збірник / Черніг. нац. технол. ун-т. – Чернігів: Черніг. нац. технол. ун-т, 2014. – №4 (76). С. 179-186. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу – <http://mx.ogasa.org.ua/handle/123456789/4052>

2. Дворкін Л.Й. Будівельні матеріали та вироби із застосуванням промислових відходів: навч. посіб / Л. Й. Дворкін, А. В. Мироненко. – Рівне : НУВГП, 2019. – 298с.

*Линенко А.В. к.е.н.,
доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування
Пурик А. Ю., студентка
Запорізький національний університет,
м. Запоріжжя, Україна*

Фінтех в Україні: розвиток і доступність для суб'єктів бізнесу та громадян

Сучасний світ розвивається швидкими темпами, через що економія ресурсів, особливо часу, стала основною тенденцією сучасного світу. Ринок банківських послуг має вдосконалюватись згідно потреб населення та бізнесу, однак самотійно банківські установи не можуть забезпечувати стійку діджиталізацію. Згідно даної потреби у фінансовому секторі почали з'являтися фінтех установи.

Фінансово-технічні компанії або Фінтех компанії - це фінансові компанії, які використовують найбільш сучасні технології у фінансових службах або компанії, які розробляють спеціальні програми та допомагають компаніям керувати фінансовою діяльністю із застосуванням сучасних програм, додатків, процесів, бізнес-моделей. На початку свого становлення, фінтех виявлявся у внутрішніх розробках фінансових установ, до яких громадяни не мали прямого доступу. Дані розробки допомагали налагодити систему взаємозв'язку між підрозділами банківської установи, пришвидшити обіг грошових коштів, налагодити процес обліку та контролю над грошовими потоками та інше.

На даний момент фінансові технології стали основою для всіх онлайн-транзакцій, а саме: грошових переказів, Інтернет сервісів, створених мобільних додатків тощо. В Україні фінтех перебуває на етапі зародження та налічує більше ніж 60 компаній з різним ступенем зрілості. Фактично, найбільшим фінтех-прикладом в країні був Приватбанк, технологічні послуги якого випереджали не лише локальний український ринок, але й європейський.

фінтех почав привертати увагу гравців фінансового сектору України лише у 2017 році після низки заходів та форумів, присвячених цій темі.

Вплив фінтех компаній на банківську індустрію, безумовно, неможливо завищити. Фінтех компанії, на відміну від традиційних банків, спрямовані на кінцевого споживача, а отже й дозволяють повністю індивілізувати надані послуги. Така орієнтованість надає досить широкий спектр переваг, однак при цьому виявляються певні недоліки (табл. 1).

Таблиця 1.

Переваги та недоліки Фінтеху

Переваги	Недоліки
Швидкий та зручний доступ до послуг	Невизначеність із законодавчою базою
Широкий спектр послуг	Підвищенні ризики кібезлочинності
Індивідуалізація банківських послуг	Недостатня освіченість населення
Низькі ціна на обслуговування	Залежність від інфраструктури

Джерело: створено автором

Згідно з каталогом фінтех-компаній України станом на кінець 2020 року на фінансовому ринку України налічувалось 150 компаній фінтех компаній, 30 з яких неpubлічні. Компанії фінтеху мають різну спеціалізацію. Найбільш розповсюдженими є фінтех компанії, пов'язані з платіжними сервісами та платформами грошових переказів, при чому у 2020 році їх кількість зросла на 14%. Досить розповсюдженими є компанії технологічної інфраструктури. У 2020 році їх налічувалось 45 установ, при цьому їх кількість збільшилась на 20% у порівнянні з попереднім роком.

Особливістю 2020 року є також збільшення на третину кількості компаній, що займаються приватним та споживчим кредитуванням. Це свідчить про те, що в країні значно підвищується попит на кредити – як серед простого населення, так і в корпоративному сегменті.

Упродовж 2020 року Національний банк України продовжив активно працювати над створенням умов для розвитку інноваційних фінансових

технологій та платіжних інструментів у країні. Інноваційні проєкти Національного банку були спрямовані на покращення умов роботи банків та небанківських установ, а також створення сприятливих умов для ведення бізнесу через цифрові канали.

У 2020 році 16 червня Національний банк України опублікував «Стратегію розвитку FinTech 2025». Згідно даної концепції планується створити умови регуляторної пісочниці на ринку фінтеху, яка дозволить випробовувати та запроваджувати інноваційні продукти. Крім цього, за цифровими реформами уряду, планується вдосконалити систему ідентифікації та верифікації користувачів, імплементувати євродирективу PSD2, вдосконалити фінансовий моніторинг та фінансовий нагляд. Фінтех компанії, на відміну від традиційних банків, спрямовані на кінцевого споживача, а отже й дозволяють повністю індивілізувати надані послуги.

Отже, загалом, фінтех в Україні є досить потужною силою на фінансовому ринку, при чому технологічні новації даних компаній є конкурентоспроможними на європейському та світовому ринках. При сталому розвитку, визначеної законодавчої бази та підтримці урядових програм, фінтех може стати рушійною силою, яка дозволить пришвидшити розвиток економіки в Україні.

Література:

1. Проєкт USAID «Трансформація фінансового сектору». Фінтех в Україні: тенденції, огляд ринку та каталог. С.40 URL: https://data.unit.city/fintech/fgt34ko67mok/fintech_in_Ukraine_2018_ua.pdf
2. Каталог Фінтех-компаній України 2020. УАФІК, 2020. С.106
3. Національний банк України «Стратегія розвитку фінтеху в Україні до 2025 року». Сталий розвиток, новації, кешлес та фінграмотність, липень 2020. с 49.

*Лях І.І., головний економіст,
Інститут економіки промисловості НАН України, м. Київ, Україна*

Питання інтеграції України до європейського інноваційного простору

В сучасних умовах економічне зростання та розвиток кожної інноваційної екосистеми залежить від здатності освоювати нові ринки, передові технології, синтезувати нові знання і впроваджувати їх в практику. Особлива роль в формуванні міждержавних і транскордонних інноваційних просторів належить венчурному (ризиковому) бізнесу, що відрізняється від інших форм реалізації інновацій за методами мобілізації капіталу, структурою джерел і умовами залучення інвестицій, а також використанням нових фінансових інструментів. У розвинених країнах світу цей ризик значною мірою компенсує держава, підтримуючи створення венчурних фондів, які стають однією із вигідних сфер вкладення капіталу. Ресурсне забезпечення інноваційного розвитку в Україні за рахунок використання індустрії венчурного капіталу значно поступається провідним країнам світу. За показником «угоди з венчурним капіталом» у щорічному міжнародному рейтингу «Глобальний інноваційний індекс 2020» Україна піднялася на 2 позиції, і зайняла лише 45-е місце. У глобальному рейтингу поруч з Україною такі країни: В'єтнам, Греція, Таїланд, Румунія, Російська Федерація та Індія. Очолила рейтинг Швейцарія, за нею йдуть Швеція, США, Сполучене Королівство і Нідерланди [1].

Останні декілька років стали поворотними як для української економіки в цілому, так для її інноваційної екосистеми. Проведене дослідження на основі збору та аналізу інформації щодо стану секторів приватного та венчурного капіталу свідчить, що протягом останніх років спостерігається стабільне збільшення українського ринку інвестицій. Незважаючи на те, що у 2019 році пройшли вибори, триває війна, а також в умовах запроваджених урядом карантинних обмежень для боротьби з пандемією COVID-19 в Україні, що разом з іншими факторами спричинили значний економічний спад у 2-му кварталі 2020р., протягом останніх років спостерігається тенденція помірною

та екстенсивного росту українського сектору управління активами, переважно за рахунок активності нових фондів. Так, загальний об'єм венчурних інвестицій в українські ІТ компанії досяг 544 млн. дол. США та вперше перевершив рівень півмільярда. Більше 20 нових фондів венчурного капіталу відкрили свої офіси в Україні за останні декілька років [2].

Кількісний вплив фінансових активів на суспільне виробництво визначається обсягом фінансових ресурсів, що мобілізуються та розподіляються за допомогою інститутів спільного інвестування. Проте визначальним є не сам обсяг наданих фінансових послуг у процесі торгівлі фінансовими активами, а процес їх формування та умови використання. Зазначимо, що діяльність регіональних венчурних фондів спрямована тільки на певні суб'єкти країни, які є лідерами за вкладом в розвиток економіки, де і розвивається венчурний бізнес: Київський, Харківський, Дніпропетровський і деякі інші регіони. Тому існує висока ступінь диференціації суб'єктів України за рівнем інвестиційної привабливості, яка пов'язана з наступними факторами: ресурсними, сировинними, виробничими, фінансовими та кадровими, а також рівнем інвестиційних ризиків, які пов'язані з економічними і політичними змінами умов ведення господарчої діяльності. Основною причиною вибору таких напрямів інвестування, насамперед, є відсутність ефективної законодавчої бази регулювання венчурного бізнесу, яка в змозі гарантувати правовий захист інвесторів та страхувати ризики у сфері інвестування.

Розвиток венчурних інвестиційних фондів в Україні фокусується у регіонах-лідерах за вкладом в економічний розвиток країни. Як і раніше, відбувається зростання рівня концентрації фондів венчурного бізнесу переважно в столиці та Київській області, питома вага яких у загальній кількості ІСІ за результатами 2019 р. становила 72,2% [3]. Це пов'язано з проблемами, які існують в конкретному регіоні і на різному рівні господарювання, основними з яких є:

- нерозвиненість регіональної інфраструктури, що забезпечує появу нових інноваційних підприємств;

- відсутність економічних стимулів для залучення прямих інвестицій у високотехнологічні підприємства;
- низький авторитет інноваційної підприємницької діяльності в області малого і середнього бізнесу в окремих регіонах;
- відсутність ефективної законодавчої бази щодо венчурного бізнесу, що гарантує правовий захист інвесторів та страхує ризики у сфері інвестування;
- необхідність у прозорості податкової системи;
- недостатня інформаційна підтримка венчурної індустрії;
- відсутність освітнього рівня підприємців у сфері венчурного бізнесу;
- недостатня ефективність захисту прав інтелектуальної власності.

З точки зору вирішення питання регіональної асиметрії щодо надання фінансових послуг ІСІ, вагоме значення має посилення взаємодії між інститутами спільного інвестування, з одного боку, та інвесторами і емітентами цінних паперів, з іншого боку, що сприятиме забезпеченню ефективності інвестування та зниженню пов'язаних з цим процесом транзакційних витрат. Для цього важливим є створення відповідної екосистеми інноваційного інвестування, яка забезпечить доступ до фінансових послуг, що надаються ІСІ, всім потенційним інвесторам на ринку цінних паперів (громадянам та бізнес-спільноті країни) незалежно від регіональної приналежності. Розкриття цієї проблеми і є перспективою подальших досліджень.

Література:

1. Україна піднялася в рейтингу інноваційних країн світу. URL: <http://irtafax.com.ua/news/2020/09/2020-09-03-15.html>
2. Компанії з управління активами. Українська асоціація інвестиційного бізнесу. URL: <http://uvca.eu/ua/news/what-uvca-awaits-from-the-new-president-v-zelensky>
3. Аналітичний огляд діяльності індустрії управління активами в Україні. Інститути спільного інвестування 4-й квартал 2019 року та 2019 рік. Українська асоціація інвестиційного бізнесу. URL: <https://www.uaib.com.ua>

*Пиріжок Ю.Л., студентка 4 курсу факультету управління та економіки
Хмельницький університет управління та права імені Леоніда Юзькова
м. Хмельницький, Україна*

Впровадження інвестиційних інструментів на регіональних та муніципальних рівнях

Сьогодні існує чимала конкуренція між регіонами за ресурси та інвестиції. Рівень економічного розвитку населення і їхній добробут напряму залежить від їх залучення інвестицій та розмірів.

Корупція залишається найбільшою перешкодою для приваблення інвесторів в Україну, а також їх незахищеність та створення адміністративних бар'єрів на шляху провадження бізнесу. Через це позитивні очікування інвесторів нерідко змінюються на негативні. Та все ж Україна продовжує приваблювати інвесторів стратегічним географічним положенням, чимала кількість іноземних компаній досі прагне закріпитися на перспективному українському ринку збуту товарів і послуг, одержувати прибуток на довгостроковій основі, отримувати доступ до порівняно недорогих джерел сировини й ресурсів, використовувати відносно дешевий та одночасно кваліфікований людський потенціал. Досвід Туреччини, Польщі та низки інших країн Східної Європи є чудовим прикладом для України у застосуванні системного підходу для розвитку сфери інвестиційної діяльності.

З 2014 року в Україні триває наймасштабніша реформа — реформа децентралізації. У результаті її реалізації станом на січень 2020 року створено понад 10001 об'єднаних територіальних громад. У громадах з'явилися нові лідери змін, які готові брати відповідальність за розвиток територій і конструктивно співпрацювати з органами місцевого самоврядування різних ланок в оновленій парадигмі територіальної організації влади.

Децентралізація створила можливості для економічного розвитку окремих територій, зокрема, через залучення інвестицій. Про це свідчать дані рейтингу інвестиційної привабливості країн «Міжнародний бізнес-компас BDO»² за 2018 рік [1]: Україна за рік піднялася на три позиції. Унаслідок

реформи децентралізації органи місцевого самоврядування ОТГ отримали нові можливості для розвитку, повноваження та кошти для розвитку своїх громад.

Разом із ширшими повноваженнями й обов'язками новостворені громади отримали не лише виборні органи управління, компетентні долати локальні виклики, а й фінансування з державного бюджету задля власного розвитку. Таким чином, фінансові ресурси потрапляють до ОТГ безпосередньо з державного бюджету, а не опосередковано, як це відбувалося раніше. Крім державних коштів, додатковим цінним джерелом фінансування у громадах є власні доходи, тобто кошти місцевих підприємств і організацій, які функціонують на їхніх територіях. Варто зробити висновок, що капіталовкладення, а саме їхній розмір, які отримує громада напряму, залежать від того, як буде розвиватись бізнес підприємців.

Громади зі своєї сторони можуть розкривати власні інвестиційні можливості через інфраструктурні проекти, розвиток кластерів та індустріальних парків, культурно-креативні індустрії. Якщо говорити конкретніше про інвестиційні інструменти, які працюють на практиці, то такими є: стратегічне планування, управління земельними ресурсами, повноваження архітектурно-будівельного контролю, професійно-технічні кадри, міжрегіональна кооперація, міжнародна технічна допомога та інвестиційні преференції. Крім того, ці інструменти можуть розвивати не лише окремі громади, а й область і кілька регіонів одночасно [2].

Оскільки конкуренція за інвестиції нині є надзвичайно високою як на національному, так і на глобальному рівнях, місцева політика повинна бути спрямована на створення сприятливого інвестиційного клімату в регіонах і громадах. Використовуючи сильні сторони й переваги територій, органам управління на регіональному та муніципальному рівнях потрібно постійно працювати над підвищенням інвестиційної привабливості, поліпшенням інвестиційного клімату, розвитком відповідної інфраструктури та зниженням ризиків для інвесторів. Тому досить важливим є саме громадам активізуватись і створити привабливий інвестиційний клімат їхніх регіонів.

Надаємо пропозиції щодо залучення інвестицій та розробки можливих інвестиційних інструментів:

1. Спробувати самостійно провести бенчмаркінг і знайти зразки для наслідування — успішні проєкти, які вже реалізували громади в Україні та за кордоном, і які забезпечили створення нових робочих місць, зростання частки експорту, упровадження різноманітних інноваційних технологій, що відкривають перспективи смарт-спеціалізації та використати їхній досвід.

2. На підставі комплексного аналізу визначити пріоритетні галузі для інвестування, на підставі переваг та потреб конкретних територій.

3. Наступними кроками після визначення стратегічних цілей і напрямів інвестиційної політики є облік та глибший аналіз наявних ресурсів, зокрема, щодо потенційних локацій, людського потенціалу, логістики та суміжного бізнесу в регіоні.

4. Зосереджувати увагу слід не на 102 галузях, а одразу на кількох секторах, що мають конкурентні переваги.

5. Потрібно поширювати інформацію про інвестиційні можливості території серед потенційних інвесторів і в бізнес-спільноті. Ключовим елементом системи комунікацій стане інвестиційний портал області, міста або ОТГ, структура якого має відповідати потребам потенційних інвесторів і містити точну інформацію англійською мовою. Якщо ж такого на даний момент немає, то слід розробити його.

Література:

1. Рейтинг BDO International Business Compass (IBC): URL: <https://www.bdo.ua/ukua/insights-2/informationmaterials/bdo-international-business-compass-2018>.

2. Електронний ресурс. URL: https://decentralization.gov.ua/uploads/library/file/609/Case_Study_PLEDDG_Investments-web.pdf.

Науковий керівник: Юричина І. А., викладач кафедри публічного управління та адміністрування, Хмельницький університет управління та права імені Леоніда Юзькова, м. Хмельницький, Україна

*Похиленко Н.М., к.е.н., старший науковий співробітник відділу організації менеджменту, публічного управління та адміністрування
ННЦ Інститут аграрної економіки,
м. Київ, Україна*

Спроможності сільського населення зайнятого в аграрному секторі економіки до дифузії інновацій

Нині інноваційна діяльність все активніше впливає на темпи економічного зростання та рівень суспільного розвитку, адже є рушієм ефективного функціонування економічної системи. Відповідно підприємницько-новаторська функція підприємництва є визначальною у забезпеченні конкурентоспроможності її суб'єктів. В цьому контексті усунення перешкод дифузії інновацій набуває особливого значення.

Розвиток наукової думки в теорії інноваційного розвитку започаткував М. Кондратьєв, виділяючи хвильову природу циклів поширення винаходів і інновацій. Й. Шумпетер їх розглядав як форму прояву економічної динаміки, а Т. Хегерstrand пов'язував швидкість дифузії інновації з просторовим її положенням відносно центру генерації ідей. Натомість Е. Роджерс закономірність дифузії інновацій розглядав через призму провідності певних каналів в певних часових проміжках серед членів соціальної системи. На основі таких фундаментальних досліджень І.О. Термоса [1] виокремлює ключові фактори дифузії інновацій у суспільстві та забезпечення можливості їх використання у галузях національної економічної системи. А саме:

- освіченість та доступність наукових знань, де індикатором виступає частка населення з вищою освітою;
- фінансова забезпеченість, яка ідентифікується за часткою населення з високими доходами;
- залученість в сучасні технології на основі визначення частки людей, які користуються ІТ технологіями (мобільний Інтернет, нові соціальні медіа, нові банківські послуги тощо);

- комунікативність через виокремлення частки осіб, які активно задіяні в обміні інформації.

Визначення рівня освіченості та легкості доступу до нових знань для сільського населення вимагає розуміння контексту формування людського капіталу на селі. Численні дослідження вітчизняних вчених, серед яких і Н.І. Патики, О.В. Нартюк, свідчать про деструктивні процеси в зайнятості сільського населення. Автори засвідчують, що в межах сільських територій посилюється скорочення чисельності сільського населення за рахунок відтоку економічно активного її компоненту, що позначається на деформації вікової структури сільської громади. Для українського села характерним залишається продовження руйнування соціальної інфраструктури, зростання диспропорції кон'юнктури сільських ринків праці, звуження сфери прикладання праці, а структура виробництва сільськогосподарської продукції зазнає дедалі активніших змін [2].

На цьому фоні проведено дослідження О.І. Василенко [3, с.73] рівня освіченості керівників і спеціалістів агроформувань засвідчило, що лише третина (35%) з них мають вищу освіту. Якщо серед керівників агроформувань 70% дослідженої групи мають вищу освіту, то серед головних спеціалістів їх лише 57%. При чому серед керівників за критерієм розміру агроформувань, найбільшу частку осіб з вищою освітою мають саме великі сільськогосподарські підприємства (80%), тоді як серед фермерів та індивідуальних підприємців їх частка складає лише 25%. А серед спеціалістів: найменше (52%) головних інженерів, натомість головних агрономів найбільше (70%). Дослідження ж рівня освіченості серед сільського населення [4, с. 196] дозволило виявити лише 18% проти 38% серед міського населення. В структурі ж сільської громади частка осіб з повною вищою освітою складала лише 13,5% і 21,9% мали неповну вищу освіту.

Ці дослідження в чергове ілюструють тісний зв'язок між знаннями та поведінкою, адже вони формують два полюси континууму від «передачі інформації» до «формування компетентності», відповідно зміни в перших часто

призводять до зміни в останніх, але рівень обізнаності визначає широту поглядів та інтенсивність інформаційного пошуку. За Дж. Гілл [5, с.8], Джеймісоном та Лау емпірично довели, що зростання продуктивності праці сільськогосподарських виробників в середньому на рівні 7,4 відсотка залежить від наявності у них формальної освіти (від чотирьох до шести років) та встановили, що поріг чотирьох років отримання ними освіти забезпечує більшу вираженість такого ефекту.

Спроможність до дифузії інновацій сільським населенням через призму їх фінансової забезпеченості також є обмеженою. Адже статистичні дані свідчать, що середньомісячна номінальна заробітна плата штатних працівників в аграрній галузі залишається нижчою в порівнянні з іншими галузями економіки і складає 8 856 грн (84,4% до середньомісячної номінальної заробітної плати штатних працівників в цілому по економіці) [6, с. 22.]. Слід звернути увагу на те, що в структурі сукупних споживчих витрат домогосподарств витрати на освіту є мізерними, та й ті скоротились у період 2010-2019 рр. [7]. Якщо у 2010 р. на ці цілі селяни витрачали не більше 1,3% серед витрат на непродовольчі товари та послуги, то у 2019 р. їх частка склала 1,1%. Тобто, за відсутності можливості повноцінного задоволення фізіологічних, соціальних і безпекових потреб, купівля інформації для сільського населення не є пріоритетом.

З точки зору залученості в сучасні технології дифузія інновацій для сільського населення є кращою, але ще недостатньою. Мобільні оператори у селах, де з'явився 4G на частотах 900 МГц фіксують збільшення використання трафіку Інтернет на 95% у період 2020-2021рр. до 6400 Мб, що в порівнянні з міським населенням (6900 Мб трафіку) залишається меншим [8]. Проте нині увага операторів зосереджена на розбудові 4G-покриття довкола трас міжнародного значення, тобто доступ до таких послуг малим містечкам та селам ще залишатиметься обмеженим.

Тож, за обмеженості ІТ інструментарію використання соціальних мереж для дистанційного обміну інформацією залишається слабким, а карантинні

обмеження зумовлені пандемією COVID-19 звужують можливості забезпечити комунікацію для дифузії інновацій сільському населенню.

Враховуючи викладені обставини вважаємо, що без вирішення системних перешкод технологічного та культурного характеру, організації доступу до системи сільськогосподарських знань та інновацій спроможність до дифузії інновацій сільським населенням залишатиметься на низькому рівні.

Література:

1. Термоса І.О. Дифузія інновацій в аграрному секторі України. *Проблеми системного підходу в економіці* ВИПУСК № 4(78), 2020, С. 22-29
2. Стан і шляхи забезпечення зайнятості сільського населення в Україні / Патица Н.І., Нартюк ОВ. // *Економіка АПК*. - 2020. - №9 -С.42
3. Василенко О. І. Проблеми розвитку ринку освітніх послуг вищих навчальних закладів аграрної освіти в Україні *Економіка та держава* № 10, 2018, С. 72-75 URL: http://www.economy.in.ua/pdf/10_2018/16.pdf
4. Населення України. Соціально-демографічні проблеми українського села. – К.: Ін-т демографії та соціальних досліджень НАН України, 2007. – 468 с.
5. Dhara S. Gill. Returns to Expenditure on Agricultural Extension Services: Evidence Literature. Staff Paper 89-19. URL: <https://ageconsearch.umn.edu/bitstream/232441/2/ualberta-staffpapers-89-19.pdf> (дата звернення 18.10.2018 р.)
6. Статистичний збірник «Сільське господарство України». 2019. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2020/zb/09/zb_sg_Ukr_2019.pdf (дата звернення: 9.04.2021 р.)
7. Структура сукупних витрат домогосподарств (1999-2019). Державна служба статистики : веб-сайт. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2020/gdvvg/ssv/arh_ssv_u.htm (дата звернення: 10.04.2021 р.)
8. Жителі сіл почали використовувати вдвічі більше мобільного інтернету - "Київстар". Interfax. URL: <https://ua.interfax.com.ua/news/telecom/734532.html> (дата звернення: 01.04.2021 р.)

*Рощина Н.В., к.е.н, доцент кафедри теоретичної та прикладної економіки
Бородай Т.А., студент інституту прикладного системного аналізу,
Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»
м. Київ, Україна*

Генеративно-змагальні нейронні мережі для портфельного аналізу

Фінансові ринки відіграють важливу роль в економічній та соціальній організації сучасного суспільства. З розвитком штучного інтелекту, інвестиційна індустрія переживає революцію. Незважаючи на це, в даний час управління фінансовим портфелем все ще значною мірою базується на лінійних моделях і структурі Марковіца [1], відомої як сучасна теорія портфеля (СТП).

Метою СТП є досягнення диверсифікації портфеля при мінімізації конкретних ризиків і визначенні компромісів між ризиком і прибутковістю для кожного активу [2]. Незважаючи на значний і тривалий вплив, СТП піддалась критиці за ідеальне допущення щодо фінансової системи і даних. СТП в значній мірі залежить від точної оцінки майбутньої прибутковості та волатильності для кожного активу і їх кореляцій. Проте, прогноз ринкової ціни є однією з основних проблем в часових рядах через його високу зашумленість, стохастичної і хаотичної природи [3].

Поряд з цим, швидкість сучасних інформаційних систем надає можливість трейдерам та інвесторам приймати рішення на основі оновлень ринку в реальному часі. Цей факт призводить до високої ефективності ринку, тобто ціна, погоджена між різними сторонами, які беруть участь в торгівлі, враховує всю доступну інформацію, а також всі прогнози на майбутнє, які можуть бути застосовні сьогодні. На високоефективному ринку, як тільки буде надано надійний довгостроковий прогноз, цей прогноз буде використаний трейдерами в короткостроковій перспективі та, безпосередньо, вплине на поточну ціну, тоді як майбутні коливання ціни знову будуть невизначеними [4].

Слід зазначити, що надійні фінансові теорії демонструють, що на ефективному ринку вся доступна сьогодні інформація, включаючи очікування

щодо майбутніх подій, представлена в сьогоднішніх цінах, тоді як майбутній ціновий тренд обумовлений невизначеністю. Це ставить під загрозу зусилля, прикладені під час розроблення моделей прогнозування. З'являються нові методи та інструменти для розроблення моделей прогнозування, проте більшість із них базується на структурі Марковіца, яка акцентує увагу саме на аналізі невизначеності ринку, менше на прогнозуванні цін. Обмеження Марковіца полягає в прийнятті дуже строгих ідеальних припущень про розподіл ймовірності майбутніх доходів. Щоб вирішити цю ситуацію, можна використати генеративно-змагальні нейронні мережі (GAN) [6]. Метою є моделювання невизначеності ринку, яка в кінцевому підсумку є основним чинником, що визначає майбутні тенденції.

Отже, на відміну від наявної практики, потрібно змоделювати невизначеність ринку, обумовлену минулим, яка дає можливість автоматично вивчати нелінійну поведінку ринку та нелінійні залежності між різними фінансовими активами та генерувати реалістичні майбутні тенденції з урахуванням сьогоднішньої ситуації.

Для вирішення означеної вище задачі використаємо мережі глибинного навчання для даних часових рядів. Як відзначають інші автори [5], одномірні згорткові мережі є ефективним інструментом для обробки часових рядів та можуть перевершити традиційні рекурентні мережі з точки зору, як якості результату, так і продуктивності.

За цих припущень, обробляємо тимчасові ряди за допомогою згорткових мереж та представляємо тренди цін активу у вигляді матриці M з k рядками (фінансові активи) і w стовпцями (днями), $M \in R, k \times w$. Мережі глибинного навчання обробляють інформацію про час, згорнувшись в часовому вимірі. Після завершення навчання та тестування генератор G може синтезувати реалістичні тренди майбутнього $M_f = G(M_b, \mu)$.

Ми використовуємо це синтетичне моделювання для чисельної оцінки очікуваних ризиків та доходностей для різних варіантів диверсифікації

портфеля x . Таким чином, ми виконуємо оптимізацію портфеля для передбачуваного апостеріорного розподілу ймовірностей:

$$P(M_f | M_b), \quad M_f = G(M_b, \mu)$$

з урахуванням відомого апіорного розподілу μ і обумовленості M_b .

Для заданого кондиціонування M_b розглянемо безліч S симуляцій $M_f \in S$, відібраних з $P(M_f | M_b)$, оцінюючи породжуючу модель $G(M_b, \mu)$ на різних μ . Визначимо також функцію вектора повернення $r(M_f)$, де i -й елемент r_i - це дохід, отриманий i -м активом в кінці моделювання для одного моделювання M_f

$$r_i = \frac{e_i}{s_i},$$

де e - ціна активу в кінці моделювання M_f ,

s - ціна на початку моделювання.

Задання оптимізації портфеля визначено так само, як і в традиційному підході оптимізації Марковіца, проте воно виконується на основі прогнозованого майбутнього розподілу ймовірності $P(r_p(x, M_f) | M_b, x)$, це ненормально і включає в себе нелінійні взаємодії між різними активами.

Ми вирішуємо проблему оптимізації за допомогою багатоцільового генетичного алгоритму NSGA-II [6], щоб забезпечити компроміс між очікуваною прибутковістю і ризиком. Результатом NSGAIІ є набір $X(S)$, який залежить від моделювання S . Елементи $x \in X$ є оптимальні по Парето диверсифікації, що компенсують прибутковість і ризик. Рішення про те, яку стратегію диверсифікації $x \in X$ використовувати, залишається за кінцевим користувачем в залежності від його власних цілей.

Таким чином, запропонований метод портфельного аналізу, заснований на генеративно-змагальних нейронних мережах, оптимізує портфель шляхом вибору найкращої диверсифікації, щоб мінімізувати ризик та максимізувати очікувану прибутковість, що спостерігається при виконанні декількох симуляцій.

Література:

1. Jochen Papenbrock. Using ai to establish a reliable and objective way of diversification, 2016. URL: <https://www.altii.de/blog/using-ai-to-establish-a-reliable-and-objective-way-of-diversification/> (дата звернення 05.04. 2021)
2. Harry M. Markowitz. Portfolio Selection: Efficient Diversification of Investments. New York: Wiley, 1959. URL: <https://cowles.yale.edu/sites/default/files/files/pub/mon/m16-all.pdf> (дата звернення 05.04.2021)
3. Ruey S. Tsay. Analysis of Financial Time Series. John Wiley & Sons, 2010. URL: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/book/10.1002/9780470644560> (дата звернення 05.04. 2021)
4. Allan Timmermann and Clive W.J. Granger. Efficient market hypothesis and forecasting. International Journal of Forecasting, 20(1):15 – 27, 2004. URL: https://www.researchgate.net/publication/222567922_Efficient_market_hypothesis_and_forecasting (дата звернення 05.04. 2021)
5. Shaojie Bai, J. Zico Kolter, and Vladlen Koltun. An Empirical Evaluation of Generic Convolutional and Recurrent Networks for Sequence Modeling. March 2018. URL: <https://arxiv.org/abs/1803.01271> (дата звернення 05.04. 2021)
6. K. Deb, A. Pratap, S. Agarwal, and T. Meyarivan. A fast and elitist multiobjective genetic algorithm: NSGA-II. 6(2):182–197, 2002. URL: https://www.iitk.ac.in/kangal/Deb_NSQA-II.pdf (дата звернення 05.04. 2021)

*Рощина Н.В., к.е.н, доцент кафедри теоретичної та прикладної економіки,
Тулупов М., студент фізико-технічного інституту,
Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»
м. Київ, Україна*

Інноваційні технології забезпечення банківської безпеки в Україні

Останнім часом технології забезпечення банківської безпеки дуже швидко розвиваються. Це відбувається через те, що банки є однією з основних складових фінансової системи держави. Банкову діяльність не можна розглядати окремо від виробництва, обігу та споживання товару.

Саме тому, якщо з'явиться загроза для стабільної роботи банків, проблеми з'являться ще і у великій кількості галузей. Через це можна стверджувати, що рівень банківської безпеки повинен бути надзвичайно високим.

На даний момент не існує загальноприйнятого означення терміну “Банківська безпека”. Виділивши ті складові банківської безпеки, що частіше за все повторюються у різних людей, що працюють у цій галузі, можна назвати такі складові: безпека працівників, безпека матеріальних ресурсів та інформаційна безпека [1]. У випадку, коли мова йдеться про безпеку працівників, розуміють надання працівникам комфортних умов для стабільної праці, а також забезпечення відсутності загроз для працівників. З точки зору безпеки матеріальних ресурсів йдеться про захист від будь-яких загроз для документів, грошей, або інших матеріальних цінностей. Інформаційна безпека стосується забезпечення безперебійного функціонування різноманітних банківських систем, захист від розповсюдження конфіденційної інформації клієнтів банку тощо. Для цього створені комп'ютеризовані системи захисту, певні процедури обробки та зберігання даних. Також в банках працюють служби безпеки, що можуть відслідковувати неправомірні операції своїх працівників. Регулярний моніторинг системи на наявність уразливих частин та помилок допомагає зберігати інформаційну безпеку.

Водночас, безпека працівників та безпека матеріальних ресурсів передбачає фізичну охорону, в якій мала частка інноваційних технологій. Насамперед, це ті технології, які банк не може впроваджувати, оскільки цим повинні займатися охороні компанії, які працюють на замовлення банку. Отже розвивати банк може тільки інформаційну безпеку.

Варто зазначити, що сьогодні в якості інноваційної технології для захисту від витоку конфіденційної інформації про клієнтів є введення такої системи, що передбачає заборону добувати з системи, де зберігаються дані, та поширювати будь-яку конфіденційну інформацію про клієнта, окрім випадків передбачених законодавством України.

У разі службової необхідності для перевірки даних клієнта – дані клієнта вводяться в систему, а вона, в свою чергу, видає дані про те, чи є цей клієнт у системі, та надає інформацію про достовірність наданих даних, наприклад, прізвище, ім'я, по батькові, дата народження, номер паспорту, реєстраційний номер облікової картки платника податків, фото клієнта тощо. Тобто дані не можна отримати з системи, а можна лише вводити їх в систему на перевірку достовірності.

У випадку, коли дані необхідно саме отримати з системи (згідно з законодавством України, в тому числі Закон України «Про банки і банківську діяльність» [2], відбувається процедура з участю декількох працівників з різних відділів (в ідеалі – випадковим чином), аби зменшити корупційні ризики. Кожен з працівників розглядає необхідність отримання цих даних, та, у разі позитивного рішення, надає власний, наприклад, унікальний цифровий підпис для отримання даних від системи. Якщо хоча б одна з тих осіб, що перевіряють необхідність доступу, надасть інформацію про те, що доступ до цих даних є неправомірним, то ця спробу буде відхилено, а також буде проведена додаткова перевірка щодо правомірності доступу.

Кожна подібна операція зберігається та відправляється службі безпеки банку, яка може розглядати подібні операції на предмет витоку конфіденційної

інформації про клієнта. Та у разі виявлення такої проблеми – своєчасно можна буде вживати заходи по усуненню цієї загрози.

У свою чергу, кожен з працівників буде нести відповідальність за неправомірні дії, тобто у випадку несанкціонованого доступу, або навпаки, коли була необхідність в отриманні даних, але була відмова у доступі. Також необхідно зауважити, що залучати працівників до даної процедури варто лише тих, хто пройшов певну підготовку, оскільки непідготовлений працівник буде нести загрозу безпеці банку.

Також, на даний момент банки дуже швидко розвиваються в Інтернеті, де основна частина операцій з обслуговування клієнтів може бути автоматизована, а в найкращому випадку – з наданням можливості здійснювати банківські операції у режимі віддаленого доступу, що не потребує безпосередньої участі постачальника послуг і переміщення матеріальних активів. А відкриття віртуальної філії не потребує стільки капіталовкладень, як відкриття реальної. Усі банківські системи завдяки Інтернету працюють зараз дуже швидко.

Використовуючи віртуальні підписи для кожного клієнта, банк зберігає клієнтські дані і гроші у безпеці, через те, що підібрати цифровий підпис конкретної людини є дуже складною математичною задачею.

Література:

1. Семенченко Н. В. Інноваційні технології забезпечення банківської безпеки в Україні. *Scientific Journal «ScienceRise»*. №2(2). 2014. С. 149-152.

2. Закон України «Про банки і банківську діяльність». Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2001, № 5-6, ст.30. (Редакція станом на 03.07.2020).

Снопенко Г.В., аспірант,
Донецький державний університет управління, м. Маріуполь, Україна

Еволюція систем оцінки персоналу під впливом розвитку технологій штучного інтелекту

Стратегічно важливою складовою будь-якого бізнесу є персонал. Доведено, що компанії з кваліфікованими кадрами мають більший потенціал для свого розвитку і серйозну конкурентну перевагу на ринку. В 20-30-х роках минулого століття виник інтерес до використання наукового підходу в організації праці і контролю працівників. У 50-80-ті роки почали з'являтися схеми для тестування різних категорій співробітників, спрямовані на виявлення показників результативності їх роботи. За радянських часів атестація та інтерв'ю були єдиними інструментами оцінки співробітників. Очевидно, що для масштабної, об'єктивної та ефективної аналітики цього було не достатньо. З початку 90-х відбувається систематизація існуючих знань і розвиток нових методик, які допомагають компаніям ефективно оцінювати персонал: перший рядок у рейтингу HR-інструментів зайняли психологічні тести. На зміну їм прийшли ситуаційно-поведінкові тести, які дозволяють оцінити реальні дії працівника в змодельованій ситуації. Згодом до них додали оцінне інтерв'ю і психологічне тестування, і весь цей комплекс перетворився в «ассесмент-центр». Тенденції 2020-2021 років в оцінці персоналу: великі дані, гейміфікація, аналітика в соціальних мережах, безперервне управління ефективністю, оцінка залученості і зворотний зв'язок.

Таким чином, сьогодні оцінка персоналу являє собою єдину систему, яка лежить в основі безліч HR-функцій: найм співробітників, ротація персоналу, стимулювання і мотивація, формування кадрового резерву, застосування санкцій, навчання, а також оптимізація управлінських процесів. І щоб ця система оцінки на підприємстві була ефективною, необхідним є виконання наступних умов:

- система оцінки має бути універсальною для всіх категорій персоналу;
- дотриманий строгий регламент всіх стандартів і норм оцінки;

- обраний необхідний в даний момент метод оцінки (кількісний, якісний або комплексний).

До кількісних методів можна віднести: ключові показники ефективності, ранговий метод, метод бальної оцінки, метод вільної бальної оцінки, бенчмаркінг та ін. До якісних: метод 360, матричний метод, оцінка виконання завдань / досягнення поставлених цілей та ін. Також існують комбіновані підходи, наприклад: метод стимулюючих оцінок, методика DISC INSURANCE, методика HOGAN та ін.

Оцінка представляє певну складність, оскільки ефективність роботи персоналу визначається багатьма факторами, в числі яких є такі, які оцінюються як кількісними, так і якісними методами:

- особливості функціональних обов'язків працівника;
- обсяг виконаної роботи в кількісному вираженні;
- терміни виконання (проміжні та підсумкові результати);
- рівень кваліфікації співробітника;
- складність поставлених завдань тощо.

Що стосується завдань, які вирішує HR-фахівець за допомогою оцінки, то в першу чергу це:

- визначення ролі кожного працівника на даний момент і в майбутньому (чи є передумови для його професійного зростання та кар'єрного просування);
- наочна демонстрація співробітнику, що саме від нього чекають;
- уточнення, чи відповідає рівень заробітної плати встановленим для фахівця вимогам і стандартам;
- зв'язок між персоналом і керівниками для максимально оперативного вирішення поточних питань;
- раціональні кадрові перестановки;
- підвищення рівня мотивації і залученості в команді тощо.

Важливо пам'ятати, що оцінка персоналу є тільки одним з етапів циклу Performance Management, в який входять: постановка цілей на рік, контроль і коучинг, оцінка ефективності співробітників і зворотний зв'язок, прийняття

рішень на основі даних. Логічним продовженням оцінки є конкретні кроки з розвитку співробітників, дизайну команд і застосування нових (або старих, якщо вони були робочі) управлінських інструментів.

Більшість сучасних компаній намагається хоча б час від часу проводити моніторинг продуктивності роботи кожного співробітника і команди в цілому, використовуючи кілька методів оцінки персоналу. В такому випадку додатково застосовується аналітика даних, яка показує зв'язок критеріїв оцінки і результатів. До появи технологій штучного інтелекту робота з великим обсягом і якістю даних була майже неможливою. Сьогодні сучасні нейромережі, навчені на даних десятків тисяч компаній, дозволяють автоматизувати цей процес: необхідно лише встановити програмне забезпечення, підключити до нього співробітників і потім починати знімати вже узагальнені дані. Так, наприклад, система Yva.ai допомагає керівникам виявити неформальних лідерів і лідерів думки, здатних розвивати міжфункціональне співробітництво, корпоративну трансформацію і клієнтоорієнтований підхід. Раз в тиждень Yva.ai задає кожному співробітнику до 10 питань для оцінки залученості і стилів неформального лідерства. Відповіді обробляються автоматично, представлені в системі в анонімному вигляді. Система визначає групи і підрозділи з високим / низьким рівнем залученості, благополуччя, задоволеності і надає динаміку кожного з цих показників.

Отже, сучасні рішення оцінки персоналу на базі штучного інтелекту - це вихід, який врятує HR-служби від рутинних процедур і витрати часу. Завдяки аналітиці співпраці менш ефективні довгі щорічні опитування можна замінити щотижневими 60-секундними мікро-опитуваннями. Нові інструменти можна використовувати при наймі персоналу, контролю нового спеціаліста в період випробувального терміну, оцінці діючих співробітників, а також при звільненні. За рахунок сучасних технологій результати оцінки стають більш об'єктивними, а сама процедура спрощується і вже не вважається суттєво затратною.

*Суворов М.
аспірант кафедри економічної теорії, маркетингу і підприємництва
Луганський національний університет імені Тараса Шевченка,
м. Луганськ, Україна*

Роль та місце альтернативної енергетики у вирішенні регіональних економічних і екологічних проблем

Сучасний стан розвитку світової економіки та економічних систем найбільш розвинутих країн світу вказує на необхідність реформування економіки України з врахуванням декількох ключових аспектів: активізації економічного розвитку регіонів з акцентом на ті, що відстають за темпами розвитку або є депресивними; пошуку шляхів вирішення екологічних проблем; розвитку альтернативної енергетики з акцентом на отримання синергетичного ефекту; активізації зусиль по трансформації національної та регіональних економік в межах зростання їх декарбонізації. В цих умовах особливого значення для регіональних та національної економічної системи України набувають синергетичні проєкти розвитку альтернативної енергетики, такі як побудова регіональних кластерів малої альтернативної енергетики на основі переробки відходів.

Однак протягом ряду останніх років інноваційна діяльність в енергетичному комплексі характеризувалася недостатньою активністю. В умовах світової фінансової кризи такий стан стає фактором, що стримує подолання негативних тенденцій розвитку вітчизняної економіки і ускладнює її подальше виведення на траєкторію стійкого зростання. Все це зумовлює необхідність внесення серйозних коректив в систему управління інноваційними процесами в електроенергетиці, а також до складу вирішуваних при цьому завдань і в методи їх вирішення.

Альтернативна енергетика демонструє значний розвиток в Україні, так за період з 2008 року до 2019 року її частка у енергетичному балансі України зросла з 1,94% до 4,88% [7]. Прогнозна частка альтернативної енергетики у

енергетичному балансі країни у 2030 році повинна скласти 27,5 %, при цьому вона буде займати друге місце після атомної енергетики [5]. У той же час сучасна роль і місце альтернативної енергетики у вирішенні регіональних економічних та екологічних проблем недостатня, що викликано наявністю певних проблем, де до головних з них слід віднести:

- декларативну зацікавленість у розвитку альтернативної енергетики державних та місцевих органів влади, де ключовим для державних службовців є не кінцевий результат та вирішення економічних і екологічних проблем окремих регіонів, а генерування великої кількості інформаційних повідомлень та звітів у цій сфері (інформаційного шуму);

- недостатню обізнаність власників бізнесу щодо можливостей розвитку альтернативної енергетики та джерел залучення фінансових ресурсів, у тому числі з використанням цифрових інноваційних фінансових технологій, у відкриття об'єктів альтернативної енергетики, особливо це стосується малого і середнього регіонального бізнесу;

- недостатній розвиток інформаційного середовища та доступу до інформації відносно можливостей розвитку альтернативної енергетики в регіонах України, а також відсутність просування ідей розвитку альтернативної енергетики серед регіональних бізнес-еліт;

- відсутність достатнього рівня кооперації та інтеграції серед державних органів влади, органів місцевого самоврядування, інвесторів, у тому числі іноземних, приватних підприємців, суспільних регіональних організацій, засобів масової інформації щодо розвитку альтернативної енергетики в регіонах України;

- низькій рівень імплементації закордонного досвіду щодо розвитку регіональної альтернативної енергетики, а також недостатня зацікавленість щодо вивчення закордонного досвіду відносно збільшення ролі альтернативної енергетики у вирішенні регіональних економічних та екологічних проблем.

Враховуючи наведену проблематику, Україна потребує пошуку шляхів збільшення ролі альтернативної енергетики у вирішенні економічних та

екологічних регіональних проблем. При цьому, слід звернути увагу на наступне:

- отримання синергетичного ефекту від розвитку альтернативної енергетики для регіону за рахунок вирішення, як економічних, так і екологічних проблем, а також формування додаткових робочих місць;

- утворення регіональних кластерів альтернативної енергетики в регіоні з акцентом на розвиток малих виробників альтернативної енергії при залученні до кластеру державних органів влади, органів місцевого самоврядування, інвесторів, у тому числі іноземних, приватних підприємців, а також суспільних регіональних організацій та ЗМІ;

- формування відкритого інформаційного середовища відносно розвитку альтернативної енергетики в регіоні і активізація пропаганди розвитку цієї сфери економіки;

- активізація імплементації закордонного досвіду розвитку альтернативної енергетики в регіоні з залученням іноземних експертів і консультантів.

Враховуючи наведене вважаємо, що ключовим шляхом відносно збільшення ролі альтернативної енергетики у вирішенні економічних та екологічних проблем регіонів України повинно бути формування кластеру малої альтернативної енергетики на основі реалізації проєктів побудови мережі малих електростанцій, які використовують відходи для виробництва енергії (електро- та теплової) на основі застосування методу піролізу.

Підсумовуючи проведені дослідження відмічаємо великий потенціал альтернативної енергетики щодо вирішення економічних та екологічних проблем регіонів України, а також в якості одного з головних драйверів національної економічної системи. Вважаємо доречним подальші наукові дослідження проводити у напрямку обґрунтування формування кластерів малої альтернативної енергетики в регіонах країни, а також доведення доцільності розвитку мереж малих електростанцій, які працюють на переробці відходів.

Література:

1. Матус С.А., Левіна Г.М., Карпюк Т.С., Денищик О.Ю. Аналітичний звіт «Базове дослідження стану та напрямів розвитку екологічної політики України та перспектив посилення участі організацій громадянського суспільства у розробці та впровадженні політик, дружніх до довкілля»/ С.А. Матус, Г.М. Левіна, Т.С. Карпюк, О.Ю. Денищик. – Київ: Міжнародний фонд «Відродження», 2019. – 117 с.
2. Машенков К.А. Проблеми та перспективи розвитку України як екологічної держави/ К.А. Машенков // Державне управління та місцеве самоврядування. – 2016. - № 3 (30). – С. 22-26.
3. Адаменко О.М. Технологія екологічних досліджень / О.М. Адаменко // Екологічна безпека та збалансоване ресурсокористування. – 2013. - № 1(7). – С. 5-9.
4. Півняк Г.Г., Шкрабець Ф.П. Альтернативна енергетика в Україні: монографія / Г.Г. Півняк, Ф.П. Шкрабець. - Д.: НГУ, 2013. – 109 с.
5. Білявський М. Орієнтири розвитку альтернативної енергетики України до 2030р. / М. Білявський // Разумков центр. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://razumkov.org.ua/statti/orientyru-rozvytku-alternatyvnoi-energetyky-ukrainy-do-2030r>.
6. Kohut U., Romanyshyn S., Sadovnyk S. Альтернативна енергетика в Україні: стан, фінансово-інституційне забезпечення та перспективи розвитку. / U. Kohut, S. Romanyshyn, S. Sadovnyk // Науковий вісник НЛТУ України. – 2017. – 27(2). – С. 11-16. <https://doi.org/10.15421/40270201>.
7. Державна служба статистики України. Енергетичний баланс України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

Терендій А.Б., студентка 1 курсу магістратури спеціальності 075 «Маркетинг», Львівський національний університет імені Івана Франка, м. Львів, Україна

Особливості залучення іноземних інвестицій в економіку України

Сучасна інвестиційна ситуація в Україні є достатньо нестабільною та характеризується відсутністю достатнього обсягу інвестицій зумовленого несприятливим інвестиційним кліматом в країні. За таких умов постає необхідність залучення кредитних та інвестиційних ресурсів.

Іноземні інвестиції виступають одним з найважливіших факторів розвитку економіки держави. Останніми роками іноземні інвестиції у економіці України набувають важливого значення, оскільки Україна проходить процес реформування економіки на шляху до міжнародної інтеграції в європейський економічний простір. При цьому залучення іноземних інвестицій є одним з основних кроків щодо забезпечення умов виходу з кризи, зростання фінансово-економічних показників, залучення новітніх технологій тощо.

Питання залучення іноземних інвестицій вивчали такі вчені, як: О. Власюк, О. Барановський, Б. Данилишин, Г. Євтушенко, Т. Затонацька, Л. Забродська, В. Кардаш, С. Коваленко, І. Крупка, Є. Ланченко, М. Лесечко, М. Оробчук, С. Реверчук, В. Струніна, К. Титов, А. Філіпенко, А.В. Яценко та багато інших. Натомість, незважаючи на значну кількість праць з даної проблематики, вона потребує подальшого дослідження, особливо в періоди економічної нестабільності.

Інвестиції передбачають вкладення капіталу з метою подальшого його приросту (збільшення у майбутньому). Джерелом зростання капіталу в процесі інвестування є прибуток, який отримує інвестор від вкладених коштів. Інвестиції в розвитку національної економіки дають можливість забезпечити економічне зростання і якісне оновлення основних фондів на принципово новій, конкурентоспроможній основі на рівні окремого підприємства, регіону,

та національної економіки загалом. Забезпечують фінансування запровадження новітніх технологій, прогресивного обладнання та устаткування. Інвестиції виступають джерелом прогресивних структурних змін у виробничій сфері, реалізації інноваційних науково-технічних досягнень і підвищення на цій основі ефективності виробництва як у державі загалом, так і у регіонах зокрема.

Науковці Т.А. Говорушко та Н.І. Обушна розглядають іноземні інвестиції, як сукупність грошових, майнових, інтелектуальних та інших цінностей, які вкладаються іноземними інвесторами в об'єкти підприємницької та інших видів діяльності (згідно чинного законодавства) на території України з метою отримання при цьому вигоди – прибутку (доходу) та/або ж досягнення економічного, соціального, інноваційного й екологічного ефектів [1].

Безумовно, що залучення іноземних інвестицій в національну економіку значною мірою залежить від інвестиційного клімату. Зокрема, А. Пересада розглядає інвестиційний клімат як характеристику ступеня привабливості держави (регіону, галузі) по відношенню до інвестицій, які можуть бути залучені. При цьому автор робить акцент на потенційних можливостях держави щодо залучення інвестицій [3, С. 63].

Інвестиційний клімат є інтегральним показником, що об'єднує комплекс критеріїв і характеризує доцільність вкладання капіталу в досліджуваний потенційний об'єкт інвестування. Його доцільно розглядати на рівні держави, регіону, галузі, підприємства.

Для аналізу стану інвестиційної діяльності в Україні доцільно, перш за все, аналізувати обсяг залучення прямих іноземних інвестицій в економіку країни. За даними Державної служби статистики обсяг прямих іноземних інвестицій в Україну зростав до 2014 року. Проте в період з 2014 по 2018 рр. відбувається скорочення цього показника (табл. 1). Натомість наявне зростання прямих інвестицій в Україну у 2019 році.

Таблиця 1.

Прямі інвестиції (акціонерний капітал) за 2010-2019 рр. (млн. дол. США)*

Станом на	Прямі інвестиції в Україну	Прямі інвестиції з України
01.01.2010	38 992,9	5 760,5
01.01.2011	45 370,0	6 402,8
01.01.2012	48 197,6	6 435,4
01.01.2013	51 705,3	6 568,1
01.01.2014	53 704,0	6 702,9
01.01.2015	38 356,8	6 456,2
01.01.2016	32 122,5	6 315,2
01.01.2017	31 230,3	6 346,3
01.01.2018	31 606,4	6 294,4
31.12.2019	35 809,6	6 272,7

*Дані сформовано за країнами-членами ЄС на вказану дату.

Джерело: [2].

Періодичне скорочення іноземних інвестицій в Україну зазвичай зумовлене нестабільністю економічного та політичного стану в країні, недосконалістю українського законодавства, відсутністю належного забезпечення розвитку інвестиційного ринку з боку влади, неврегульованості податкової системи, складності реєстраційних та ліцензійних процедур тощо.

Слід також зазначити про те, що суттєвий негативний вплив на обсяги прямих іноземних інвестицій в Україну спричинила глобальна економічна криза 2007 – 2009 рр. та соціально-економічні та політичні процеси у 2014 році.

Впродовж останніх 13 років найбільший приріст прямих іноземних інвестицій прийшовся на 2008 рік. Незважаючи на стрімкі коливання обсягу залучень, у 2012 році розмір інвестицій найбільш наблизився до останнього максимального значення.

За даними Держкомстату, у січні-червні 2019 р. в економіку України іноземними інвесторами було вкладено 1259,5 млн. дол. США. Зокрема з Кіпру – 26,5%, Нідерландів – 19,7%, Російської федерації – 12,8%, Швейцарії – 8,9%, Австрії – 4,5%, Угорщини – 3,7% та США – 3,5% від загальної кількості [2].

Основними інвесторами України у 2018 році, на яких припадає 83% від загального обсягу інвестицій, залишилися 10 країн інвесторів. Список лідерів, як і раніше очолює Кіпр – 8932,7 млн. дол. США, Нідерланди – 6395,0 млн. дол. США, Велика Британія – 1944,4 млн. дол. США, Німеччина – 1682,9 млн. дол., Швейцарія – 1515,9 млн. дол. США, Віргінські острови (брит.) – 1358,4 млн. дол. США, Австрія – 1038,8 млн. дол. США, Російська Федерація – 797,2 млн. дол. США, Франція – 723,4 млн. дол. США, Польща – 571,3 млн. дол. США/

На сьогоднішній день однією з головних проблем української економіки виступає низька віддача від інвестицій та їхній неефективний розподіл. Проводячи аналіз іноземних інвестицій за видами економічної діяльності, відмітимо, що найбільша частина ПІ надходить у розвинуті сфери економічної діяльності. Причому, незважаючи на значне скорочення прямих інвестицій внаслідок ускладнення соціальної, політичної та економічної ситуації, у країні їх концентрація за видами економічної діяльності залишається майже незмінною.

Сьогодні Україна значно поступається країнам Центрально-Східної Європи у створенні сприятливого інвестиційного клімату. Головна причина полягає у тому, що в Україні досі немає системної політики з формування інвестиційного клімату. Йдеться, насамперед, про обтяжливу податкову систему з непрозорим адмініструванням та хаотичним нагромадженням пільг та недосконалістю законодавства.

Література:

1. Говорушко Т.А., Обушна Н.І. Сутність прямих іноземних інвестицій та їх класифікація. URL: <http://dSPACE.nuft.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/10871/1/20134.pdf>. (Дата звернення 17.01.2021).
2. Офіційний сайт Державний комітет статистики України. URL:http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/zed.htm. (Дата звернення 27.01.2021).
3. Пересада А.А. Управління інвестиційним процесом. Київ: Лібра, 2002. 472с.

*Хаджикова О. П.
студентка інституту бізнесу та інформаційних технологій
Одеська державна академія будівництва та архітектури
м. Одеса, Україна*

Промислові вітроенергетичні станції: сучасний стан та перспективи офшорної вітроенергетики в Європі

Зростання сучасної економіки має супроводжуватись випереджальним розвитком електроенергетичного комплексу. Технологічні нововведення, сучасні технології та нове обладнання сприяють модернізації електроенергетичної сфери та забезпечують якість електроенергії, а також надійність і екологічність функціонування енергосистем.

Більшість розвинених країн розробляє велику кількість заходів, які дозволять скоротити та в подальшому відмовитись від експлуатації теплових електростанцій, оскільки вони негативно впливають на навколишнє середовище. Такий вплив є складним через те, що викиди призводять до забруднення не тільки атмосферного повітря, але також ґрунту та ґрунтових вод. Вирішенню цього питання приділяється особлива увага, держави виділяють певні дотації на придбання та використання сонячних батарей, електромобілів тощо.

Кожна сфера енергетики добуває та виробляє свою кінцеву продукцію завдяки природним ресурсам. Майже кожне виробництво, починаючи з видобування нафти, корисних копалин та закінчуючи переробкою сміття, використовує сировину та електроенергію, яка є вичерпною складовою нашої природи. При цьому проблема полягає не лише в надмірному споживанні сировини, але і забруднення частини атмосфери, викидання небезпечних сумішей в навколишнє середовище.

Існує два альтернативних вирішення цього питання – це мінімізація видобування сировини та створення альтернативних видів енергетики. Одним із найперспективніших видів є використання енергії вітру.

Енергія вітру є альтернативною енергією, що виробляється шляхом спалювання викопного палива. Вона надходить з природного і поновлюваного ресурсу, який ніколи не зникне та є чистим: не виробляє викидів парникових газів і не виділяє забруднювачів повітря, також в ньому використовується дуже мало води. Крім чистоти, енергія вітру є найдешевшою формою нової генерації електроенергії, та сприяє скороченню викидів парникових газів. Ця енергія не може вироблятися без вітрогенератора - це пристрій, який перетворює кінетичну енергію з вітру в електрику.

Група вітротурбін називається вітроелектростанціями, на яких турбіни забезпечують електроенергією електромережі. Ці турбіни можна використовувати на суші або на морі (морському узбережжі). Генератор зазвичай виробляє перемінний струм, на наступному етапі електрика направляється по товстому кабелю всередині вежі, а потім по підземним кабелям на підстанцію. Далі напруга змінюється, потрапляє в електромережу і транспортується споживачам електроенергії. Вітрогенератори виготовляються в широкому діапазоні форм і розмірів, але найбільш поширеною конструкцією є та, що має 3 лопаті, встановлені на горизонтальній осі, вихід яких коливається від 100 кіловат до 12 мегават. Їх можна розмістити у величезному діапазоні локацій: на пагорбах, у відкритих ландшафтах, закріплених на дні моря – плавучі турбіни в глибоких водах [1].

На сьогоднішній день води північного моря є центром офшорної вітроенергетичної активності в Європі. Реалізацією «морських» проєктів займаються такі провідні країни, як: Німеччина, Великобританія, Бельгія, Норвегія, Данія, Швеція та ін. Перевага розміщення вітряних турбін на морі полягає в тому, що вітер набагато сильніше біля берегів, на відміну від суші. Морський бриз може бути сильним вдень, що відповідає часу, коли люди споживають найбільше електроенергії. В 1991 році неподалік побережжя Данії була побудована перша в світі офшорна вітряна електростанція, після цього Європейська асоціація вітроенергетики публікує план розвитку ВЕС, згідно

якому потенціал встановленої потужності до 2030 року буде складати 100 000 Мв [2].

Згідно звіту Wind Energy in Europe 2019 асоціації WindEurope (колишньої Європейської вітроенергетичної асоціації), в 2019 року в Європі було встановлено 22.1 КВт морських вітрових потужностей. За часткою обсягів встановлених потужностей можна визначити наступні країни: Данія (48%), Ірландія (33%), Німеччина (27%) та інші країни (10%). Також 13 березня 2019 року було зареєстровано максимальний добовий виробіток в обсязі 102 ГВт, а середній виробіток коливалася в основному в межах від 20 до 60 ГВт.[3]

З кожним роком офшорній вітроенергетиці будуть потрібні значні території, і вже зараз слід подумати про правильне планування побудови ланцюжків поставок і графіків. З 2020 року новим офшорним вітряним турбінам буде потрібно 1500 км² на рік, а в середині 2030-х років, у міру збільшення інвестицій, ця потреба збільшиться до 4500 км² на рік.

Розглянемо три найкрупніших діючих ВЕС на північному морі станом на 2020 рік, дані по яким наведені в таблиці 1.

Таблиця 1

Найкрупніші діючі ВЕС на північному морі

Назва електростанції	Країна	Кількість турбін	Встановлена потужність, МВт	Площа, км ²
Hornsea Wind Farm	Великобританія	174	1 218	407
London Array	Великобританія	175	630	245
Gemini	Нідерланди	150	600	68

З одинадцяти країн Європи, які мають в цілому 4 811 турбін та 106 офшорних вітряних електростанцій, розташованих переважно в Північному і Балтійському морях, Великобританія має найбільші досягнення з 8 ГВт встановленої потужності. Далі йдуть Німеччина – 6,5 ГВт, Данія – 1,7 ГВт і Нідерланди – 1,5 ГВт. Кожен офшорний проєкт вимагає індивідуального підходу з використанням ряду нестандартних, іноді унікальних технічних

рішень, тому і не дивно, що будівництво однієї вітроелектростанції триває протягом 10 років [4].

Глобальна криза в 2020 році, яка була спричинена COVID-19, не торкнулась вітрової промисловості, а навпаки, офшорний вітер розглядається урядами усього світу в якості основного вкладу в відновлення економіки після пандемії. Вітер уже становить 15% від електроенергії Європи, і Міжнародне енергетичне агентство очікує, що вітер стане нашим джерелом енергії номер один до 2030 року. Електрифікація на основі відновлюваних джерел енергії матиме центральне значення для кліматичної нейтральної, конкурентоспроможної і безпечної енергетичної системи. У той же час Європа може зробити свої кліматичні амбіції ядром успішної промислової стратегії в рамках плану відновлення ЄС [5].

Література:

1. «Offshore wind in Europe». WindEurope: web site. URL: <https://windeurope.org/about-wind/wind-basics/#wind> Дата звернення: 05.04.2021.
2. History of Europe's wind industry: web site. URL: <https://windeurope.org/about-wind/history/> Дата звернення: 05.04.2021.
3. «Рекорды европейского "ветра"». Энергобизнес: веб-сайт. URL: <https://e-b.com.ua/get/?t=energo&id=89687> Дата звернення: 05.04.2021.
4. «Offshore wind farms in the North Sea: projects construction cost and EPC contract». ESFC: web site. URL: <https://esfccompany.com/en/articles/wind-energy/offshore-wind-farms-in-the-north-sea-projects-construction-cost-and-epc-contract/> Дата звернення: (06.04.2021).
5. «Wind energy – powering the European Green Deal». WindEurope: веб-сайт. URL: [//windeurope.org/about-wind/campaigns/european-green-deal/](https://windeurope.org/about-wind/campaigns/european-green-deal/) Дата звернення: 06.04.2021.

Науковий керівник: Серьогіна Н.В., к.е.н., доцент економіки та підприємництва, Одеська державна академія будівництва та архітектури, м. Одеса, Україна

*Худавердієва В.А., к.е.н.,
доцент кафедри менеджменту, економіки та маркетингу,
Харківська державна зооветеринарна академія,
м. Харків, Україна*

Особливості державного регулювання розвитку економіки аграрного сектора у сучасних умовах

Ключовою проблемою формування сучасної моделі національної економіки є організація моделі ефективного устрою, орієнтованого на соціальну складову. Соціально-економічна реконструкція економіки, що не покладається на спонтанність виникнення і функціонування ринку, вимагає активної діяльності держави. При цьому, зміцнення інститутів державної влади, завдання яких обумовлено об'єктивним станом економіки і орієнтуватися на критерій економічної і соціальної ефективності.

При інтеграції в структури ЄС в рамках СОТ, спостерігається необхідність проведення державою політики забезпечення продовольчої безпеки країни, що вимагає підвищення конкурентоспроможності та ефективності економіки АПК. Механізм державного регулювання розвитку аграрного сектора економіки повинен активізуватися виконавчими органами державної влади, враховуючи створення в регіонах територіальних громад, в напрямку досягнення доцільною пропорційності функціонування організацій та інших груп суб'єктів аграрного сектора економіки регіону [1].

Сьогодні державне регулювання, особливо аграрної сфери, є невід'ємною частиною ринкової економіки, а локальний продовольчий ринок - середовищем системного розвитку аграрного сектора економіки регіону, який потребує врегулювання, оскільки наявність проблеми, що полягає в оцінці та ідентифікації локального (регіонального) продовольчого ринку, що викликало необхідність типізації регіонів і розробки пропозицій щодо організації ефективної взаємодії суб'єктів регіональної економіки, що беруть участь у

формуванні попиту і пропозиції агропродовольчих товарів, що впливає на аграрний сектор АПК [2].

На сьогодні ситуація щодо підтримки аграрного сектору наступна. Так у 2021 році державна підтримка аграріїв з бюджету може скласти 4,7 млрд. грн., проти 3,9 млрд. у 2020 році. Розподіл фінансування має наступний вигляд. Фінансова підтримка заходів в АПК шляхом здешевлення кредитів — 1,2 млрд грн. (у 2020 році - 1,05 млрд грн.). Фінансова підтримка розвитку виноградарства, садівництва та хмелярства - 450 млн. грн. (у 2020 році - 290 млн. грн. Фінансова підтримка розвитку фермерських господарств та сільськогосподарських кооперативів — 200 млн. грн. (у 2020 році — 32,29 млн. грн. державної субсидії). Загалом: державна підтримка розвитку тваринництва та переробки сільськогосподарської продукції — 1,1 млрд. грн., в минулому році було 1,03 млрд. грн. [3]. Немає і не може бути ефективної соціально-орієнтованої ринкової економіки, що базується на сучасних науково-технічних досягненнях, без активної регулюючої ролі держави.

Також удосконалення потребує нормативно-правова база щодо державної підтримки середньо- та дрібнотоварних підприємств. Через відсутність ефективного та цільового державного фінансування даної категорії господарств більшість сільськогосподарських підприємств перебуває у досить складному фінансовому становищі, що в свою чергу породжує недостатнє використання технічних засобів, спрощення технологій, низьку продуктивність, низькоякісний врожай. Як показує практика, головний недолік полягає не у відсутності фінансових ресурсів взагалі, а в доступі до них та формах їх розподілу. Порівняно з країнами ЄС, де діє єдина сільськогосподарська політика і обсяг підтримки аграрного сектора складає щорічно майже 60 млрд. євро, а це близько 525 євро/га, аналогічний показник в Україні становить близько 22 дол. США/ га [4].

Вжиті урядом заходи державної підтримки сільського господарства з точки зору аграріїв є недостатніми. Ситуація щодо держпідтримки на 2019 наступна: на підтримку галузі тваринництва виділено 3,5 млрд., з них 1,4 млрд.

грн. отримують скотарі. По 700 млн. виділено на утримання поголів'я ВРХ та молодняку фізичними особами. У 2019-му продовжиться дія програми часткової компенсації придбання нетелів для селекції, на цей напрямок закладено 250 млн. грн. Те ж стосується і часткової компенсації будівництва та реконструкції виробничих приміщень, на яку припадає 1,85 млрд. грн. (з них 850 млн. грн. для господарств, які будуються/реконструюються власним коштом, 850 млн. грн. - за рахунок кредитів). Тому необхідно звернути увагу на досвід розвинутих країн світу формування та використання механізму підтримки аграріїв [1].

Досвід розвинених країн показує, що державна допомога аграрному сектору виражається в компенсації частини витрат на виробництво шляхом диференціації податкових ставок, введення податкових і кредитних пільг, субсидування тощо. У США кредитна база в сукупних витратах сільського господарства становить до 70 %, в Англії та Німеччини – до 50 %. Забезпечення конкурентоспроможності аграрних підприємств на продовольчому ринку та їх надійний захист від монополістів досягається через створення асоціацій кооперативів. Ряд аграрних американських кооперативів є надзвичайно потужними – 7 таких кооперативів (0,4% від загальної кількості) мають грошовий оборот більше 1 млрд. дол. [5].

У більшості розвинених країн застосовуються різні цінові системи підтримки конкурентоспроможності та захисту сільськогосподарського товаровиробника. У США виплати фермерам тільки для підтримки цінової політики складають приблизно 17 млрд. доларів за рік, а в цілому державні дотації американським фермерам виражаються в сумі 60 млрд. доларів. Позитивним є те, що фермерам США уряд пропонує два варіанти підтримки збуту продукції. Фермер має право вибору програми підтримки комерційної діяльності, виходячи з власних інтересів: страхування від обвалу цін (PLC), яке гарантує виплати компенсацій у разі зниження цін на продукцію рослинництва відносно прогнозованого рівня; страхування сільськогосподарських ризиків (ARC).

Європейський фермер за рахунок ринкових цін отримує лише частину доходів, а решта оплачуються державою - із загальних видатків бюджету близько 40% спрямовується на підтримку АПК. Уряд Франції щорічно на підтримку аграріїв спрямовує майже 40 млрд. євро на рік. Французькі фермери мають можливість використовувати пільгове кредитування: на оновлення сільськогосподарської техніки надаються позикові кошти під 3-4% річних, на покупку землі - близько 7% річних [6].

Успіх економічної політики визначається тим, наскільки ефективно вона поєднується з діями держави в таких сферах, як бюджетно-податкова, грошово-кредитна, фінансова, зовнішньоекономічна, науково-технічна, регіональна, соціальна. Таким чином, першочерговим завданням державного регулювання є забезпечення стабілізації і економічного зростання виробництва. Його рішення повністю залежить від здатності державних структур здійснювати управління економічною системою країни.

Література:

1. Копитко В.І., Копитко О.В., Сенів Р.В. Напрями формування системи державного регулювання розвитку аграрного сектора АПК України /Вісник ХНАУ ім. В.В. Докучаєва. Серія «Економічні науки». № 1. 2019. С.51-61.
2. Купчишина О.А. Особливості державного регулювання в аграрному секторі / Вісник Приазовського державного технічного університету: зб. наукових праць / ДВНЗ "ПДТУ". Маріуполь, 2017. Вип. 33. С. 109–114.
3. URL: <https://agravery.com/uk/posts/show/agrarnij-komitet-ostatocno-pogodit-rozpodil-45-mlrd-griven-derzpidtrimki-agrariiv>
4. Кернасюк Ю. Державна підтримка АПК. URL: [http:// agro-business.com.ua/agro/ekonomichnyi-hektar/item/14260-derzhavna-pidtrymka-apk.html](http://agro-business.com.ua/agro/ekonomichnyi-hektar/item/14260-derzhavna-pidtrymka-apk.html)
5. Світовий досвід кооперації в сільському господарстві. URL: <https://studentbooks.com.ua/content/view/731/39/1/3/>
6. Світові моделі підтримки сільського господарства. URL: [https:// www.ukrinform.ua/rubric-world/2012230-svitovi-modeli-pidtrimki-silskogo-gospodarstva .html](https://www.ukrinform.ua/rubric-world/2012230-svitovi-modeli-pidtrimki-silskogo-gospodarstva.html)

*Цвілий С.М., к.е.н., доцент кафедри ТГРБ,
Національний університет «Запорізька політехніка», м. Запоріжжя, Україна*

Організаційно-інноваційні аспекти підвищення кваліфікації трудових ресурсів сфери гостинності на регіональному ринку праці

В сучасний період коронавірусного стану економіки України постають завдання пошуку маловитратних і, водночас, ефективних засобів раціональної організації регіонального ринку праці, відповідне насичення компетентними високоякісними конкурентоспроможними трудовими ресурсами, а також, більш ефективне використання, в цьому сенсі, можливостей закладів вищої освіти [1].

Актуальності набуває оцінка тенденції інтелектуалізації праці та її впливу на конкурентоспроможність працівника на ринку праці, а також можливість вдосконалення організації й регулювання регіонального ринку праці за рахунок максимального використання трудового потенціалу структурних підрозділів закладів вищої освіти, які здійснюють на інноваційних засадах підвищення кваліфікації економічно-активного населення, зокрема, у сфері гостинності.

Відомо, що управління трудовими ресурсами здійснюється на макро- і мікрорівнях. Суб'єкти управління на макроекономічному рівні забезпечують функціонування соціально-економічного механізму формування трудового потенціалу та раціональне використання, вдосконалюють методи підготовки працівників і фахівців з урахуванням вимог ринку, впроваджують інноваційні системи безперервного підвищення рівня кваліфікації, вирішують питання прогнозування демографічного розвитку трудових ресурсів регіону, займаються збалансуванням трудових ресурсів у сфері гостинності, розвитком системи працевлаштування, координацією управління ними. Ефективність регулювання якісних і кількісних показників відтворення трудових ресурсів на рівні регіонів зумовлює і стан національного ринку праці, в цілому. У зв'язку з цим, на регіональних суб'єктів управління покладаються завдання щодо прискорення вдосконалення процесу регулювання регіональних ринків праці, і, особливо, на основі дуального підходу: економічних та результативних організаційних рішень.

Регулювання регіонального ринку має відбуватися з урахуванням техніко-економічних, організаційних і демографічних особливостей регіону, що забезпечить в результаті високі соціально-економічні показники його розвитку. Динаміка вітчизняного соціально-економічного розвитку і досвід провідних зарубіжних країн демонструють, що високий рівень інноваційності технологій призводить до витіснення зі сфери гостинності малокваліфікованих працівників і носіїв тривіальних професій, викликає потребу у найманні адаптованого до вимог сучасних кризових інноваційних технологій персоналу, що гнучко реагує на професійні зміни. З одного боку, в умовах COVID-19 стрімко змінюються вимоги до працівників сфери гостинності, що відбивається на кваліфікаційно-професійній і галузевій структурі зайнятого населення. З іншого, зростає роль і значення працівників у забезпеченні ефективності бізнес-процесів компаній [2].

Сталості набуває трансформація моделі компетентностей працівника й самі динамічні зміни стосуються професійної складової цієї моделі: рівня знань, майстерності, отриманих навичок, накопиченого досвіду у трудовій діяльності. В умовах пандемії при значному вивільненні працівників зі сфери гостинності рівень компетентностей має весь час зростати. Висока кваліфікація, професійна мобільність і широкий набір компетентностей стають базовими факторами конкурентоспроможності працівників. Поширення на ринку праці робочої сили, здатної до творчої роботи в різних професійних сферах можливо тільки при досягненні працездатним населенням усіх вікових груп більш високої і якісної освітньої та професійної підготовки. Впровадження такого критерію в нашій країні слід вважати поряд зі скороченням частини некваліфікованої праці одним з головних умов виходу економіки сервісу на новий етап розвитку. Розвиток наукової бази підготовки кадрів, творча робота у великій мірі стане основним змістом діяльності працівників вищого професійного рівня [3].

Програми професійної підготовки і перепідготовки є напрямком активної позиції зайнятості на ринку праці, оскільки перспективи зайнятості, особливо в умовах структурної перебудови, пов'язані з розвитком людських ресурсів: якісна освіта і висока кваліфікація надійно охороняє працівників від безробіття.

Під впливом глобальних факторів на вітчизняному ринку спостерігається тенденція інтелектуалізації праці: зростання потреби сфери гостинності в його інтелектуальній складовій при скороченні попиту на некваліфіковану працю. Зростання інноваційного і творчого змісту праці стає основою, з одного боку, технологічного та організаційного розвитку нематеріального виробництва, а з іншого, стає потребою розвитку продуктивних сил суспільства. В останньому спостерігається індивідуалізація підходів до інтелектуального розвитку кадрів. У сфері гостинності. Прагнення підвищити чи отримати більш високий освітній ступінь поширюється на всі вікові групи вітчизняних трудових ресурсів [4].

Заклади вищої освіти (ЗВО) мають істотний вплив на процес формування високоякісних трудових ресурсів на регіональному ринку праці. Не зважаючи на надзвичайно складну економіко-політичну, військову та соціально-медичну ситуацію, є можливості, реалізація яких призведе до зростання активності трудових ресурсів та перетворення їх у провідних суб'єктів ринку праці регіону. Йдеться про створення на базі провідного ЗВО регіону інноваційної структури - регіонального центру підвищення кваліфікації (РЦПК), який може забезпечити інтеграцію і координацію діяльності учасників ринку, активізує їх науково-практичний зв'язок і забезпечить прискорений розвиток економіки регіону [5].

Ринок освітніх послуг перенасичений суб'єктами, які надають освітні послуги економічно-активному населенню за рахунок підвищення кваліфікації (бізнес-тренінги, коучинги, семінари, конференції, форуми), і всі ці суб'єкти є бізнес-орієнтованим. Така схема організації бізнес-процесів не дає корисних знань замовникам (клієнтам) у зв'язку з низькою кваліфікацією бізнес-тренерів. Зазвичай, клієнти отримують загальну інформацію, яка є широкодоступною в мережі Internet. Крім того, для таких клієнтів організують звичайні, типові, логічні або командоутворюючі ділові ігри. Вказані суб'єкти використовують значний час і не надають якісної інформації, що призводить до незадоволення результатами навчання. Також пропозицію послуг доповнюють бізнес-тренери з безліччю сертифікатів на проведення тренінгів. Однак, слід підкреслити, що в Україні відсутня законодавчо регламентована сертифікація бізнес-тренерів.

Сьогодні синергію розвитку трудових ресурсів сфери гостинності може забезпечити кооперація ЗВО, підприємств галузі, малого бізнесу та держави, що дозволить вирішити завдання підготовки сучасних кадрів на інноваційних засадах. Цей підхід передбачає відкриття освітньо-наукових центрів, особливо в галузі сучасних інноваційних технологій, організацію і здійснення цільових наукових програм, спільну розробку робочих програм курсів, створення систем безперервного навчання і перенавчання без відриву від робочого місця, бізнесу. Встановлення взаємовигідних зв'язків між ЗВО, з одного боку, і підприємств сфери гостинності, зокрема, середнього, малого та мікробізнесу, з іншого боку, забезпечить базу для виведення з кризи всіх підсистем професійної підготовки в державі і окремих регіонах. Співробітництво в напрямку розробки й освоєння інноваційних технологій, створення спільних центрів, забезпечення наукових студій певним обладнанням, організації практик студентів, розвитку постійно діючої системи підвищення кваліфікації персоналу дозволить наростити якість трудового потенціалу та полегшити проблему працевлаштування випускників ЗВО в посткоронавірусній перспективі, зменшуючи структурне безробіття.

Література:

1. Крушельницька О.В., Мельничук Д.П. Управління персоналом: навчальний посібник. Видання друге, перероб. й допов. Київ : Кондор, 2005. 308 с.
2. Осовська Г.В., Крушельницька О.В. Управління трудовими ресурсами: навч. посібник. Київ: Кондор, 2003. 224 с.
3. Теоретичні та практичні аспекти стійкого розвитку економіки України : монографія кол. / за заг. ред. проф. В.М. Зайцевої. Чортків, 2016. 348 с.
4. Богоявленська Ю.В., Грабар Т.П., Ходаківський Є.І. Психологія управління з основами соціоінтеграції: монографія. Житомир : ЖДТУ, 2007. 700 с.
5. Vasylychev D., Tsviliy S., Gurova D. Organizational and innovative approaches to the development of labor resources in the service industries in the regional market of educational services. Contemporary technologies in the educational process : monography / M. Wierzbik, G. Buchkivska. Katowice, Poland, 2020. Pp. 141–148.

*Чмут А.В., к.е.н,
ст. викладач кафедри
економіки менеджменту і адміністрування
Херсонський державний університет, м Херсон, Україна
Козонак А.В., здобувач вищої освіти
Херсонський державний університет
м Херсон, Україна*

Перспективи розвитку вільних економічних зон у світі

Спеціальні (вільні) економічні зони (СВЕЗ) - одна з найстаріших і разом з тим новітня ідея людства в області економічного розвитку. Створення і функціонування СВЕЗ є актуальною темою в умовах глобалізації, активного залучення країн до міжнародного поділу праці та пошуку перспективних ніш розвитку.

Всесвітня організація вільних зон (World Free Zones Organization) дає наступне визначення СВЕЗ: «Зона, визначена одним або кількома урядами де економічна діяльність, будь то виробнича чи торгова, фізична чи віртуальна щодо товарів, послуг чи і того, і іншого, дозволена та звільнена (повністю або частково) від митних зборів, податків, які на іншій території застосовувалися» [1]. В українському законодавстві під спеціальною (вільною) економічною зоною розуміється «частина території України, в якій встановлюються і діє спеціальний правовий режим економічної діяльності і порядок застосування та дії законодавства України» [2].

Головною особливістю сучасної глобалізації є процес зростання СВЕЗ у світових країнах особливо в країнах, що розвиваються. Динаміка появи СВЕЗ у світі представлена на рис 1.

За даними глобального дослідження UNCTAD в світі налічується близько 5400 СВЕЗ і в найближчі роки очікується їх збільшення на 10%.

Аналіз розміщення СВЕЗ по регіонам світу демонструє їх значне зосередження в країнах, що розвиваються (4772 зони), зокрема в країнах Азії. Лідером серед азіатських країн є Китай (2543 зони). На країни розвиненої

економіки припадає лише 7% СВЕЗ. В США протягом 2019 року діяло 193 активних зон вільної торгівлі, до роботи в яких було задіяно 460 тис. осіб, які працювали на 3300 фірмах [3].

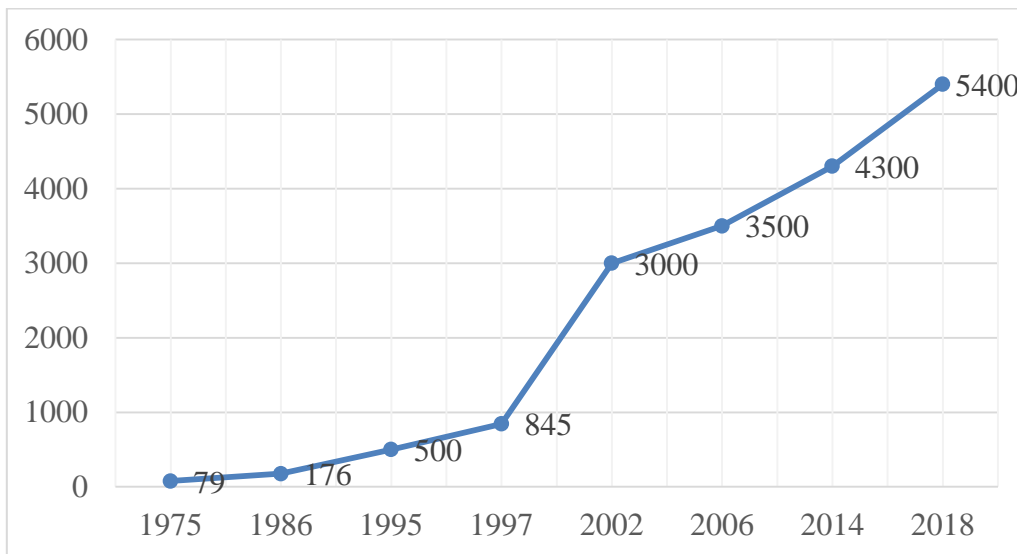


Рис. 1 Динаміка кількості СВЕЗ у світі по роках

Джерело: побудовано автором на основі [4].

На сьогоднішній день виникає потреба у стратегічній переорієнтації СВЕЗ та їх реформації, яка пов'язана з трьома глобальними викликами: імперативами сталого розвитку, цифровізацією економіки, змінами структури міжнародного виробництва.

Враховуючи вищесказане, перспективною моделлю розвитку СВЕЗ в найближчі роки є створення зон сталого розвитку (ЗСР). Ці зони можуть запроваджувати найвищі міжнародні стандарти, встановити орієнтир та виступити каталізатором вдосконалення. Зони моделі ЗСР можуть, наприклад, бути розраховані на нуль викидів та мінімум відходів, прагнути досягнення (та оприлюднення результатів) цілей соціально-відповідального бізнесу, які зазвичай не включаються в оцінку ефективності СВЕЗ (наприклад, гендерна рівність). Ці зони можуть надавати послуги з контролю та підтримки роботи соціально-відповідальних фірм, що працюють на їх території: перевірка стандартів охорони праці, навчання та фінансова підтримка для сприяння вдосконаленню, впровадження найкращих практик та отримувати сторонніх

сертифікатів, консультації щодо можливостей переробки та зменшення відходів, викидів та енергозбереження [4].

Враховуючи, що за останні десять років кількість соціальних підприємців зростала в геометричній прогресії, зони сталого розвитку є перспективним сектором розвитку економіки.

Таким чином, виклики сьогодення формують новий погляд на перспективи СВЕЗ, у вигляді створення нових зон сталого розвитку або модернізації існуючих там, де це необхідно. Задля ефективного функціонування ЗСР необхідно при їх проєктуванні: інтегрувати показники сталого розвитку у розробку програми ЗСР; орієнтуватися на зосередження ділової активності, що сприяє сталому розвитку; встановити, контролювати та застосовувати показники ефективності соціальної відповідальності бізнесу для інвесторів СВЕЗ; надавати допоміжні послуги та навчальні програми з соціальної відповідальності бізнесу та ін.

Література:

1. Закон України від 13.10.1992 р. № 2673-ХІІ «Про загальні засади функціонування спеціальних (вільних) економічних зон».
2. Bost, F. Are Economic Free Zones good for Development. West Africa Challenges, Sahel and West-Africa Club. OECD. 2011. p. 19. URL: <http://www.oecd.org/dataoecd/24/39/49814045.pdf>.
3. OECD. Special economic zones: Helping resource-rich countries diversify. Working paper, Paris, 2014. P. 100.
4. World investment report. special economic zones 2019. URL: https://unctad.org/system/files/official-document/wir2019_en.pdf
5. Гусев Ю. В., Поняття спеціальних (вільних) економічних зон і територій пріоритетного розвитку. *Інвестиції: практика та досвід* № 22/2015. С 59-64.

*Шевчук О.А., к.е.н, доцент кафедри теоретичної та прикладної економіки
Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»
м. Київ, Україна*

Зовнішньоекономічна діяльність: виклики глобалізації

На сьогоднішній день вирішення проблем зовнішньоекономічної діяльності підприємств неможливо без детального розуміння суті глобалізаційних процесів у світі в цілому. У процесі глобалізації відбуваються суттєві впливи на рішення, які приймаються, як на макро, так і на мікрорівні. Розвиток ринків збуту на сьогоднішній день, особливо в період глобальної пандемії та переходу майже всіх підприємств в онлайн-продажі, потребує нових інструментів управління та консолідації запропонованих рішень. Процеси глобалізації у 2020 році були більш швидкими (не зважаючи на закриття границь та введенні карантинних заходів). Саме застосування сучасних технологій, оптимізація логістичних потоків, зменшення витрат, пов'язаних з купівлею онлайн і прискорила цей процес.

Класифікація наявних підходів до визначення поняття глобалізації надала можливість зазначити, що вона характеризується такими ознаками, як: інтеграція, постійний процес розвитку, зростаючий ступень, об'єктивний соціальний процес, зміна [1]. Відносно сутності поняття, ми повинні виділити тенденцію авторів та зазначити, що означений процес пов'язаний з ринками різних рівнів, їх інтеграцією, змінами, взаємозв'язками та взаємозалежністю національних економік.

Варто зазначити, що процеси глобалізації повинні призвести до змін в світовій економіці, зменшення витрат часу та коштів на подолання великих відстаней, створення нової глобальної інфраструктури, рух різноманітних потоків (товарів, фінансових, людських та ін.) через міжнародні кордони, створення нових інституцій.

Зовнішньоекономічна діяльність підприємств націлена на задоволення потреб іноземних споживачів. З урахуванням їх смаків, релігійної

приналежності, статі, національних особливостей, кліматичних умов та інших факторів. Ще однією з головних умов виходу на зовнішні ринки є відповідність продукції національного виробника міжнародним стандартам якості та екологічності товарів [2].

Враховуючи доставку товару, час, який потрібен для міжнародного перевезення та інших факторів, збільшується його вартість. Це може сприяти зменшенню конкурентоспроможності товарів вітчизняного виробництва на міжнародних ринках. Тобто невідповідність співвідношення ціна/якість для міжнародного споживача, може вплинути на відмову від придбання товару.

Досить важливу роль у процесах глобалізації відіграють міжнародні асоціації, фонди та інші міжнародні інститути, які пришвидшують інтеграційні процеси, прописують «правила гри» на міжнародних ринках та допомагають підприємствам з різних країн світу знайти спільну мову між собою [3]. Данні організації проводять міжнародні дослідження ринків збуту, платоспроможності населення, економічної та екологічної ситуації в країнах та знайомлять з цими дослідженнями членів своєї організації для збільшення їх міжнародної мобільності та ефективності.

Урегулювання стандартів якості між країнами та виведення міжнародних стандартів, або признання країнами сертифікації товарів один одного, прискорює інтеграційні процеси [2].

Проте, слід зазначити, що глобалізація відзначається високим рівнем конкуренції на всіх ланках господарської діяльності. Через це, питання створення конкурентоспроможної моделі національної економіки виходить на перше місце, оскільки саме підвищення конкурентоспроможності держави на світовій арені, надає можливість отримати відповідні вигоди з збереженням власних пріоритетів. Поряд з цим, відсутність єдиної стратегії розвитку з одночасним підвищенням рівня конкурентоспроможності призводить до виникнення кризових ситуацій та послаблює міжнародні позиції.

Ще одним, найважливішим питанням процесу глобалізації є те, що з урахуванням всієї складності та суперечливості означеного процесу, є

створення єдиної стратегії розвитку та її впливу на національну економіку. Україні, як державі, належить визначити своє гідне місце в світі, сформулювати свої культурні і політичні позиції та створити стратегію свого ефективного розвитку. Цей процес може бути ефективним тільки за умови участі різних верств суспільства, перш за все еліти, в узгодженні певних фундаментальних цінностей, які дозволять створити соціальну єдність і стратегію, що повернуть довіру суспільства до установ державної влади і до тих, хто очолює ці установи [1].

Отже, з огляду на вищезазначене можна стверджувати, що першочерговим питанням для нашої країни в умовах глобалізації є підвищення рівня її конкурентоспроможності. Але, слід, зауважити, що Україна у порівнянні з іншими країнами, які проходять трансформаційний період, з кожним роком втрачає свої конкурентні переваги. З огляду на це, ми доходимо висновку, що не дивлячись на величезний потенціал нашої держави він поступово втрачається, не створюючи при цьому конструктивного приросту та подальших перспектив розвитку, через це питання перегляду та створення нової стратегії розвитку в сучасних умовах глобалізації виходить на перше місце.

Література:

1. Кирилов Ю. Є. Вплив процесів глобалізації на розвиток національних економік. *Ефективна економіка*. 2016. Вип 12. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=5297> (дата звернення 03.03.2020);
2. Лапін О. В., Горицька К. М. Шляхи удосконалення експортного потенціалу підприємств харчової промисловості. *Ефективна економіка*: 2016. Вип 11. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=5261> (дата звернення 15.03.2020);
3. Ринейська Л. С. Роль міжнародних організацій у формуванні міжнародних стратегій економічного розвитку. *Ефективна економіка*: 2018. Вип 3. URL: http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/3_2018/56.pdf (дата звернення 03.03.2020).

*Юшин С.О., д.е.н., професор, головний науковий співробітник
ННЦ «Інститут аграрної економіки» НААНУ
м. Київ, Україна*

Національна інноваційна система як стратегічна передумова гармонійної трансформації територіального устрою держави

Згідно зі ст. 1 Конституції України (далі – КУ), «Україна є ... держава», головним обов'язком якої (ст. 3 КУ) є «утвердження і забезпечення прав і свобод людини». Ці положення для пересічної людини на поверхні її «мовного мислення» загалом є звичними і не викликають сумнівів та заперечень. Але ж «незнання законів не звільняє від юридичної відповідальності» (ст. 68 КУ). І якщо хоч трохи глибше «зануритися» у «океан» юридичних законів, одразу відчувається наявність там прихованих «скель», «течій», «мілин» та «западин».

Отже, що саме є «державою»? Для Людовика XIV здавалося правомірним сказати «Держава це я». Але народ Франції мав іншу думку з цього приводу, що й обумовило революцію і гільйотинування Людовика XVI. Схожа доля спіткала й Миколу II, який у анкеті «вид занять?» наголосив: «господар землі Руської». Це підтверджує тезу Г. Гегеля, що «цілісності», у т.ч. «держави», «перестають існувати, коли руйнується єдність їх поняття і реальності» [1, с. 211]. Тому, на думку Н. Лумана, саме «більш точне визначення, операціоналізація та вимір конкретних владних відносин й стає надзвичайно складним заходом» [2, с. 20].

Цивільний кодекс України (далі – ЦКУ) вказує у ст. 2.1, що учасниками цивільних відносин є фізичні особи (далі – ФО) і юридичні особи (далі – ЮО), у ст. 24.1 – що людина як учасник цивільних відносин вважається ФО, у ст. 91.1 – що ЮО здатна мати такі ж цивільні права та обов'язки, як і ФО, крім тих, які за своєю природою можуть належати лише людині. До учасників відносин у сфері господарювання ст. 2.1 Господарського кодексу України (далі – ГКУ) вже відносить суб'єктів господарювання (тобто ЮО) та громадян, які здійснюють господарську діяльність та зареєстровані відповідно до закону як підприємці. З огляду на те, що ст. 203 і ст. 319 чинність усіх правочинів і здійснення права

власності підпорядковує додержанню інтересам держави та моральних засад суспільства, виникає певна колізія з реалізацією положення ст. 3 КУ, згідно з яким «права і свободи людини та їх гарантії визначають зміст і спрямованість діяльності держави», а не навпаки. Тим більше, що держава має конкретні справи не з людиною, а з громадянином, який здійснює свій правовий статус.

Що ж стосується «держави», то, згідно із ст. 2.2 ЦКУ держава Україна є суб'єктом публічного права, а згідно із ст. 8.1 ГКУ держава не є суб'єктом господарювання. До певної міри, тут доречно нагадати ідею Т. Гоббса стосовно того, що «мистецтво, імітуючи людину, створює Левіафан (Державу), який є лише штучною людиною, хоча і більш великою за розміром і більш сильною, ніж природна людина, для охорони і захисту якої він був створений» [3, с. 7]. Тобто, будь-які диспозиції абстрактної держави та абстрактної людини є таким спрощенням реальності, яке блокує будь-які конкретні і конструктивні рішення.

Різниця між «простим» і «складним» у виконанні владних функцій добре ілюструється висловлюванням Аристотеля: «для будь-якого доступно і просто роздати і розтратити гроші, а от витратити на те, що потрібно, стільки, скільки потрібно, коли, заради кого і як слід, здатен не усякий, і це не просто» [4, с. 93]. Для подолання надмірної складності у прийнятті державних рішень Аристотель пропонував «розчленовувати складне на його прості елементи». На його думку, «першою умовою для забезпечення існування держави є сукупність громадян; виникає питання, яке велике повинно бути їх кількість, які вони повинні мати природні якості, точно так же якого розміру повинна бути територія і якими повинні бути її властивості» (об'єктом даного дослідження є «всі мешканці державної території, які прагнуть до введення нових порядків» [4, с.376, 596, 615]. Якщо ж порівняти сутнісні визначення «держави» у Аристотеля із чинними принципами організації територіального устрою України (ст. 132 КУ), що одночасно «ґрунтується на засадах єдності та цілісності державної території, поєднання централізації і децентралізації у здійсненні державної влади, збалансованості і соціально-економічного розвитку регіонів, з урахуванням їх традицій (історичних, економічних, екологічних, географічних і

демографічних особливостей, етнічних і культурних)), то є підстави стверджувати, що у обох визначеннях є багато спільного (як доказ орієнтаційної фундаментальності КУ). Зазначимо, що визначення «держави» як «організації політичних методів на даній території» ми знаходимо у Ф. Оппенгеймера [5, с. 26], або ж «держави» як «організованого, просторово замкнутого ... непроникненого територіального порядку з твердими зовнішніми кордонами» у К. Шмітта [6, с. 146]. Відповідне визначення «держави» ми знаходимо й у ст. 1 Конвенції Монтевідео: «Держава, як суб'єкт міжнародного права, має володіти такими ознаками: (1) постійне населення; (2) певна територія; (3) уряд; і (4) здатність до вступу у відносини з іншими державами». Отже, дослідження стратегічних передумов гармонійної трансформації територіального устрою держави – це актуальна наукова задача.

Прийнята у 2014 р. Державна стратегія регіонального розвитку на період до 2020 року (постанова Кабінету Міністрів України № 385) передбачала серед цілей децентралізацію влади та реформування адміністративно-територіального устрою. У розвиток даних орієнтирів у 2020 р. прийнята Державна стратегія регіонального розвитку на 2021-2027 роки (постанова Кабінету Міністрів України № 695), де вказувалося, що незважаючи на значну кількість вчених та інженерів і частку людей, які мають вищу освіту, Україна має посередній рейтинг за показником інноваційних можливостей – 60 місце з відповідними негативними наслідками: подальшим зростанням асиметрії у рівнях розвитку регіонів та територій; низький рівень конкурентоспроможності регіонів через низький рівень регіонального інноваційного розвитку. З метою забезпечення збалансованого просторового розвитку територій пропонувалося здійснювати розвиток територій на інноваційній основі, сприяння залученню інвестицій для розвитку інноваційного виробництва та переходу від сировинно-експортної до виробничо-інноваційної економіки, впровадження інноваційних кластерів.

Ідея інноваційних кластерів належить М. Портеру («у конкуренції головну роль відіграють інновації», «розвиток добре функціонуючих кластерів складає один з самих суттєвих кроків на шляху до розвинутої економіки») [7, с.

240]. У 1997 р. на основі ідей М. Портера Організацією економічного співробітництва і розвитку (OECD) був сформований стандарт Національної інноваційної системи (National innovation systems, NIS), де інноваційні процеси на засадах кластеризації узгоджувалися з пріоритетними проблемами розвитку територій. В Україні у 2007 р. Постановою Верховної Ради України № 1244-V були прийняті Рекомендації парламентських слухань на тему: «Національна інноваційна система України: проблеми формування та реалізації», де протягом 2007 - I півріччя 2008 років було передбачено започаткування пілотних проєктів створення інноваційно орієнтованих консорціумів, що об'єднують провідні вітчизняні університети, наукові установи, підприємства, фінансові установи з наступним формуванням на цій основі стійких інноваційних кластерів. Але й донині ніяких суттєвих зрушень у реалізації таких кластерів поки не відбулося.

Висновки. Вищенаведене дає підстави для наступних висновків:

- 1) фундаментальною сутністю «держави» є народ, територія юрисдикції і система влади, міжнародні відносини; реалізація потенціалу держави можлива через гармонізований інноваційний розвиток усієї сукупності його складових;
- 2) гармонійна трансформація територіального устрою України потребує запровадження сучасних механізмів типу Національної інноваційної системи.

Література:

1. Гегель Г.В.Ф. Наука логики. В 3-х томах. Т.3. / Г. Гегель ; Пер. с нем. – М.: Мысль, 1972. – 371 с.
2. Луман Н. Власть / Н. Луман ; Пер. с нем. А.Ю. Антоновского. – М.: Праксис, 2001. – 256 с.
3. Гоббс Т. Сочинения в 2 т. Т. 2 / Сост., ред. авт. примеч. В. В. Соколов; Пер. с лат. и англ. — М.: Мысль, 1991. — 731 с.
4. Аристотель. Соч. в 4-х т. Т.4. Пер. с древнегреч. – М.: Мысль, 1983. –720 с.
5. Oppenheimer Franz. The State // New York: Vanguard Press, 1926. – pp. 24-27:
6. Шмитт К. Номос Земли в праве народов (jus publicum europaeum) / К. Шмитт ; пер. с нем. – СПб.: Владимир Даль, 2008. – 672 с.
7. Портер М. Конкуренция / М. Портер ; Пер. с англ. – М.: «Вильямс», 2003. – 496 с.

СЕКЦІЯ 2. ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНОМУ КОНКУРЕНТНОМУ СЕРЕДОВИЩІ

*Petryshchenko N.A., Candidate of Economic Sciences,
Associate Professor of Economics and Entrepreneurship,
Sadigli Elnur Hurban ogli,
student of the Department of Economics and Entrepreneurship,
Odessa State Academy of Education and Architecture, Odessa, Ukraine*

Use of resource potential of enterprises

The potential of the enterprise is being investigated in many countries. There are many definitions for this phenomenon. In a general sense, the potential of an enterprise can be defined as a set of its competencies that can be used to achieve the goal of the enterprise [1]. Balanced capacity development is important not only for the owner, all stakeholders are interested in it. Thus, the developed potential of the enterprise guarantees the payment of taxes to the state. Buyers will receive quality goods. Suppliers are interested in increasing their market.

World experience shows that the basic basis for the transformation of the construction sector of the country should be considered to increase the resource potential of the enterprise. The problem of measuring the value of economic and resource potential of the enterprise is also relevant.

In this regard a comprehensive assessment of the use of resource potential of enterprises is of particular importance. It is also important to determine the trends of its changes and the influence of factors that shape the level. Economic assessment of resource potential creates a basis for comparing the performance of agricultural enterprises, and is also the basis for an objective assessment of the effectiveness of their operation and opportunities for future development [2].

The active work of theorists and practitioners to study the formation of the potential of the enterprise has brought significant results. However, the structural changes in the national economy caused by Covid-19 require a revision of the basic positions of the formation of elements of potential. The first place in the study is marketing potential and its development, digitalization. Marketing potential is part of

the overall economic potential [3] and consists of a set of marketing resources, strategies, developments.

The resource potential of an enterprise is the aggregate of all the resources of an enterprise that provide the opportunity to obtain the maximum economic effect at a given moment in time [4]. From an economic point of view, resources include a set of individual elements that directly or indirectly participate in the production process or the provision of services. Therefore, the most important feature of the category "resources" is a direct connection with the production process, ie, resources in the process of use take the form of factors of production [5].

The resources and potential of the enterprise differ. Resources exist independently of economic agents. The potential of an individual enterprise cannot be separated from the subjects of activity [4]. The potential, in addition to quantifiable resources, tangible and intangible assets, includes the ability of an employee, team, enterprise, society as a whole to effectively use the available funds or resources.

However, the resource potential cannot be considered unimportant. This is the basis for the functioning of the enterprise. It is precisely the balanced resource potential that has been reformatted to meet modern requirements that will allow it to function effectively in the market.

Referens:

1. Fedonin O.S., Ryepina I.M., Oleksyuk O.I. (2003) Potencial pidpry`emstva: formuvannya ta ocinka: navch. posibny`k. K.: KNEU. 316p.
2. Semenova T. V., Gumenyuk T. Ye. (2018) Ocinka efekty`vnosti vy`kory`stannya resursnogo potencialu pidpry`emstva. Pry`chornomors`ki ekonomichni studiyi. V. 29(1). - Pp. 123-126.
3. Lisovenkova I. M. (2011) Vy`robny`chy`j potencial pidpry`emstva: Metodologichni pidxody`. Ekonomichny`j visny`k NGU. V.2. Available at: https://ev.nmu.org.ua/docs/2011/2/EV20112_047-055.pdf
4. Svyatoho N.V. (2009) Teorety`chesky`e aspektu ponyaty`ya «resursnuj potency`al». Kul`tura narodov Pry`chernomor`ya. V. 161. Pp. 139-144
5. Okorokova L. G. (2001) Resursnuj potency`al predpry`yaty`j. SPb. P. 293.

Zhmai A. V., Member of the Board

Non-governmental organization «Enactus» Odessa Mechnikov National University

Chepurna L. V., 4th year student, specialization "Management"

Odessa I. I. Mechnikov National University, Odessa, Ukraine

Language advisor: Tetiana Karavayeva, PhD in Linguistics, Assoc. Prof.

Odessa I. I. Mechnikov National University, Odessa, Ukraine

Management features in the implementation of the "Blue Oceans Strategy"

In conditions of intense competition in the market space, two oceans have been formed – «blue» and «red». Each of them has its own characteristics and conditions of existence in it. The «red oceans» are highly competitive, conditions and rules are clearly defined, all participants follow certain rules and the possibility of profit growth is limited. In the «blue oceans», the opposite happens because it marks untapped market areas, requires creativity, gives the opportunity to grow and make a profit.

As practice shows, the concept of «blue oceans» should be used if the company has a small market share but in conditions of high competition. Therefore, the company provides the formation of competitive advantages for a certain period. However, it should be noted that a critical resource in a highly competitive environment is time, and when this strategy ensures the achievement of goals, it is advisable to apply the strategy of formation brand of the enterprise, which will strengthen the competitive position in the market and continue the life cycle of a product or service [1].

The approach of the "blue oceans strategy" is based on the statement that it is better for a company to play in uncontested market spaces instead of competing on existing market places. It is an attempt to discover markets with no competitors by creating and capturing new demand, making the competition irrelevant [2].

Netflix can be an example of the company using the «blue ocean strategy». It has built a unique marketing space doing what no one else thought of – selling TV shows on the internet. In this way, the competition becomes not relevant, and Netflix has created and captured new service that was not currently available on the market. By doing this, they have overcome the value-cost trade off offering better value than

cable TV (there were no commercials, so you could see any show at any time) at a lower cost than cable TV. Applying the «blue ocean strategy», they were able to get a low cost and differentiation leadership in comparison with other companies on the market [2].

The «red oceans» symbolize all industries that currently exist. «Blue oceans» represent all industries that haven't yet existed today. These are unknown areas of the market; in the «red oceans», industry boundaries are defined and agreed upon, and everyone knows the rules of the game [3].

The «blue oceans» strategy consists of eight principles. One of them is the reconstruction of market boundaries. The authors argue that this is how companies can avoid competition and create a blue ocean.

Table 1

Comparative characteristics of the "Red Ocean" & "Blue ocean" strategies

Blue Ocean strategy	Red Ocean strategy
Creating a competition-free market space	Struggle in the new market space
Opportunity not to be afraid of competition	Victory over competitors
Creating new demand and mastering it	Exploitation of existing demand
Breaking the value-cost-compromise	Compromise value - costs
Construction of the entire system of the company, respectively to the task of simultaneously achieving differentiation and cost reduction	Construction of the entire system of the company depends from a strategic choice focused on differentiation, or at a low cost

Source: based on [4].

Therefore, in order to implement this strategy the company should understand what steps need to be taken and the goals it will achieve if the strategy is implemented successfully. Clear regulation of business processes is the most important in this situation. It can be fully implemented only when the strategy is clear to the whole team and all actions are clearly defined, as well as there is an understanding of the purpose, goals and values of the company.

The “Blue Oceans Strategy” is so strong that it can create a brand that will live for decades. We can mention Ford (Model T), Crysler (minivan), and IBM (electronic computer). The leaders of these companies can confirm that the key to creating a new market space is not large budgets for research development, and the right strategic actions. That is, the creation of the "blue ocean" is a product of strategy and largely a product of management actions [4].

This not only provides a great opportunity to identify and understand the real needs of the customers but also give an insight regarding the thought-processes of scientists, entrepreneurs, investors, suppliers and even competitors. Competition among the suppliers need customers’ requirements and markets along with the help of technological advancement leads to Innovation [5].

The "blue" and "red oceans" have always coexisted and always will be. Both strategies are effective and, as soon as corporations will realize that the strategies of the "blue oceans " & "red oceans" have different logics, they will be able to create much more in the future.

References:

1. Юринець О. Ю., Марущак О. Я. Конкурентна стратегія на засадах нового маркетингу. Вісник Національного університету "Львівська політехніка". № 725 : Проблеми економіки та управління. 2012. – с. 405–412.
2. Kim, W. Chan & Renée, Mauborgne (2015). Blue Ocean Strategy: How to Create Uncontested Market Space and Make the Competition Irrelevant. Boston, Massachusetts: Harvard Business Review Press.
3. Стратегия голубого океана – примеры и краткое содержание. Блог GetResponse. URL: <https://www.getresponse.ru/blog/goluboj-ocean-strategija> (дата обращения 06.04.2021).
4. Blue Ocean Strategy. Retrieved from: <https://profitworks.ca/blog/365-blue-ocean-strategy-summary-including-examples-and-pdf-download>.
5. Ron Adner & Daniel Levinthal (2001). Demand Heterogeneity and Technology Evolution: Implications for Product and Process Innovation, Management Science, Vol. 47, No. 5, pp. 611-628.

Zhmai A. V., Member of the Board

Non-governmental organization «Enactus» Odessa Mechnikov National University

Rudiak D. A., 3d year student, specialization “Management”

Odessa I. I. Mechnikov National University, Odessa, Ukraine

Language advisor: Tetiana Karavayeva, PhD in Linguistics, Assoc. Prof.

Odessa I. I. Mechnikov National University, Odessa, Ukraine

The growth mindset impact on start-ups

With the development of technology and the acceleration of the rhythm of life, everything from people to start-ups have to adapt and develop. To cope with everyday challenges of VUCA-world people need to have a growth mindset.

A growth mindset is an attitude toward life where a person believes that his or her talents, intelligence and skills can develop further. Individuals with a growth mindset look for opportunities to learn, to acquire new skills and to improve existing skills [1]. A growth mindset in which your skills are something you can improve through effort; everyone can change and develop through application and experience. Failure is perceived as a space for growth, where effort and attitude determine abilities.

The startup environment by its nature provides opportunity and contributes to growth mindset; a startup is continuously changing, it has unstable organizational structure and its processes essentially contribute to the growth of its employees and, in turn, its net profits. An essential part of entrepreneurship and business success are creativity, experimentation and innovation, which are vitally for technology startups. This type of companies requires a growth mentality to challenge themselves, move forward and stand out from the crowd [2].

The essence of the concept of growth mindset is overcoming many obstacles, but achieving the goal. This way of thinking is a key component of a startup's success and it needs to be developed in the team.

Start-up environment encourages growth mindset. A startup is a project that changes, grows because of the constant efforts of the team and, of course, any startup is aimed at success. Growth mindset in the startup world goes beyond personal growth and help a project achieve its goals. So how can a growth mindset influence a startup?

First of all, it gives high productivity and efficiency in the team work. Growth mindset implies constant learning and openness to new ideas. Team members, having gained new knowledge, will strive to turn it into new experiences.

Secondly, the ability to turn failures into invaluable experiences. The growth mindset assumes that failure is an integral part of success. The absence of failures means the absence of attempts. Therefore, as you try and experiment, you will undoubtedly fail. But each failure will teach something new, and it will benefit the project as a result.

The third thing is an opportunity to turn startup's weaknesses into a platform for new discoveries. Following Sigmund Freud's quote, "Out of vulnerabilities comes your strength," success is generated by problems on the project.

Moreover, growth mindset gives the startup team – in the long run – the flexibility to adapt to new circumstances. By getting used to constantly stepping out of their comfort zone, startups can innovate quickly and efficiently in the project – and it will not bring stress to the team [3].

Thanks to the development of science, everyone knows the concept of neuroplasticity, which shows how new connections between neurons are created through experience. New connections can be formed by neural networks, they can get strengthened, and they can send impulses at a higher rate. The same field shows that our neural growth can be increased by taking certain actions [2].

Growth mindset is the realization that everyone can develop abilities throughout lives. Unlike fixed mindset, the essence of which is that each of us is born with a certain level of intelligence and there is no way to influence it, the growth mindset assumes that people have essentially endless possibilities if they have a goal and are persevering towards it.

In startups, the growth mindset implies teamwork aimed at constant testing, introducing new techniques, collecting data on successful and unsuccessful attempts, and active work by the entire team. Everyone is on an equal footing, has their own goals, and together lead the project to success.

Implementation of a growth mindset in a startup gives the opportunity to increase productivity and efficiency, motivate employees, learn from mistakes, and rethink the weaknesses of the project.

To form a growth mindset team, it is important that the project already has a team of people who not only work a certain number of hours a week, but are united by a common goal and interested in the project success. It is important for each team member to understand that it is up to them to make sure the startup takes off, and to do everything in their power to do so. Startup founders should encourage initiative and experimentation in every way, and develop risk culture in the project - employees should not be afraid of their idea to fail. If this philosophy is competently developed within the team, the growth mindset not only increases the chances of the startup to be realized, but also makes the project participants happy, satisfied people with their lives and work.

Bibliography:

1. What Is Growth Mindset and How to Achieve It. *Intelligent Change*. Retrieved from <https://www.intelligentchange.com/blogs/read/what-is-growth-mindset-and-how-to-achieve-it>

2. Understanding The Growth Mindset (October 14, 2019). *Entrepreneur*. Retrieved from <https://www.entrepreneur.com/article/340762>

3. Как развить командный growth mindset. URL: <https://startupjedi.vc/ru/content/kak-razvit-komandnyy-growth-mindset> (дата обращения 09.04.2021).

*Базалійська Н. П., к.е.н.
доцент кафедри управління персоналом і економіки праці
Хмельницький національний університет
м. Хмельницький, Україна*

HR-технології управління персоналом як елемент HR-інжинірингу системи управління підприємством

У сучасному світі неможливе ефективне управління персоналом без використання сучасних персонал-технологій у будь-якій сфері діяльності. Зазвичай ефективність управління персоналом залежить від обраних для застосування керівництвом механізмів та методів, за допомогою яких буде проводитися процес управління персоналом в установі.

Застосування сучасних персонал-технологій є однією з найголовніших умов розвитку колективу, а отже, зростання рейтингу (репутації) установи як наслідок збільшення продуктивності праці працівників та їх зацікавленості у своїй праці.

Під HR-технологією відповідно до загальнонаукових позицій розуміють механізм взаємодії керівників усіх рівнів управління зі своїм персоналом із метою якомога повнішого й ефективнішого використання тих обмежених економічних ресурсів, що є на виробництві, насамперед робочої сили, трудового потенціалу всіх категорій працівників. У сучасному виробництві технологія управління персоналом – це наука і мистецтво управління людьми, механізм взаємозв'язку між суб'єктом та об'єктом управління персоналом, система взаємодії між керівником і працівником, стратегія вироблення рішень і тактика їх виконання у сфері ефективної зайнятості працівників в управлінні кадровим складом підприємства.

В управлінні персоналом розрізняють декілька видів HR-технологій: багатоланкові; комунікаційні; індивідуальні та інші.

Багатоланкові HR-технології передбачають виконання серії послідовних взаємозв'язаних завдань, комунікаційні – встановлення трудових відносин між

Секція 2. Економіка підприємства в сучасному конкурентному середовищі

окремими працівниками і виробничими підрозділами підприємства, індивідуальні – конкретизацію управлінських дій стосовно того чи іншого працівника (рисунок 1) [1, с. 165].

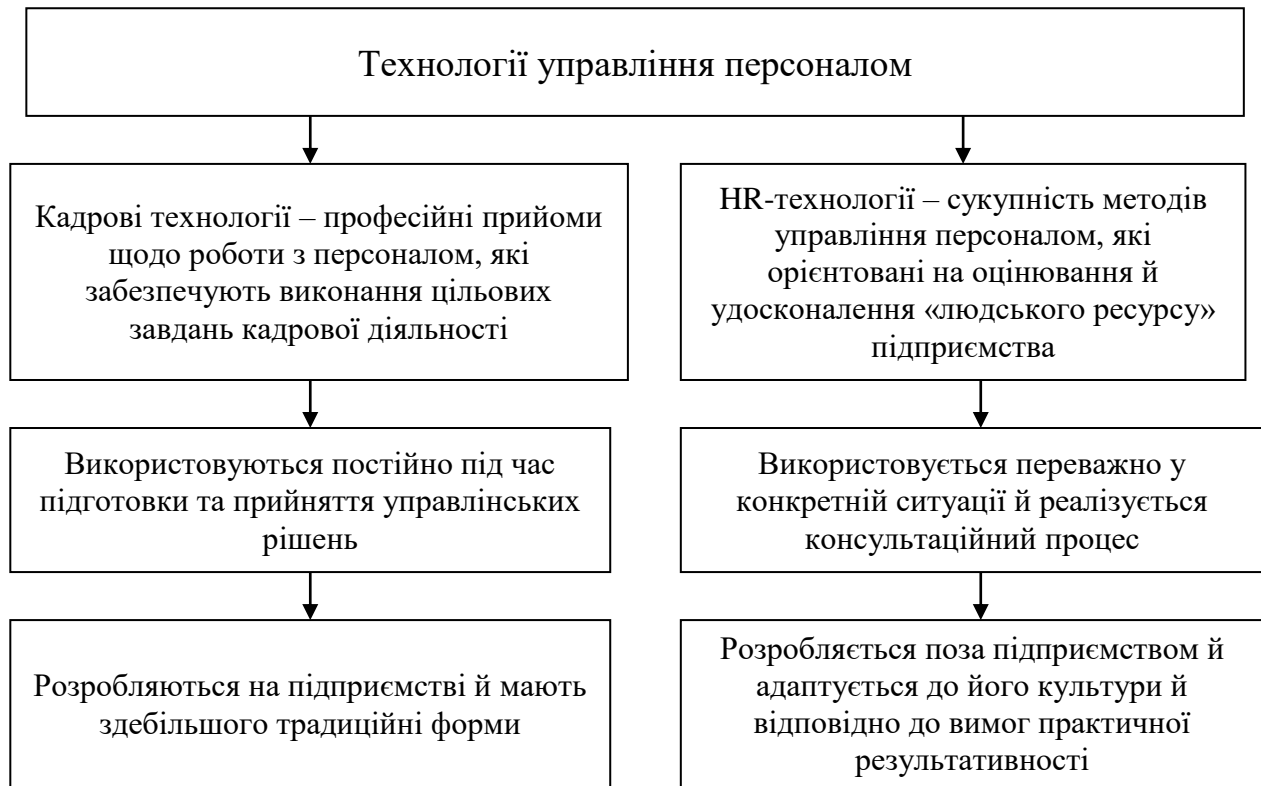


Рис. 1. Основні види технологій управління персоналом

Усі HR-технології можна об'єднати в такі групи: персонал-технології позикової праці; навчальні персонал-технології; персонал-технології підбору та найму персоналу; персонал-технології підвищення ефективності роботи персоналу; персонал-технології контролю праці персоналу; інформаційні персонал-технології.

Сучасний стан економіки також визначає нові вимоги до рівня підготовки персоналу, коли спостерігається швидке застаріння знань, умінь і навичок персоналу, яке виражається у відставанні індивідуальних знань від сучасних вимог до посади і професії. За останнє десятиріччя на українському ринку HR-послуги впроваджено ряд заходів інноваційного плану, які позитивно впливають на його кон'юнктуру. Зокрема, це нові нетрадиційні напрями, які забезпечують якісне надання послуг незайнятому населенню та роботодавцям.

Розглядаючи сутність етапів побудови системи HR-інжинірингу, необхідно звернутись до наявних трактувань сутності поняття «інжиніринг». Н. Чечина у своєму підручнику, зазначає: «Інжиніринг – це радикальні методи проведення змін у побудованих процесах стратегічного планування, управління змінами, що мають на меті удосконалення характеристик підприємства» [2, с. 58]. У цьому визначенні інжиніринг означає докорінну зміну наявної системи управління персоналом. Підприємство має вирішити як, з урахуванням особливостей своєї діяльності та з використанням нових технологій, побудувати ефективну систему управління персоналом.

Важливим моментом HR-інжинірингу є включення людського ресурсу як механізму гармонізації основних підсистем організаційної поведінки – технологічної, формальної і неформальною. Прояв цього механізму виражається в тому, що спочатку персонал спонтанно створює якісь способи виконання корпоративних правил (неформальна підсистема), а потім керівники процесу організаційного розвитку виявляють ці способи і оформлюють їх у корпоративних регламентах (формальна підсистема).

За допомогою інжинірингу управління персоналом вирішується ряд важливих завдань, до яких відносяться: виявлення тих елементів організації управління персоналом, які потребують поліпшення; оцінка вузьких місць в організації управління персоналом; здійснення постійного моніторингу поточної та майбутньої ситуацій, пов'язаних з організацією ефективного управління персоналом. Тому, в умовах переходу підприємств України до ринкових форм господарювання актуальною є проблема перебудови управління персоналом підприємства шляхом його інжинірингу.

Системність HR-інжинірингу задається виконанням ряду принципів:

1. Принцип ієрархічної взаємозв'язку елементів. Побудова системи управління персоналом означає дотримання послідовного алгоритму конструювання базових логік бізнесу як фундаменту системи і кадрових процесів – її надбудови.

2. Принцип цілеспрямованої зміни елементів і системи.

Цей принцип передбачає перехід від традиційного реактивного способу управління до проактивного способу. В якості основи обираються стратегії і цілі компанії. Необхідно визначати і формувати ключові компетенції компанії і персоналу, орієнтуючись на те, що становить конкурентну перевагу компанії в тактичній та стратегічній перспективах.

3. Принцип досягнення синергізму. Синергізм компанії визначається ефективною побудовою взаємодії елементів системи і корпоративною культурою, яка, в свою чергу, створюється і втілюється персоналом. Ефективність компанії задається відношенням персоналу до праці, до компанії, до колег, споживачів тощо. А це ставлення визначається життєвим змістом людини, його думками, емоціями, втіленими в конкретній соціальній установці, життєвій позиції людини.

Впровадження змін унаслідок інжинірингу бізнес-процесів та субпроцесів управління персоналом повинно мати таке спрямування: розробка стратегії впровадження інжинірингу; розробка організаційної структури підрозділу з управління персоналом; планування впровадження інжинірингу; розробка календарного плану з планування й проектування впровадження інжинірингу, розробка поетапного плану заходів щодо реалізації інжинірингу, розробка функціонального плану заходів щодо проведення інжинірингу; наступний (поетапний) моніторинг упровадження інжинірингу й коректування.

Література:

- 1 Балабанова Л. В. Стратегічне управління персоналом підприємства в умовах ринкової економіки: монографія / Л. В. Балабанова, О. В. Стельмашко. Донецьк : Вид-во ДонНУЕТ ім. М. Туган-Барановського, 2010. – 229 с.
- 2 Основы организации производства: учебник / [под ред. Н.А. Чечина]. – Самара: СГЭА, 2008. – 384 с.

*Білявський В.М., к.е.н., доцент кафедри менеджменту
зовнішньоекономічної діяльності підприємств,
Приходько В.Є., магістрант кафедри менеджменту
зовнішньоекономічної діяльності підприємств,
Національний авіаційний університет, м. Київ, Україна*

Організаційні зміни на підприємстві в умовах поведінкової економіки

Швидкі технологічні зміни, наслідки процесів глобалізації та підвищення вимог клієнтів і споживачів до якості товарів та послуг – змушують керівництво підприємства адаптувати робоче середовище до цих умов функціонування. Такі зміни мають бути спрямовані на розвиток і підтримку організаційної гнучкості і адаптивності персоналу. Це завдання здійснюється через спонукання персоналу до накопичення досвіду, через підтримку і заохочення, а також відкритість співробітників до змін (підвищення їх робочої активності). Перед керівництвом постає нове завдання ініціювання такої активності, яка б сприяла формуванню і розвитку нових знань, навичок і умінь. Зрозуміло, що не всі співробітники готові змінити свою робочу активність в цьому напрямку, і це пов'язано не лише з опором до змін. Причому потенційними стресогенами виступають не самі зміни і їх зміст, а їх множинність, одночасність, а часто асинхронність проведення, що і створює загальний кумулятивний ефект. Таким чином, нездатність психологічно адаптуватися до таких «множинних змін» і є одним з факторів опору персоналу. Така психологічна нездатність надалі може трансформуватися в організаційну неспроможність персоналу справлятися з труднощами, що виникають в процесі функціонування підприємства. У цьому випадку керівництву потрібно «...сприяти підвищенню адаптивності на особистісному та організаційному рівні і формувати вміння пристосовуватися до потенційних стресогенних змін» [1].

Оскільки будь які зміни на підприємстві є за своєю природою стресогенними для персоналу, то процес адаптації до зовнішніх впливів проходить через чотири стадії: шок, реакція тривоги, опір і виснаження. Залежно від характеру і змісту вимог, адаптація не завжди охоплює всі ці стадії одночасно і не обов'язково має закінчуватися виснаженням. Підвищення

Секція 2. Економіка підприємства в сучасному конкурентному середовищі

кваліфікації персоналу створює умови для того, щоб реакції на зміни стали більш локалізованими і специфічними по відношенню до змісту змін, що, по суті, дозволить працівникам пристосуватися до цих змін і засвоїти нові вимоги.

На жаль, в сучасних підприємствах темп і швидкість проведених змін зменшується – це призводить як до зниження ефективності діяльності підприємства так і до виникнення стресу. Під стресом слід розуміти «...динамічний стан, в якому людина стикається з можливістю, обмеженням або вимогою, пов'язаними з тим, чого він хоче, і для якого результат сприймається, як невизначений і важливий [3]. Стрес може бути викликаний: екологічними факторами (включають економічну невизначеність, політичну невизначеність, технологічні зміни); організаційними факторами (включають в себе завдання, ролі та міжособистісні вимоги) та особистісними факторами (можуть сприяти стресу). Крім того, існують індивідуальні відмінності у здатності людей справлятися зі стресом, а саме – ситуація, яка є стресовою для однієї людини, може бути комфортною для іншої. Індивідуальні відмінності у сприйнятті, досвіді роботи, соціальній підтримці, самоефективності і ворожості також виявилися значущими модераторами стресу.

Психологія і фізіологія стресу показує, що постійна активація фізіологічної підсистеми, як реакція організму на зовнішні впливи передбачає більш часту активацію когнітивної підсистеми для оцінювання цих впливів. Персонал підприємства знаходиться у стані постійного очікування нових змін та випробувань. Коли ж співробітники стикається з реальною проблемою, то вирішити її вже не можуть, тому що всі психологічні ресурси були витрачені на тривожне очікування і упереджене оцінювання вимог топ-менеджменту. Напевно можна говорити про своєрідний організаційний поріг стресостійкості, при досягненні або перевищенні якого персонал вже не може адекватно реагувати на будь які впливи.

Стресові ситуації виникають тоді, коли: керівництво підприємства ініціює множинні зміни; одночасно пред'являються суперечливі вимоги; працівникам необхідно швидко оцінити ці вимоги і відреагувати на них. Така ситуація породжує вже організаційні, а не тільки особисті проблеми пристосування персоналу до них. При цьому часто немає реального часу для адаптації, тому

що вимоги асинхронні по виконанню – те, що вчора потрібно було зробити у першу чергу, сьогодні стає вже менш актуальним, а те, що вчора було другорядним, виходить на перший план. Звідси й наростання опору через неможливість елементарно підготуватися і адаптуватися до постійно мінливих вимог [2].

Таким чином, ефективний підхід до управління організаційними змінами передбачає, комплексну ревізію компетенцій персоналу, які дозволяють пристосовуватися до відповідних вимог, а також оцінку психологічної готовності до змін самих співробітників підприємства. Загальна ж стратегія управління змінами включає стадії, як: заморожування – стадія певного зниження ефективності діяльності персоналу у зв'язку з новими вимогами; заперечення змін – реакція тривоги персоналу на нове, як засіб безпеки і збереження своєї цілісності; некомпетентність – пристосування старих, звичних методів поведінки працівників для переробки нових вимог; розморожування – демонстрація того, що звичні і старі форми поведінки не є ефективними (краще спільно з персоналом формування нових цінностей та ідей, які б узгоджувалися з новими вимогами і змінами); експериментування – процес навчання і спроби реалізації нової поведінки, у зв'язку зі зміненими цінностями, а не просто вимогами; заморожування – прийняття, закріплення і заохочення нової поведінки співробітників підприємства в рамках проведених змін.

Необхідною умовою проведення організаційних змін є постійна організаційна підтримка працівників у вигляді реалізації різних соціальних програм від матеріального стимулювання до створення умов для професійного і посадового зростання.

Література:

1. Білявська Ю.В. Підходи до побудови механізму формування організаційної культури підприємств торгівлі. *Вісник Одеського національного університету. «Економіка»*. Т. 20. Вип. 3. 2015. С. 68–80.
2. Білявський В.М. Розвиток соціальних програм на рівні торговельного підприємства. *Вісник Донецького державного університету економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського*. 2005. № 3 (27). С. 117–125.
3. Управління стресами – URL:https://pidru4niki.com/11510409/menedzhment/upravlinnya_stresami (дата звернення: 11.02.2021).

*Богущька О.А., к.е.н., с.н.с. відділу проблем економіки підприємств,
Інститут економіки промисловості НАН України, м. Київ, Україна*

Методи, фактори та показники оцінки інтелектуалізації підприємств

Визначення «інтелектуалізація» бере початок від таких слів як: інтелект – розумова сторона, розумові здібності; інтелектуалізм – метафізична або психологічна точка зору, що визнає головне значення за розумом [1, с. 202]; інтелектуальний (від. лат. *intelligere* – розуміти) – розумовий [2, с. 345]. Ці визначення запозичені зі словників іноземних слів, що увійшли до складу російської мови, кінця XIX-початку XX століття.

У сучасних джерелах інтелектуалізацію розглядають як: процес дії (за значенням дієслова інтелектуалізувати), посилення інтелектуального початку; підвищення інтелектуального рівня, посилення ролі інтелекту в протіканні будь-яких процесів [3] (в рамках цього дослідження – це соціально-економічні процеси); посилення будь-яких процесів шляхом привнесення інтелектуального початку [4]. Таким чином, інтелектуалізацію можна розглядати як процес і як інструмент.

Під інтелектуалізацією підприємства (або інтелектуалізацією діяльності підприємства) розуміють: орієнтацію його діяльності на придбання, створення і використання знань; інструмент розвитку, що забезпечує конкурентну перевагу за рахунок зростання організаційного інтелекту підприємства; систему відносин, які виникають в безперервному процесі формування і використання інтелектуального капіталу підприємства з метою формування нових товарів, послуг, бізнес-моделей [5, с. 86].

Інтелектуальний капітал, або нематеріальні активи, при цьому, включає: ринкові активи (торгові марки, ліцензійні угоди, франшизи); інтелектуальні активи (патенти, авторське право, програмне забезпечення, ноу-хау); людські активи (спеціальну освіту, навички та вміння, пов'язані з специфікою праці); філософію управління (корпоративну культуру, інформаційні технології, мережеві системи зв'язку, необхідні стандарти тощо).

З огляду на вищесказане, оцінити інтелектуалізацію або виміряти її ефективність на підприємстві можна такими методами:

1) за допомогою оцінки ефективності використання нематеріальних активів підприємства балансовим методом. Зокрема, шляхом співвідношення отриманої доданої вартості підприємства з витратами на формування необоротних активів [6]:

$$KI = VC/R,$$

де KI – критерій інтелектуальності підприємства;

VC (valuecreated) – створена вартість;

R (resources) – витрачені ресурси.

Даний метод застосовується з огляду на підхід, згідно з яким поняття «нематеріальні активи» і «інтелектуальний капітал» характеризують одну і ту ж величину, але з різних точок зору: ІК – з позиції джерела створення цінності, а НМА – з позиції розміщення, в силу чого нематеріальні активи та інтелектуальний капітал є рівновеликими і взаємозамінними поняттями.

2) шляхом оцінки ефективності інвестицій в персонал [7];

3) за допомогою визначення рейтингу підприємства (кількості лідируючих позицій) у високотехнологічному виробництві (в галузі, на внутрішньому і світовому ринках) [5, с. 90];

4) шляхом розрахунку частки інтелектуальних активів в загальній сумі активів підприємства [8, с. 9].

Основним показником інтелектуалізації підприємства є зміна продукту праці – від матеріального до інтелектуального [8, с. 9; 9, с. 36]. З огляду на це, фактори, які визначають оцінку інтелектуалізації підприємства, виходять зі специфіки інтелектуального продукту. Специфічними особливостями інтелектуального продукту або бізнес-проекту є: невідчужуваність знання в процесі купівлі-продажу; зростаюча віддача від продукту – кожна наступна копія

Секція 2. Економіка підприємства в сучасному конкурентному середовищі

продукту обходиться підприємству істотно дешевше і приносить більший прибуток; домінування в продукті витрат на НДДКР; мережевий ефект – придбання кожним наступним покупцем товару збільшує цінність для всіх споживачів; здатність приносити інтелектуальну ренту.

Ці показники частково можна визначити шляхом аналізу фінансової звітності підприємства (аналіз динаміки нематеріальних активів, аналіз зміни частки витрат на НДДКР тощо), частково – із застосуванням інтегральних методів оцінки вимірювання зовнішніх мережевих ефектів і мережевих вигід [10], частково – шляхом аналізу постійних і граничних (marginal costs) витрат.

Два останні методи аналізу, хоча і є непрямими, але більш точно вимірюють показники інтелектуалізації підприємства (інтелектуальний продукт). З чим це пов'язано? Виробництво інтелектуального продукту пов'язане з високими постійними, але з низькими граничними витратами, які, до того ж, постійно зменшуються. Витрати на проведення наукових досліджень, конструювання, розробку і виготовлення інформаційних технологій і продуктів складають найбільшу частину витрат, тоді як витрати на їх подальше масове виробництво (копіювання) знижуються. Тобто, основні витрати спрямовані на науково-технологічну розробку і створення оригіналу, першого примірника інформаційного продукту, а витрати на створення його копій дуже малі і мають тенденцію до постійного зниження. Тому вимір зовнішніх мережевих ефектів (якщо це можливо) на підприємстві та аналіз співвідношення постійних і граничних витрат надають показники, які більше наближаються до істини і свідчать про зміну рівня інтелектуалізації підприємства.

Про зміну рівня інтелектуалізації підприємства можна говорити як всередині підприємства (при аналізі динаміки показників, що свідчать про зміну продукту праці – від матеріального к інтелектуальному), так і у порівнянні з іншими підприємствами та визначенні його конкурентоспроможності в галузі, на внутрішньому та світовому ринках.

Література:

1. Словарь иностранных слов, вошедших в состав русского языка. Составлен по энциклопедическому словарю Ф. Павленкова. Санкт-Петербург. 1900. 714 с. Государственная публичная историческая библиотека (ГПИБ). URL: https://rusneb.ru/catalog/000202_000006_2580525/.
2. Словарь иностранных слов, вошедших в состав русского языка. Составлен под редакцией А.Н. Чудинова. Санкт-Петербург. 1894. 989 с. Государственная публичная историческая библиотека (ГПИБ). URL: https://rusneb.ru/catalog/000199_000009_003636516//
3. Энциклопедический словарь. 2009. URL: <https://dic.academic.ru/dic.nsf/es/157674>.
4. Большой французско-русский и русско-французский словарь. 2003. URL: https://dic.academic.ru/dic.nsf/fre_rus/38736/intellectualisation.
5. Бережнов Г.В. Интеллектуализация деятельности предприятия. *Креативная экономика*. 2007. № 2. С. 84-91.
6. Цыганов В.В., Бородин В.А., Шишкин Г.Б. Интеллектуальное предприятие: механизмы овладения капиталом и властью (теория и практика управления эволюцией предприятия). – М.: Университетская книга, 2004. – 768с.
7. Як Фитц-енц. Рентабельность инвестиций в персонал. Измерение экономической ценности персонала. М.: Вершина, 2006. 320 стр.
8. Швиданенко Г.А. Интеллектуализация процесса бизнес-планирования в условиях современной экономики. *GISAP. Economics, jurisprudence and management*. 2014. № 3. С. 6-9. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/gejm_2014_3_4.
9. Ватутина Л.А. Развитие экономики знаний: современные тенденции интеллектуализации предпринимательства. *Глобальный научный потенциал*. 2017. № 1(70). С. 35-37.
10. Дятлов С. А. Теоретические подходы к оценке сетевых эффектов. *Современные технологии управления*. 2017. №4 (76). URL: <https://sovman.ru/article/7601/>.

*Денисенко Т.С., Матюшко М.М., студенти 3 курсу
Харківський національний університет ім. В.Н. Каразіна, м. Харків, Україна*

Офшор, оншор, мідшор – вибір юрисдикції з погляду оптимізації оподаткування

Створюючи компанію її власник хоче отримати від її діяльності якнайбільший прибуток і тому шукає і розглядає усі способи, за допомогою яких можна цього досягти. В Україні існує високе податкове навантаження на бізнес. Досить велика частка заробленого прибутку сплачується у формі податків до бюджету, тому питання оптимізації оподаткування є дуже актуальним і таким буде завжди.

Одним із способів оптимізації оподаткування є створення офшорних компаній. Офшор – це компанія, що зареєстрована в одній країні, а свою діяльність провадить і отримує прибуток – в іншій.

Цей метод є особливо привабливим для підприємців, адже їм або взагалі не потрібно сплачувати податки, або передбачена дуже невисока ставка. Відкрити компанію в оншорі (умовна назва компанії, зареєстрованій у будь-якій юрисдикції, що не є офшорною зоною) – складний і тривалий процес. Від власників вимагають надати велику кількість документів з інформацією як про себе, так і про майбутню фірму. У випадку із офшорною компанією все набагато простіше і дешевше. Ще однією відмінністю є конфіденційність. Інформація про власників офшорних компаній як правило не розповсюджується, а ось майже вся інформація про оншорну компанію знаходиться у вільному доступі.

Умови створення і ведення діяльності офшорів дозволяють таким компаніям не мати реальних офісів, працівників у країні, де ця компанія зареєстрована, не здавати звітність і цілком законно не платити податки.

Проте більшість із схем з офшорними компаніями є загальновідомими та, щоб не втрачати потенційні податкові надходження до свого бюджету, країни всього світу вживають заходи щодо запобігання відтоку потенційних коштів до своїх бюджетів. В останні роки деофшоризація стала трендом. Десятки країн вже почали відкриту боротьбу проти офшорних рахунків.

Розпорядженням Кабінету Міністрів України від 23 лютого 2011 року № 143-р «Про віднесення держав до переліку офшорних зон» передбачено список із 43 держав, серед яких Беліз, Панама, Монако, Сейшельські Острови, Гібралтар, Барбадос та ін. Наразі Верховною Радою активно розробляються нормативно-правові акти щодо заходів деофшоризації [1].

Існують так звані «чорні» і «білі» списки країн. Приналежність тієї чи іншої країни до «чорного» списку дає інформацію, що компанія, що зареєстрована у цій країні, можливо (але не обов'язково) може бути кваліфікована як юридична особа з низькою податковою ставкою, що у такий спосіб ухиляється від сплати податків. Наприклад, у Естонії у такому разі компанія, що має справу із фірмою, що зареєстрована у країні зі ставкою податку менше ніж 7%, треба надати більше документів, які підтверджували б реальність та правомірність угоди для того, щоб виключити підозру на фіктивність домовленості з метою мінімізації сплати податків. Доказом реальних угод можуть бути довідка з податкового департаменту тієї країни про те, що компанія платить там податки, документи, що підтверджують реальність угоди – наприклад, коли мова ведеться про закупівлю товару від юридичної особи з країни або території з низькою податковою ставкою, то тоді потрібно надати всі документи на товар – транспортні накладні, митні декларації, акти передачі товару, щоб дійсно було видно, що естонська компанія реально купила товар від цієї компанії, а не вивела прибуток естонської фірми на територію «податкового раю». Що стосується угод з послугами між естонськими компаніями і фірмами з такою територією, то довести факт надання послуги складно, практично неможливо, тому, компаніям Естонії краще уникати подібних угод, щоб це не було б розцінено, як ухилення від оподаткування прибутку [2].

Якщо все ж таки довести реальність угоди не вдасться і партнер буде відноситися до категорії офшорних компаній, то вся сума угоди, яка була перерахована даній фірмі, оподатковується зі ставкою у 20%, як витрати, що непов'язані із підприємницькою діяльністю.

Також у офшорних компаній по всьому світу виникає безліч проблем із підписанням контрактів, відкриття рахунків у банках, угоди таких компаній викликають підвищену зацікавленість органів податкового контролю і т. п.

Активізація глобальних економічних процесів виявила слабкі сторони офшорів та оншорів, що стало поштовхом до появи нового виду юрисдикцій. Щоб уникнути цих проблем, з'явився такий проміжний варіант як мідшори. Вони поєднують у собі деякі переваги офшорів та оншорів. По-перше, ставки податків менше, ніж ставки у країнах зі звичайною податковою системою. По-друге – такі компанії мають престиж і можливість відкриття поточного рахунку у будь-якому банку по всьому світу. Мідшори, на відміну від офшорів, входять до складу білого списку ОЕСР, бо виконують усі міжнародні домовленості (Сінгапур, Гонконг). Ці юрисдикції залучають підприємців стабільністю в політичному і економічному сенсі, розвиненою інфраструктурою та чіткою правовою базою.

Тож, на нашу думку, мідшор може стати оптимальним варіантом мінімізації податкового навантаження, абсолютно законно, без ризику зіткнутися з санкціями податкових органів або навіть арешту рахунків. Але слід пам'ятати, що треба максимально відповідально підходити до вибору юрисдикції, уникаючи спірних варіантів з недостатньою надійністю.

Література:

1. Про віднесення держав до переліку офшорних зон: розпорядження Кабінету Міністрів України від 23.02.2011 р. №143-р (Редакція станом на 27.05.2020) // База даних «Законодавство України» / Кабінет Міністрів України. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/143-2011-%D1%80#Text> (дата звернення 10.03.2021).

2. Черный и Белый списки оффшоров и не оффшоров налогового департамента Эстонии // International Wealth. URL : <https://internationalwealth.info/tax-planning/black-and-white-lists-of-offshores-and-onshores-of-estonia/> (дата звернення: 10.03.2021).

Науковий керівник: Пономарьова Т.В., к.е.н., доцент, Харківський національний університет ім. В.Н. Каразіна, м. Харків, Україна

*Долока Л. В., викладач кафедри економіки,
підприємництва та маркетингу,
Черкаський державний бізнес-коледж,
м. Черкаси, Україна*

Проблеми розвитку малих підприємств в умовах пандемії COVID-19

Малий бізнес є рушійною силою всієї економіки. Великі підприємства можуть швидко адаптуватися до викликів криз, в той час як малі підприємства не завжди адекватно реагують на кризи і, отже, є найбільш вразливими, оскільки малі підприємства, як правило, не мають достатньо фінансових резервів для забезпечення свого функціонування та можливості вижити і не збанкрутувати під час кризи. Ось чому економічно розвинені країни роблять все можливе, щоб сприяти розвитку малих підприємств, створюючи сприятливе економічне середовище для виживання малих підприємств, розробляючи та застосовуючи різні заходи фінансової підтримки на рівні держави.

Останнім часом пандемія COVID-19 стала більш серйозною. Тисячі людей хворіють і вмирають. Усі країни світу, включаючи Україну, вводять обмеження. З одного боку, це запобігання поширенню вірусу, а з іншого боку – це негативний вплив на національну економіку і в першу чергу на діяльність малого бізнесу.

Коли Україна потрапила в карантин через COVID-19, більшість малих підприємств не мали достатньо ресурсів (включаючи фінансові ресурси), щоб забезпечити стабільну роботу під час карантинних обмежень або витримати вимушене закриття.

Зазвичай малі підприємства починають зазнавати фінансових збитків вже через 2-3 місяці після початку фінансової кризи. Через COVID-19 малі підприємства зазнали значних втрат через запровадження карантину. Так, за даними Українського союзу підприємців України, в кризу в березні 2020 року

Секція 2. Економіка підприємства в сучасному конкурентному середовищі

близько 6% малих підприємств збанкрутували та закрили свій бізнес, що є значною проблемою для країни [1].

За даними аналітичного центру економіко-правових досліджень та прогнозування приблизно 90% респондентів оцінили зниження доходів через негативний вплив пандемії як: «високий (зменшення більше ніж на 50%)» – 53% або «середній (зменшення 20%–50%)» – 38%. У той же час ніхто з респондентів не помітив позитивного впливу пандемії на умови ведення бізнесу, і лише 2% респондентів сказали, що «пандемія не впливала на рівень доходу» [2].

Згідно з опитуванням, проведеним Європейською Бізнес Асоціацією, кожне п'яте мале підприємство в Україні стикається із загрозою банкрутства. В даний час малі підприємства перебувають у дуже критичній ситуації – незважаючи на значне зменшення доходів, підприємці все ще повинні виконувати свої фінансові зобов'язання, що також обтяжені додатковими витратами на організацію віддаленої роботи або транспортування персоналу. Малий бізнес ще недостатньо сильний, щоб певний час витримувати збитки, тому їм потрібна потужна державна підтримка [3].

Як показав досвід розвинених країн світу, реалізація зваженої фінансової підтримки малого бізнесу є важливою частиною сучасної державної фінансової політики. В умовах карантину допомога держави малим підприємствам може призвести до поліпшення економічних умов регіону та всієї країни.

Виживання та розвиток малих підприємств є необхідною передумовою для відновлення економіки країни після кризи. За даними Міністерства економіки, частка малих та мікропідприємств у національному ВВП у 2019 році становила 16%. Малий бізнес надає тисячі робочих місць, а також є основа регіонального розвитку та формування сильного середнього класу. Тому дуже важливо підтримувати малий бізнес, захищати від негативних наслідків карантину.

Для боротьби з наслідками COVID-19 в державному бюджеті передбачено 97 мільярдів гривень, що становить 3% ВВП країни. В рамках

антикризового плану люди, які не працюють через карантинні заходи, зможуть отримати допомогу. Згідно з опитуванням, проведеним Асоціацією, серед малого бізнесу близько третини компаній були змушені звільнити працівників [3].

Звичайно, порівняно з розвиненими країнами в Україні, немає економічної можливості реалізувати широку програму допомоги. Але в той же час, український уряд прийняв багато рішень, передбачаючи тимчасову політику послаблення для малих підприємств протягом карантинного періоду. Основна мета таких заходів полягає в мінімізації фінансових зобов'язань малих підприємств перед державою та орендодавцями, скасуванні штрафних санкцій за невиконання домовленостей, досягнутих з партнерами та фінансовими-кредитними установами.

Література:

1. Мироненко-Шульган О. Малий бізнес в умовах пандемії COVID-19: правове регулювання фінансової підтримки державою. Національна асоціація адвокатів України [Електронний ресурс] / О. Мироненко-Шульган. – 2020. – Режим доступу: <https://unba.org.ua/publications/print/5792>
2. Бізнес та COVID-19: вижити не можна померти. Аналітичний центр економіко-правових досліджень та прогнозування [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://fru.ua/images/doc/analitics/BUSINESS_AND_COVID-19.pdf
3. Еро О. Як врятувати малий бізнес в умовах карантину? [Електронний ресурс] / О. Еро. – 2020. – Режим доступу: <https://delo.ua/opinions/jak-vrjatuvati-malij-biznes-v-umovah-karantinu-367890/>

*Єременко І. А., Линенко А. В., канд. екон. наук,
доц. кафедри фінансів, банківської справи та страхування
Запорізький національний університет, м. Запоріжжя, Україна*

Дослідження процесів об'єднання підприємств в Україні

Сучасний розвиток підприємництва ґрунтується на постійному зростанні як фінансових можливостей бізнесу, так і фінансових потреб суб'єктів економічних відносин. Ресурси одного підприємства обмежені, тому при розширенні виробничих потужностей їх може не вистачати навіть на виробничо-господарську діяльність, що навіть може призвести до неплатоспроможності. Об'єднання підприємств допомагає акумулювати великі суми коштів і розподіляти їх за потребами всього об'єднання.

Основною тенденцією сучасного світу є збільшення об'єднань усіх типів. На ринку світової торгівлі домінують транснаціональні корпорації, на фінансовому ринку – транснаціональні банки, і загалом створення дочірніх підприємств переважає як організаційна форма господарювання. Світова тенденція інтернаціоналізації активно поширюється також і на території України.

Господарський кодекс України визначає господарське об'єднання як об'єднання підприємств, утворене за ініціативою підприємств, незалежно від їх виду, які на добровільних засадах об'єднали свою господарську діяльність. Існує багато організаційно-правових форм господарських об'єднань [1].

В Україні основними видами, що регламентовані в законодавчому порядку вважаються асоціація, корпорація, консорціум і концерн (табл. 1).

Об'єднання підприємств у зазначені організаційні форми або інші форми, що дозволені законодавством, мають бути зумовлені певними факторами, серед основних факторів виділяють такі:

- збільшення прибутковості діяльності консолідованого бізнесу;
- зменшення ступеня ризику при виході на нові ринки чи впровадженні нової продукції;

- отримання надійних постачальників факторів виробництва;
- зниження конкурентної мережі шляхом поглинання підприємств однієї галузі;
- диверсифікація портфелю активів об'єднання підприємств тощо.

Таблиця 1.

Види організаційно-правових об'єднань підприємств за законодавством України

Вид об'єднання	Визначення об'єднання підприємств за законодавством України
Асоціація	Договірне об'єднання, створене з метою постійної координації господарської діяльності підприємств, що об'єдналися, шляхом централізації однієї або кількох виробничих та управлінських функцій, розвитку спеціалізації і кооперації виробництва, організації спільних виробництв на основі об'єднання учасниками фінансових та матеріальних ресурсів для задоволення переважно господарських потреб учасників асоціації
Корпорація	Договірне об'єднання, створене на основі поєднання виробничих, наукових і комерційних інтересів підприємств, що об'єдналися, з делегуванням ними окремих повноважень централізованого регулювання діяльності кожного з учасників органам управління корпорації
Консорціум	Тимчасове статутне об'єднання підприємств для досягнення його учасниками певної спільної господарської мети (реалізації цільових програм, науково-технічних, будівельних проектів тощо)
Концерн	Статутне об'єднання підприємств, а також інших організацій, на основі їх фінансової залежності від одного або групи учасників об'єднання, з централізацією функцій науково-технічного і виробничого розвитку, інвестиційної, фінансової, зовнішньоекономічної та іншої діяльності

Джерела: складено авторами на основі [1; 2]

Згідно із зазначеними вище чинниками, що зумовлюють процеси об'єднання підприємств, суб'єкти бізнесу обирають один із можливих шляхів об'єднання: злиття, приєднання чи придбання. На сучасному етапі розвитку економіки України міжнародні корпорації з легкістю поглинають досить великих внутрішніх виробників у країні. Проте, злиття національних підприємств надає змогу зберігати конкурентоспроможність у боротьбі з іноземними корпораціями.

За статистичними даними Єдиного державного реєстру підприємств та організацій України кількість об'єднань змінюється (табл. 2).

Кількість об'єднань підприємств за організаційно-правовою формою господарювання

Об'єднання підприємств	2017 р.	2018 р.	2019 р.	2020 р.
Асоціація	2375	2419	2446	2483
Корпорація	558	555	554	554
Консорціум	72	73	78	101
Концерн	192	188	186	186
Інші об'єднання	752	752	743	742
Разом об'єднань підприємств	3949	3987	4007	4066

Джерело: складено авторами на основі [3]

За постійного збільшення загальної кількості підприємств, кількість їхніх об'єднань є досить незначною. За всі проаналізовані роки асоціації були переважним видом об'єднань підприємств в Україні, у 2020 р. їх кількість сягала 2483. Корпорація як об'єднання дуже розповсюджені в світі, однак в Україні їх кількість є незначною і приріст даних угруповань досить несуттєвий. Консорціуми та концерни як види статутних об'єднань за розповсюдженістю набагато нижчі за договірні, так їх кількість у 2020 р. склала 101 та 186 юридичні особи відповідно.

Отже в цілому, існує безумовна необхідність підприємств до об'єднання для збереження конкурентоспроможності на ринку та розширення підприємницьких можливостей. Об'єднання надає підприємствам-учасникам стратегічні переваги й дає змогу самостійно контролювати виробничий і технологічний ланцюги. Для ефективної політики об'єднання підприємств в Україні ресурси цих підприємств мають використовуватись на інноваційну, інвестиційну діяльність, що надасть усім членам об'єднання переваги на ринку.

Література:

1. Господарський кодекс України. Офіційний портал Верховної ради України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15#Text>.
2. Авдалян К. В. Сучасні тенденції об'єднання підприємств в економіці України. *Економіка, управління та адміністрування*. Переяслав, 2019. № 4. С. 3–7.
3. Кількість юридичних осіб за організаційними формами. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>

*Жузь О.М., к.е.н., доцент кафедри економіки та підприємництва,
Юреску А.О., бакалавр факультету ІБІТ,
Одеська державна академія будівництва та архітектури,
м. Одеса, Україна*

Мотивації персоналу, як інструмент оптимізації витрат підприємства

Управління витратами як засіб досягнення підприємством високого економічного результату поширюється на всі елементи управління. Під резервами зниження витрат на підприємстві розуміються невикористані можливості скорочення матеріальних, фінансових і трудових ресурсів на всі види діяльності. З позиції підприємства і в залежності від джерел утворення всі резерви можна розділити на зовнішні і внутрішні.

Одним з найважливіших елементів системи управління витратами для персоналу є стимулювання до зниження витрат з метою підвищення прибутку через внесок працівників у цей процес. Висока ефективність персоналу на підприємстві є результатом тривалої роботи керівництва щодо формування атмосфери результативної і продуктивної праці. Одним з діючих механізмів в питанні зниження витрат є мотивація.

Мотивація – причина, яка спонукає економічного суб'єкта до діяльності для досягнення певної мети, наявність інтересу до цієї діяльності й способів її реалізації [1]. Від правильно розробленої системи мотивації залежать результати діяльності підприємства. Розрізняють моральні та матеріальні стимули.

Важливу роль у системі матеріальної мотивації відіграє система преміювання. Крім загальноприйнятих умов нарахування та виплати премій працівникам, керівництву сучасних підприємств необхідно враховувати також такі досягнення як: професійні успіхи та досягнення керівників підрозділів, професіоналів та фахівців; премії за високі результати роботи та безперебійне виробництво для робітників, премії для працівників, які показали найкращі результати роботи [2].

Найважливіша умова дієвості системи стимулювання – достовірна оцінка внеску кожного працівника в забезпеченні економії матеріальних ресурсів.

Секція 2. Економіка підприємства в сучасному конкурентному середовищі

Сума премії за зниження витрат на матеріали, паливо і електроенергію має розподілятися між працівниками з урахуванням їх особистого вкладу в здійснення заходів щодо економії.

З розвитком соціальних відносин в суспільстві змінюються і потреби працівників. У сучасній економіці, крім матеріального фактору, велике значення мають моральні стимули і соціальні пільги.

Нематеріальна мотивація – це процес, спрямований на немонетарне заохочення та формування корпоративного духу працівників, що сприяє підвищенню зацікавленості персоналу в якості своєї роботи.

Для формування належного ставлення до кінцевого результату виробництва потрібно створити такі умови, за яких працівник сприймає би свою працю як свідому діяльність, необхідну для нормального матеріального забезпечення себе і сім'ї, як джерело самовдосконалення, основу професійного та службового росту.

Основні дієві методи нематеріальної мотивації персоналу: сприйняття працівника як особистості, повага до нього, його потреб та інтересів; створення безпечних, комфортних умов праці; забезпечення моральної та соціальної захищеності трудового колективу; створення умов та надання однакових можливостей для професійного просування працівників; залучення працівників до різних програм навчання і підвищення кваліфікації; створення атмосфери відкритого суперництва з регулярним підведенням підсумків змагання; забезпечення відповідності винагороди працівника результатам його праці; застосування об'єктивних критеріїв оцінки працівника; створення якомога прозорішої системи оцінювання й оплати їх праці; справедливий розподіл доходів; публічне визнання успіхів працівників у роботі, підтвердження їх цінності для підприємства різними доступними для керівництва способами; залучення працівників до управління виробництвом [3].

Важливим фактором для співробітників є наявність у суб'єкту господарювання так званого соціального пакету. Крім того, підприємство може вводити на свій розсуд додаткові пільги, такі як – забезпечення співробітників

медичним обслуговуванням, доплата до пенсійного фонду, страховки життя і здоров'я працівників, організацію дитячого відпочинку, підвищення кваліфікації за рахунок коштів підприємства. У багатьох організаціях присутні компенсаційні пакети – оплата проїзних, бензину або ремонт автомобілю, оплата послуг зв'язку.

Основа тривалого найму полягає в реальному забезпеченні зацікавленості робітників працювати на підприємстві якомога довше. Це залежить від здатності керівництва зацікавити гідною оплатою праці, винагородою за вислугу років, преміями, підвищенням професійної підготовки, різними соціальними пільгами.

У структурі системи мотивації персоналу переважної більшості вітчизняних підприємств домінує матеріальна форма стимулювання працівників, відповідно, нематеріальна форма перебуває на низькому рівні.

Зважаючи на те, що пріоритетними напрямками діяльності сучасних підприємств є забезпечення отримання максимально можливого рівня прибутку та завоювання лідируючих позицій на ринку, вважаємо за доцільне забезпечення застосування комплексного підходу до формування ефективної системи мотивації працівників.

Література:

1. Глумачний словник економіста / за ред. проф. С.М. Гончарова. – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 264 с.
2. Заставнюк Л.І., Липовецька Т.Р. Проблематика системи мотивації персоналу в сучасному менеджменті підприємства. Приазовський економічний вісник. 2019. 3(14), С.166-173. – Режим доступу: <http://rev.kpu.zp.ua/vypusk-14>
3. Гончар В.В. Методи нематеріального мотивування персоналу на промислових підприємствах у кризовий період / В.В. Гончар, Н.О. Обухова // Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності. – 2015. – Вип. 2(3). – С. 125-131. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Траєив_2015_3_2_20

*Зайцева Л. О., к.е.н., доцент кафедри фінансів, обліку та банківської справи
ДЗ Луганський національний університет імені Тараса Шевченка
м. Старобільськ, Україна*

ESG фактори та відповідальне інвестування

В сучасних умовах для інвесторів прибуток стає привабливішим, якщо його отримано від вкладання в акції та облігації компаній, що дотримуються принципів ESG орієнтованих на благо майбутніх поколінь.

Абревіатура ESG (англ. Environmental, social, governance) включає в себе екологічні, соціальні та управлінські критерії.

Екологічні критерії — визначення ресурсоефективності процесів та управління витратами за філософією lean-собівартість (постійному прагненні до усунення всіх видів втрат); зменшення викидів CO₂, управління відходами та заходи, направлені на попередження зміни клімату, а також гуманне поводження з тваринами та виробництво здорової, органічної продукції за принципом контролю якості від “лану до столу”.

Соціальні критерії оцінюють рівень взаємодії зі стейкхолдерами, HR-політику, корпоративну соціальну відповідальність (КСВ), дотримання прав людини, охорону та безпеку праці, політику з безпеки, PR-стратегію, маркетинг, supply chain (взаємозв'язки з постачальниками).

Управлінський критерій охоплює переважно три складові: акціонери, менеджмент та звітність. Інвестори оцінюють корпоративне управління, що безпосередньо впливає на вартість акцій та облігацій. У зв'язку з цим у процесі інвестиційного аналізу велика увага приділяється ролі та професійному досвіду осіб, відповідальних за прийняття ключових рішень в керівництві та структурі компанії [1].

За даними інформаційно-аналітичної компанії і рейтингового агентства США Morningstar, активи під управлінням ESG-фондів стрімко ростуть: за 3 роки обсяг активів збільшився майже в 2 рази. Кількість ESG-фондів (ОПФ & ETF) в світі становить 3 297. Лідером за кількістю ESG-фондів виступає Європа - 2 528 фонду. Більше 70% від усіх керованих активів в Європі відносять до активів відповідального інвестування (77% на 1 кв. 2020 р.).

Індекс акцій компаній, які відповідають метрикам ESG-інвестування, на горизонті 5 років випереджає індекс широкого ринку акцій.

За прибутковістю, 54% ESG-фондів показали кращий результат у порівнянні з широкими індексами. В умовах пандемії коронавірусу ESG-фонди за I квартал 2020 р. показують результати краще широкого ринку акцій і облігацій: приплив в ESG фонди склав \$ 36 млрд проти відтоку в \$ 384,7 млрд у стандартні фонди. Обсяг активів під управлінням світових фондів знизився на 18% з максимальних рівнів, що спостерігалися в кінці 2019 р., а обсяги активів під управлінням ESG-фондів знизились лише на 12%. (Morningstar) [2].

Для компаній, що працюють на ринку інвестицій важливо переглянути своє ставлення до вибору емітентів і підтримувати принципи ESG, віддаючи перевагу тим компаніям, які відповідально ставляться до аналізу і компенсації екологічних ризиків, приділяють увагу соціальній віддачі від проектів, мають сильне корпоративне управління.

Для інвесторів при оцінці діяльності компаній ключовими критеріями виступають вплив, ризик та ROI (показник прибутковості або збитковості компанії), але найбільш вирішальним є випадковий ризик, що фатально впливає на бізнес. Тому інвесторам важливо знати, наскільки компанія контролює сучасний стан, готовність до несприятливих ситуацій та можливість на неї впливати за допомогою правильних інструментів.

За даними Ernst&Young, 97% інвесторів здійснюють або неформальну оцінку показників ESG, або структурований і методичний аналіз нефінансових даних про роботу корпорації. Тільки за рік цей показник зріс майже на 20 відсоткових пунктів: раніше частка таких інвесторів становила 78%. Цікаво, що за підсумками 2018 р. тільки 3% респондентів повідомили, що взагалі не цікавляться ESG-факторами. У 2017 р. їх було 22%, у 2015 р. — 48%, тобто тенденція зростає в геометричній прогресії [1].

Детальне відображення в річній звітності компаній принципів дотримання ESG та їх вплив на чистий прибуток й цінності позитивно позначається на репутації суб'єкта та рішенні інвесторів щодо обсягів інвестування.

Оцінити розвиток компанії через ESG-критерії дозволяють різні платформи та форми звітності (Глобальні цілі сталого розвитку, RobecoSAM, глобальна ініціатива по звітності — GRI, EcoVadis 180+, Bloomberg 700+,

ISS 300-500, RobecoSAM 600, Sustainalytics 300+) що дозволяють відстежувати й управляти моделями зростання та визначати подальшу стратегію розвитку.

Отже, спроможність компаній своєчасно виявляти та відповідно реагувати на можливі ризики в поєднанні з публічністю та відкритістю є запорукою відповідального ставлення до стейкхолдерів та доброї репутації, а інтеграція ESG факторів в інвестиційну стратегію компанії дозволяє домогтися більш високої прибутковості в довгостроковій перспективі.

В Україні концепція соціально відповідального інвестування знаходиться на початковому етапі свого розвитку. Так українські компанії приділяють увагу питанням корпоративного управління, через орієнтацію вітчизняного бізнесу на отримання прибутку в короткому періоді. Аспекти соціальної та екологічної відповідальності залишаються поза увагою через неточне розуміння самої проблематики ESG і впливу даних факторів на довгострокову фінансову діяльність. Основними перешкодами впровадженню ESG-інвестування в українську практику є недостатність інформованості інвесторів, обмеженість доступу до екологічної, соціальної та управлінської інформації про компанію для прийняття відповідальних фінансових рішень та відсутність потужної бази інституційних інвесторів в особі пенсійних фондів і страхових компаній, які в інших країнах світу формують основний попит на розвиток ринку ESG-інвестування.

Застосування ESG-критеріїв в діяльності компаній в перспективі стане аспектом її виживання на світовому ринку. Сьогодні українські суб'єкти господарювання можуть еволюціонувати до рівня світової конкурентоспроможної компанії, слідуючи новим фінансовим тенденціям.

Література:

1. Соколенко А. Екологічна, соціальна, управлінська сталість, або Для чого компаніям та інвесторам ESG-критерії. Бізнес [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://business.ua/uk/ekologichna-sotsialna-upravlinska-stalist-abo-dlya-chogo-kompaniyam-ta-investoram-esg-kriteriji>
2. ESG или ответственное инвестирование. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://vc.ru/finance/176714-esg-ili-otvetstvennoe-investirovanie>

*Кизьорова Є.А., Цимбал Ю.О., бакалаври
Інституту прикладного та системного аналізу,
Роцина Н.В., к.е.н., доцент кафедри теоретичної та прикладної економіки,
Національний технічний університет України «Київський політехнічний
інститут імені Ігоря Сікорського», м. Київ, Україна*

Фінансова стратегія та її роль у забезпеченні стабільної діяльності підприємства

Фінансова стратегія є, безумовно, одним з найбільш ефективних інструментів успішного та стабільного функціонування підприємств у сучасних умовах економічних змін. Варто зазначити, що до чинників, які ускладнюють стадію не тільки розроблення, а також упровадження та дотримання фінансової стратегії на підприємстві відносять: мінливість та невизначеність ендogenous та екзогенного середовища, зміну його цілей, брак фінансових ресурсів та конкурентну боротьбу за них. Слід признати об'єктивним те, що підприємства, які мають значний обсяг фінансових ресурсів, отримують більш широкий спектр варіантів упровадження фінансової стратегії, крім того, це надає можливість отримати і додаткові переваги під час її реалізації, оптимізувати вартість фінансових ресурсів та мати більшу адаптивність до змінних умов господарювання.

Чинники, що впливають на ефективність упровадження фінансової стратегії умовно можна поділити на такі основні категорії: макроекономічні, наприклад, розвиток економіки країни і зміни фінансового ринку в аспекті окремих його сегментів; фінансово-економічні, наприклад, окупність інвестиційних проєктів; перелік фінансових інструментів, що забезпечують формування ефективного інвестиційного портфеля, рівень ризиків для фінансової діяльності; інституційні, наприклад, ділова репутація підприємства, корпоративна культура та політика взаємодії структурних підрозділів, законодавчо-нормативні положення фінансової діяльності, структура активів за суб'єктами прав власності, неформальні норми та традиції фінансових відносин тощо; екологічні, які включають не тільки природничо-кліматичні умова

оточення підприємства, а й державні й міжнародні вимоги щодо захисту довкілля [1].

Специфічною особливістю фінансових стратегій підприємства порівняно, наприклад, із товарною стратегією чи стратегією просування, є націленість не на зовнішній окремий результат, а на підтримання стану фінансової стабільності підприємства в умовах невизначеності та ризику.

На основі репрезентативних та транспарентних показників щодо фінансового стану підприємства, екзогенних та ендогенних ризиків розробляється фінансова стратегія, яка концептуально може бути визначена як багатофакторна модель дій та заходів, необхідних для досягнення поставлених цілей в формування і підтримки на необхідному рівні фінансового потенціалу підприємства [2]. Зазначені дії та заходи як мінімум повинні охоплювати оптимізацію структури основних та обігових коштів, безготівкові розрахунки, розподіл прибутку, податкову та цінову політику підприємства.

Внутрішня складність суб'єкта господарювання та вимога, що поставлена до фінансової стратегії – забезпечення необхідної в мінливих умовах оперативної гнучкості, обумовлює необхідність структурування фінансової стратегії згідно різних рівнів виконання та концентрації ресурсів. Для цього розрізняють генеральну фінансову стратегію, оперативну фінансову стратегію і стратегію досягнень окремих стратегічних цілей.

Генеральна фінансова стратегія – це сукупність кількох оперативних фінансових стратегій, але представляє собою не просту суму цих стратегій. Вона взаємодіє з бюджетами всіх корпоративних рівнів, одиниць утворення, її завдання спланувати використання доходу, потреби у фінансових ресурсах і джерелах їх формування.

Що стосується оперативної фінансової стратегії підприємства, то вона деталізує генеральну фінансову стратегію у розрізі невеликого проміжку часу і здатна впровадити частину поставлених цілей. Завдання оперативної фінансової стратегії полягає у поточному контролі витрат та комбінуванні ресурсів підприємства, мобілізації резервів [3].

Слід зазначити, що досягнення окремих стратегічних цілей обмежене рішенням однієї стратегічної задачі чи автономної стратегічної мети. Вона, як правило, полягає в ефективному здійсненні фінансових операцій, застосуванні специфічних фінансових інструментів або методів.

Для визначення ефективності фінансової стратегії можна використовувати "золоте правило економіки", яке констатує, що темп зростання прибутку більше ніж темп зростання обсягу продажів, який, у свою чергу, більше темпу зростання власного авансованого капіталу. Якщо інтегральний результат фінансової стратегії підприємства не надає можливість забезпечити вказані співвідношення, то це означає її неефективність та негативну тенденцію, яка призведе до неплатоспроможності підприємства [4].

Впровадження фінансової стратегії має характеризуватися системною єдністю дій з підбору показників та критеріїв фінансової стабільності, налагодження ефективної системи їх регулярного моніторингу, налагодження алгоритмів вироблення та уточнення пріоритетів концентрації ресурсів на різних рівнях реалізації стратегії, узгодження дій та заходів задля гармонізації функціонування усіх підсистем підприємства в межах визначених фінансових коридорів. Фінансова стратегія є важливою складовою в управлінні діяльності підприємства, яка дає можливість йому гармонійно розвиватися та успішно виконувати свої функції в умовах постійних економічних змін.

Література:

1. Китманов А. В. Фінансова стратегія як фактор сталого розвитку підприємства. Іжевськ, 2005. 25 с.
2. Хорєєв А.И., Морозов А.Н., Сухоруков Е.В. Формування стратегії підприємства. *Журнал Економічний аналіз: теорія та практика*. 2008. №16. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/formirovanie-strategii-predpriyatiya/viewer> (дата звернення 09.11.2020).
3. Фінансова стратегія підприємства. Короткий курс лекцій з дисципліни «Фінанси». URL: https://studme.com.ua/1679042211855/finansy/finansovaya_strategiya_predpriyatiya.htm (дата звернення 09.11.2020).
4. Фінансова стратегія підприємства. *Менеджмент*. URL: <https://blog.iteam.ru/finansovaya-strategiya-predpriyatiya-shpargalka-dlya-nefinansovogo-menedzhera/> (дата звернення 09.11.2020).

*Коритько Т. Ю., к.е.н., доцент, с.н.с. відділу проблем економіки підприємств
Інститут економіки промисловості НАН України, м. Київ, Україна*

*Крук О. М., к.е.н.,
доцент кафедри фінансів, банківської справи та підприємництва
Донбаська державна машинобудівна академія, м. Краматорськ, Україна*

Формування та реалізація інвестиційної політики промислових підприємств

Сучасний стан справ у економіці вимагає значного підвищення темпів економічного зростання, в тому числі за рахунок підвищення конкурентоспроможності вітчизняної продукції на внутрішньому і зовнішньому ринках. Інноваційний потенціал виступає ресурсом для здійснення переведення економіки підприємства в якісно новий стан. Однак наявність подібного потенціалу не може свідчити про розвиток підприємства на інноваційній основі, оскільки наявний ресурс може бути не задіяний у виробничій діяльності, або використовуватися не в повній мірі, або перебувати в «прихованому» стані. Для збереження своїх позицій та підвищення конкурентоспроможності підприємствам необхідно постійно розвиватися, освоювати нові технології, розширювати сфери діяльності [1].

Одним з найважливіших аспектів в процесі розробки інноваційної та інвестиційної політики промислового підприємства є вибір концептуального підходу до даного процесу. Визначення інноваційної та інвестиційної політики, яка характеризує її як систему заходів і механізмів, які спрямовані на формування структури і встановлення джерел і масштабів інвестування, напрямів, обсягу, характеру та інтенсивності їх використання.

Проведені дослідження показали, що крім традиційних проблем формування та реалізації інвестиційної політики промислових підприємств, які наведені у таблиці 1, існує цілий комплекс специфічних проблем інвестиційної політики розвитку майнового комплексу підприємства в умовах інноваційних перетворень.

Традиційні проблеми формування та реалізації інвестиційної політики
промислових підприємств

Група проблем	Зміст проблем
Макроекономічні (рівень держави)	<ul style="list-style-type: none"> – дефіцит ефективних власників; – низькі показники ділового середовища; – високий рівень інвестиційних ризиків; – низька стабільність інноваційної політики держави
Мезоекономічний (галузевий рівень)	<ul style="list-style-type: none"> – високий рівень фінансового зносу основних засобів; – відсутність стимулів для розвитку промислової сфери
Мікроекономічний (рівень підприємства)	<ul style="list-style-type: none"> – відносно низький рівень ліквідності, платоспроможності та фінансової стійкості; – низький рівень конкурентоспроможності промислової продукції; – недолік кваліфікованих кадрів, які здатні перейти на наступний технологічний уклад виробництва

Першою проблемою є визначення раціональних обсягів інвестицій в майновий комплекс, обумовлений обґрунтованим вибором перспективних технологій і точністю прогнозних показників їх корисного використання, а також характером радикальності інноваційних перетворень, які плануються на підприємстві під впливом ринкових умов.

Друга проблема інвестиційної політики розвитку майнового комплексу підприємства в умовах інноваційних перетворень визначається характером самих планованих технологій, тривалість життєвого циклу, який розглядається в пропорції з тривалістю життєвого циклу створюваної продукції.

Третя проблема виникає у процесі акумулювання і перерозподілу інвестицій між основними виробничими фондами та інфраструктурою, яка включає інноваційну інфраструктуру, матеріальні і нематеріальні активи, включаючи кадровий потенціал, виходячи із запропонованих напрямів і пропорцій створення інноваційної матеріальної та інноваційної інтелектуальної продукції. Співвідношення останніх також багато в чому визначається умовами інноваційних перетворень.

Зазначені проблеми вимагають обґрунтування критеріїв ефективності

інвестиційної політики розвитку майнового комплексу підприємства в умовах інноваційних перетворень.

Четверта проблема полягає у визначенні впливу реалізованої інвестиційної політики розвитку майнового комплексу підприємства на зростання інвестиційної активності і поліпшення його інвестиційного клімату.

При формуванні інвестиційної політики підприємство повинене враховуватися ряд умов: часті коливання кон'юнктури інвестиційного ринку; відносно низький рівень прибутковості капіталовкладень в промисловість; нестабільність державної інвестиційної політики; відносно низьку інвестиційну активність підприємств, яка обумовлена наслідками економічної кризи.

Підприємства здійснюють свою інвестиційну політику в умовах господарювання, яке постійно змінюється, тому слід враховувати вплив випадкових тенденцій, що відбуваються в умовах формування і реалізації інвестиційної політики крупних підприємств. Участь випадкових тенденцій в загальному процесі може бути і невеликою, проте відхилення фактичних значень від прогнозних може бути достатнє значна [2]. Отже, широка амплітуда коливань фактичних даних щодо лінії тренду дозволяє припустити, що динаміка показника ефективності складається під впливом різних чинників, наприклад, сезонних, циклічних, випадкових. Дані тенденції не обов'язково носять випадковий характер, кожне відхилення може бути в подальшому пояснене цілком закономірними причинами.

Література:

1. Korytko T.Yu., Piletska S. T. Bogutska O. A. Formation of an organizational and economic mechanism for encouraging investment activity of enterprises. *Baltic Journal of Economic Studies*, 2018. Vol. 4. No. 5. P. 10-17
2. Коритько Т.Ю., Крук О. М. Оцінка інвестиційного потенціалу підприємства // *Вісник ДДМА*, 2015, № 2 (35), С. 286.

Контроль витрат і стимулювання ресурсозбереження на підприємствах

Управління витратами на сьогоднішній день - це процес цілеспрямованого формування витрат за їх видами, місцями та носіями та постійного контролю рівня витрачання ресурсів і стимулювання економії. Встановлено, що від рівня операційних витрат істотно залежать ефективність функціонування підприємства та його конкурентоспроможність. Тому управління витратами є важливою функцією економічного механізму кожного підприємства [3, с. 22].

Нестабільність економічного середовища з високим рівнем невизначеності потребує від сучасних підприємств уміння здійснювати необхідні зміни, перебудови, адаптуватися для забезпечення конкурентоспроможності і успішного функціонування в довгостроковій перспективі. Сильний вплив на діяльність підприємств здійснює фінансово-економічна криза, яка спостерігається в усьому світі. Більшість підприємств починають працювати за власні кошти та вкладати власний прибуток на розвиток та підтримку виробництва. Для виживання, підприємства мусять економити в першу чергу на постійних витратах, а змінні зменшуються пропорційно від зменшення обсягу виробництва.

Одним з головних завдань є виживання підприємств і збереження своїх позицій на ринку за рахунок виявлення прихованих резервів і скорочення власних витрат, тому що залучення зовнішніх інвестиційних коштів дуже ускладнено. Отже виникає необхідність у застосуванні ресурсозбереження на підприємстві.

Ресурси підприємства є дуже важливою частиною у виробничому процесі. Без використання ресурсів будь-яка діяльність неможлива. Тому стратегії ресурсозбереження та ефективного використання є актуальними в сучасний період, потребують постійного дослідження та вдосконалення. Основними напрямками в стратегіях ресурсозбереження є використання інноваційних досягнень у сфері технологій, використання нових матеріалів на заміну обмеженим за доступом чи ціною, економія [2, с.467].

Процесу ресурсозбереження приділена увага в роботах багатьох авторів, усі вони включають до складу об'єктів збереження, не тільки природні, але і матеріальні, трудові, фінансові, організаційні та інформаційні ресурси.

На думку І. Сотник, під ресурсозбереженням слід розуміти організаційну, економічну, технічну, наукову, практичну, інформаційну діяльність, методи, процеси, комплекс організаційно-технічних заходів, що супроводжують усі стадії життєвого циклу об'єктів і спрямовані на забезпечення мінімальної витрати речовини та енергії на цих стадіях у розрахунку на одиницю кінцевого продукту, виходячи з наявного рівня розвитку техніки й технології та з найменшим впливом на людину і природні системи [1, с. 28].

За рахунок ресурсозбереження відбувається:

- економне та раціональне використання ресурсів на всіх стадіях виробництва, споживання, транспортування та зберігання;
- оптимізація структури ресурсоспоживання на основі впровадження нових проєктних і технологічних рішень;
- розширення застосування вторинних ресурсів, організація повної переробки виробничих відходів і матеріалів, збір і утилізація побутових відходів та інше.

Вивільнення частини ресурсів із обігу сприяє прискоренню оборотності обігових коштів, покращенню показників ліквідності та поліпшенню фінансового стану підприємства.

Процес ресурсозбереження націлено на поліпшення умов і підвищення продуктивності праці, скорочення частки важкої та монотонної праці,

розширення творчої діяльності працівників при виробництві продукції тощо. Ресурсозбереження дозволяє реалізувати прагнення працівників, пов'язані зі зростанням їх заробітної плати через постійне підвищення кваліфікації, самореалізацією через зростання творчої складової їх праці, просуванням по службі та ін. Тому мотивація праці при стимулюванні ресурсозберігаючих заходів на виробництві є важливою складовою мотиваційної стратегії ресурсозбереження.

Таким чином ресурсозбереження виступає як важливіший фактор підвищення ефективності виробництва за рахунок зростання ресурсоефективності.

Література:

1. Сотник І. Еколого - економічні механізми мотивації ресурсозбереження : [монографія] / І. Сотник. – Суми : Мрія, 2008. – 230 с.

2. Педько І.І, Петрищенко Н.А. Мартинюк Д.Ю. Ресурсозбереження на виробничих підприємствах : / Миколаївський національний університет імені В.О. Сухомлинського: 2016.- 466с. [Електронний ресурс]. - Режим доступу <http://global-national.in.ua/archive/11-2016/99.pdf>

3. Фроленко Р.В. Інтегрована система стратегічного управління витратами промислових підприємств / Інноваційна економіка. Всеукраїнський науково-виробничий журна: 2010. № 15 (1). - с. 22. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: [//www.nbu.gov.ua/portaL'Soc_Gum/inek/2010_1/22_26.pdf](http://www.nbu.gov.ua/portaL'Soc_Gum/inek/2010_1/22_26.pdf)

Адаптація підприємства до конкурентного середовища, сформованого довгостроковим локдауном

Сучасне конкурентне середовище можна охарактеризувати як гостро агресивне. В умовах мінливих карантинних обмежень, з урахуванням періодичного введення локдауну, суб'єкти підприємництва постійно відчують негативний дестабілізуючий вплив. Крім того, аналогічні передумови суттєво впливають на попит з боку споживачів, зменшуючи його. Лише підприємства критичної галузі знаходяться в стані відносної рівноваги в той час як інші суб'єкти господарювання знаходяться в стані занепаду, а з метою подальшого існування та виживання в умовах надзорської конкуренції мають терміново запроваджувати нові підходи до практичної діяльності.

Для адаптації за наявних умов не достатньо лише відшукати способи зробити свій товар унікальним, але й варто переосмислити ставлення до підприємства та підприємництва. Девід Голмгрен (2002) пропонує розглядати господарську діяльність — підприємництво — як пермакультуру, яка являє собою мережу побудовану з внутрішньосистемних взаємозв'язків аналогічно до екосистеми.

Інтерпретація концепції Голмгрена у вигляді регенеративної економіки, описаної Вайцзеккером та Війкманом (2018) дозволяє використовувати та поєднувати принципи пермакультури та основи регенеративного менеджменту для адаптації підприємств до сучасних умов господарювання. Отже, щоб зайняти місце лідера на ринку, важливо підлаштуватися під вимоги та потреби споживачів, зробити себе — суб'єкт підприємництва — унікальним. Це означає, що для створення новітніх підходів до забезпечення функцій підприємства, для розробки найбільш актуальних способів конкурентної боротьби варто звернутися до первісного способу виживання — адаптації, а підприємство та підприємництво розглядати як мультикомпонентну систему.

В якості регенеративного управління варто прийняти наступні принципи підприємництва:

- побудова взаємовідносин між складовими економічної система як на макро-, так і на мікрорівні з урахуванням економічних інтересів;
- чутливість системи на зміну чинників впливу;
- беззалишковість виробництва;
- розуміння капіталу не лише як матеріального блага;
- мінімізація витрати ресурсів;
- збільшення доданої вартості;
- використання досвіду як позитивного, так і негативного в процесі самоаналізу;
- вплив на формування благонадійного суспільства.

У поєднанні перелічені принципи господарювання дозволять створити підприємство, яке гармонізує із суспільством та успішно функціонує завдяки забезпеченню базових потреб рушійних сил виробництва — людського капіталу.

Подібний погляд запропонували Лізель Асеведо-Гільвез та Нейда Альборноз (2019), зауваживши, що пріоритетним напрямком адаптації має бути відмова від авторитарного стилю управління, який ігнорує інтереси робочої сили. Саме створення сприятливих умов праці є запорукою добробуту підприємства.

Філіпп Моаті (2001) рекомендує адаптуватися за рахунок завоювання лідерських позицій на ринку. Юрген Віхт (2014) пропонує аналізувати діяльність компанії, враховуючи ефективність та якість праці. Періоди найвищої продуктивності мають стати передумовою визначення найсприятливіших умов функціонування підприємства.

Отже, варто врахувати не лише кінцеву мету підприємництва — отримання прибутку, — але й забезпечити потреби робочої сили. В процесі адаптації в конкурентному середовищі важливо поєднувати методи конкурентної боротьби, гармонізувати відносини у виробничому середовищі,

оскільки ефективність, якість виробництва, репутація та добробут компанії у довгостроковій перспективі безпосередньо залежать від прагнення робочої сили втілювати перелічене.

Література:

- Acevedo-Gelves, L. & Albornoz-Arias, N. (2019). Capacidad de adaptación en empresas del calzado en el Norte de Santander, Colombia. *Desarrollo Gerencial*, 11(1), 104-130. Відновлено з <https://doi.org/10.17081/dege.11.1.3439>
- Holmgren, D. (2002). *Permaculture: Principles & Pathways Beyond Sustainability*. Hepburn, Vic: Holmgren Design Services.
- Moati, P. (2001). *Les stratégies d'adaptation des entreprises: éléments d'analyse*. Paris: Credoc.
- Weizsäcker, E. & Wijkman, A. (2018). Come On! Join Us on an Exciting Journey Towards a Sustainable World: A Regenerative Economy (p. 101). *Come On! Capitalism, Short-termism, Population and the Destruction of the Planet – A Report to the Club of Rome*. Відновлено з https://batrachos.com/sites/default/files/pictures/Books/Weizsacker_Wijkman_2018_Come%20on.pdf
- Wicht J. (2014). *Schumpeter Discussion Papers: Simulationsstudie zur Anpassung der Produktionsplanung eines mittelständischen Industrieunternehmens*. Wuppertal: Schumpeter School of Business and Economics. Відновлено з <http://elpub.bib.uni-wuppertal.de/edocs/dokumente/fbb/wirtschaftswissenschaft/sdp/sdp14/sdp14013.pdf>

Планування руху матеріальних ресурсів і підвищення ефективності діяльності підприємства

Раціональне управління матеріальним потоком включає виконання ряду функцій. Зокрема, вважаємо доцільним комплексне впровадження в роботу відповідних підрозділів підприємств наступних функцій:

1) в області постачання: визначення потреб підприємства в матеріально-технічних ресурсах; встановлення раціональних господарських зв'язків з постачальниками; планування матеріально-технічного забезпечення виробництва; організація закупівель оптимальних за розміром партій матеріально-технічних ресурсів; організація зберігання матеріалів і підготовка їх до виробничого споживання; організація матеріально-технічного забезпечення підрозділів підприємств; керування матеріальними запасами на складах підприємства; розробка програм економії матеріальних ресурсів і контроль за їхнім виконанням; контроль за виконанням кошторису витрат на постачання; контроль за кредиторською заборгованістю постачальникам і вживання заходів по її скороченню; розробка й виконання погоджених з іншими підрозділами планів-графіків руху матеріальних ресурсів [1];

2) в області виробництва: планування й диспетчеризація виробництва на основі прогнозу потреби в готовій продукції й замовлень споживачів; розробка планів-графіків виробничих завдань підрозділам підприємства; встановлення нормативів незавершеного виробництва й контроль за їхнім дотриманням; оперативне керування виробництвом; участь у завантаженні виробничих потужностей замовленнями; контроль за кількістю і якістю готової продукції;

Секція 2. Економіка підприємства в сучасному конкурентному середовищі

участь у розробці й реалізації виробничих нововведень; контроль за собівартістю готової продукції [2];

3) в області збуту: формування портфеля замовлень споживачів; участь в асортиментному завантаженні виробництва замовленнями споживачів; перспективне, поточне й оперативне планування збуту; участь у розробці планів-графіків запуску-випуску готової продукції; розробки кошторису витрат по збуті й контроль за її дотриманням [3].

Отже, служба постачання підприємства з метою контролю ефективності використання матеріальних ресурсів повинна відповідати за поліпшення наступних показників: оборотність матеріальних запасів; витрати на вантажно-розвантажувальні й транспортно-складські роботи; витрати на створення й зберігання матеріальних запасів; питома вага цих витрат у повній собівартості й в обсязі продажів; ступінь виконання договірних зобов'язань; витрати по внутрішньозаводських переміщеннях й ін.

На основі зазначених функцій можна запропонувати наступний алгоритм дій відділу постачання (рис. 1).

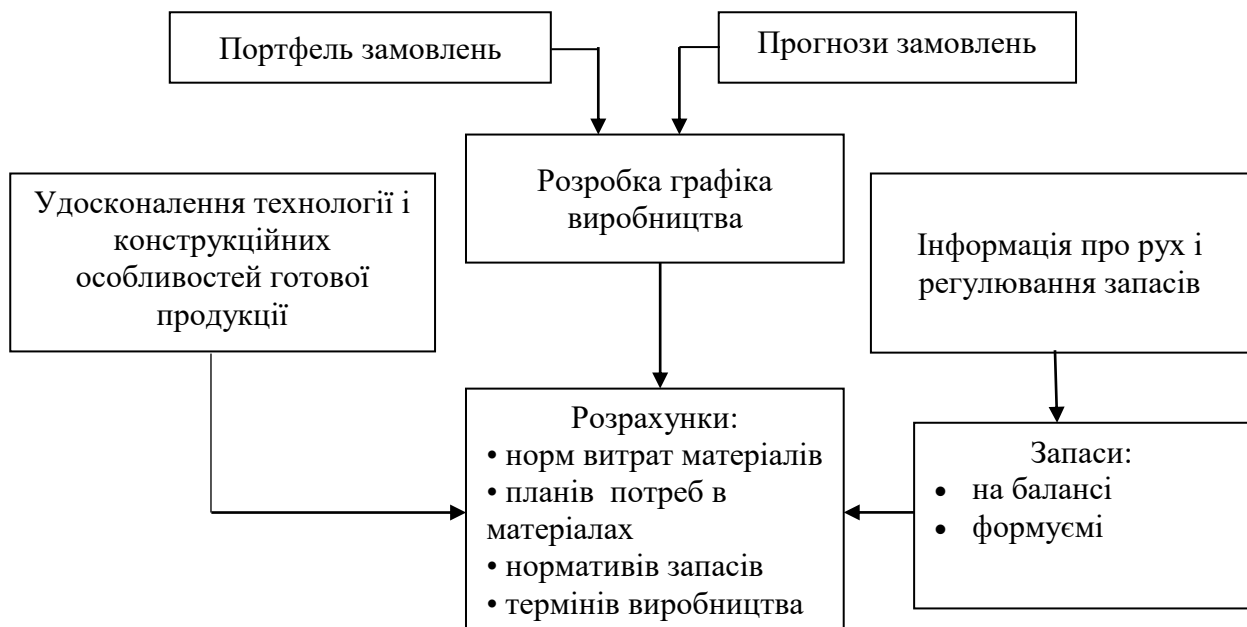


Рис. 1. Запропонований алгоритм дій по плануванню руху матеріальних ресурсів

Отже, головним завданням служб постачання повинна бути координація планів виробництва й фізичного розподілу, забезпечення мінімальних витрат на зберігання й переміщення готової продукції при необхідній якості обслуговування споживачів, удосконалення керування фізичним розподілом за рахунок використання витрат обігу й збільшення прибутку. Використання концепції логістики на підприємствах, у собівартості яких матеріальні ресурси займають важливу частину, є потужним джерелом підвищення ефективності роботи. У подальших дослідженнях буде розглянуто варіанти економії матеріальних ресурсів по різних матеріальним елементам.

Література:

1. Окландер М.А. Логистический сервис и методика расчёта логистических затрат / М.А. Окландер // Экономика Украины. — 1998. — № 8. — С. 85-87.
2. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка рівня та напрями підвищення: [монографія] / за заг. ред. О. Г. Янкового. — Одеса: Атлант. — 2013. — 470 с.
3. Oklander M.A. Lohistyka: [Logistics] / M.A. Oklander. K.: Tsentr navchalnoi literatury. 2008. — 232 p.

*Оніщенко Ю. М., здобувач вищої освіти СВО бакалавр,
ОПП «фінанси, банківська справа та страхування», I курс
ДЗ «Луганський національний університет імені Тараса Шевченка»
м. Старобільськ, Україна*

Економічна сутність оборотних активів підприємства

За рахунок наявності оборотних активів забезпечується безперервність процесу функціонування підприємства. На кожному конкретному підприємстві склад і структура оборотних активів є різними і залежать від типу виробництва, складу витрат на виробництво продукції, що виготовляється, матеріально-технічного постачання тощо. Наприклад, у середньому в структурі оборотних активів промисловості окремі їх елементи становлять: виробничі запаси – 60%; в т.ч. матеріали і сировина – 40%; незавершене виробництво – 21%; витрати майбутніх періодів – 4% тощо.

Найчастіше під оборотними активами підприємства розуміють грошові ресурси або групу мобільних активів підприємства з періодом використання до одного року, які безпосередньо задіяні в операційній діяльності підприємства і внаслідок високого рівня ліквідності повинні забезпечувати його платоспроможність за поточними фінансовими зобов'язаннями.

До складу оборотних активів належать: запаси, дебіторська заборгованість, поточні фінансові інвестиції, грошові кошти та їх еквіваленти, витрати майбутніх періодів тощо. Постійний рух активів дозволяє набувати різні форми грошей, запасів сировини, матеріалів, напівфабрикатів та готової продукції (табл. 1) [1].

Ефективність використання оборотних коштів характеризується швидкістю їхнього обертання – оборотністю. Прискорення оборотності цих коштів зумовлює: по-перше, збільшення обсягу продукції на кожну грошову одиницю поточних витрат підприємства; по-друге, вивільнення частини коштів і завдяки цьому створення додаткових резервів для розширення виробництва [2].

Функціональне призначення оборотних активів

Ознака групування	Оборотні активи							
Функціональне призначення	Оборотні виробничі фонди (сфера виробництва)				Фонди обігу (сфера обігу)			
Роль у виробництві	Кошти в запасах		Кошти у виробництві		Готова продукція		Гроші та дебіторська заборгованість	
Укрупнені елементи	Предмети праці	Знаряддя праці (МШП)	Незавершене виробництво	Витрати майбутніх періодів	Готова продукція	Товари	Гроші	Дебіторська заборгованість
Ступінь планування	Нормовані				Ненормовані			

Для характеристики ефективності використання оборотних активів найважливішими показниками є наступні:

1) оборотність, що обчислюється в днях і характеризується періодом, за який оборотні кошти підприємства роблять один оборот;

2) коефіцієнт оборотності, що характеризує, скільки оборотів роблять оборотні активи за звітний період (чим більше, тим вони краще використовуються);

3) коефіцієнт завантаження, що характеризує, скільки оборотних активів приходить на 1 грн. реалізованої продукції (чим менше оборотних активів приходить на 1 грн. реалізованої продукції, тим краще вони використовуються);

4) коефіцієнт ефективності, що характеризує, скільки прибутку приходить на 1 грн. оборотних активів [3, с. 22].

Оборотні активи класифікуються в залежності від ступеню ліквідності:

- найбільш ліквідні: грошові кошти, короткострокові фінансові вкладення;
- активи, що швидко реалізуються: товари відвантажені, дебіторська заборгованість (за товари, роботи, послуги; по векселях одержаних; за розрахунками з бюджетом; за виданими авансами; з нарахованих доходів; з іншими дебіторами), інші оборотні активи;

- активи, що повільно реалізуються: запаси (виробничі запаси; поточні біологічні активи; незавершене виробництво; товари).

Секція 2. Економіка підприємства в сучасному конкурентному середовищі

За ступенем ризику вкладень капіталу в оборотні активи виділяють активи з мінімальним ризиком (грошові кошти, короткострокові фінансові вкладення), малим ризиком (дебіторська заборгованість без сумнівної, виробничі запаси (без неліквідних), залишки готової продукції і товарів (без тих, на яких немає попиту)), середнім ризиком (малоцінні предмети, та ті, що швидко зношуються (за залишковою вартістю), незавершене виробництво (за виключенням понаднормативного)) та з високим ризиком (сумнівна дебіторська заборгованість, неліквідні виробничі запаси, понаднормативне незавершене виробництво готова продукція та товари, що не мають попиту та інші активи, що не включено до попередніх груп).

Отже, чітке розуміння сутності оборотних активів допомагає простежити та виявити взаємозалежності між різними факторами виробничо-господарської діяльності, що дозволяє раціонально споживати наявні фінансові ресурси та прогнозувати доцільність їх використання в майбутньому в залежності від потреб господарської діяльності підприємства.

Література:

1. Хохлов М. П., Щербань О. Д., Крилова М. А. Поняття оборотних активів підприємства Інфраструктура ринку, 2019, №31, С.409-414
2. Яковишина Н.А., Пшеничнюк І.В. Оборотні активи, їх відображення в обліку та фінансовій звітності [Електронний ресурс] / URL: http://www.rusnauka.com/4_SND_2011/Economics/7_79172.doc (дата звернення 17.05.2019).
3. Шеремет О.О. Фінансовий аналіз: навч. посібник. К., 2011. 196 с.

Науковий керівник - Зайцева Л. О., к.е.н., доцент кафедри фінансів, обліку та банківської справи, ДЗ «Луганський національний університет імені Тараса Шевченка», м. Старобільськ, Україна

*Пенез О.В, ст. викладач кафедри фінансів та обліку,
Єрлик А.О, студентка кафедри фінансів та обліку,
Донецький державний університет управління,
м. Маріуполь, Україна*

Недобросовісна конкуренція як проблемне явище у діяльності підприємства

Конкуренція є важливою складовою розвитку ринкової економіки та умовою зменшення монополізації. Вона стимулює підприємців впроваджувати інновації та не відставати від науково-технічного прогресу, постійно оновлювати асортимент, робити все для того, щоб бути кращим за свого конкурента. Але конкуренція є корисною для підприємства лише за умови її добросовісності. Досить поширеним явищем є недобросовісна чи навіть кримінальна конкуренція, коли підприємці нечесними шляхами намагаються позбутися конкурентів, ця проблема є актуальною для сьогодення.

Недобросовісною конкуренцією є будь-які дії у конкуренції, що суперечать торговим та іншим чесним звичаям у господарській діяльності [1].

Виділяють такі види недобросовісної конкуренції в українському законодавстві:

1. Неправомірне використання ділової репутації суб'єкта, що господарює;
2. Створення суб'єктом господарювання перешкод у конкуренції;
3. Незаконне збирання, розголошення та використання комерційної таємниці [2].

Перший вид недобросовісної конкуренції має риси плагіату, тобто підприємець використовує певні ідеї, наприклад, щодо пакування чи дизайну товарів або використання схожої реклами, використання імені конкурента, назви товарів або навіть використання оригінального товару іншого підприємця без відповідного дозволу, змінивши назву на свою. Також сюди відноситься недобросовісна реклама та використання у рекламі порівняння з іншими

товарами. Цей процес можна спостерігати навіть по телебаченню, коли не вважаючи на те, що порівняння відбувається не з конкретним товаром, а назва товару не вказується, це все одно є проявом недобросовісної конкуренції, тому що прямим текстом вказується, що даний товар кращий за інші.

До другого виду відноситься досить популярне явище – розповсюдження неправдивої інформації про конкурента. З розвитком інформаційних технологій та мережі Інтернет, це явище поширилося ще більше. Конкуренти можуть створюватися сайти, на яких користувачі можуть писати відгуки про ту чи іншу компанію. Це може допомогти користувачам не стати жертвами шахраїв, але з іншого боку, це є відмінним місцем для поширення недобросовісної конкуренції, тому що підприємець може сам написати «відгук» від вигаданого імені, погано оцінюючи послуги конкурента.

Також можливий підкуп сумнівних сайтів, які можуть поширити неправдиву інформацію щодо підприємства, крім того, це можливо і в соціальних мережах. Підприємець може поширити новину про те, що конкурентний банк скоро втратить усі гроші, тому всі люди, які мають депозитні рахунки, повинні забрати гроші. Зазвичай не всі люди перевіряють правдивість інформації та вірять написаному, тому це може привести до втрати коштів підприємства. Крім того, у соціальних мережах наявна ланцюгова реакція, тому що якщо якусь новину дізналася одна людина, вона розповість про це іншій та вже за годину це будуть знати сотні людей, отже недобросовісна конкуренція є небезпечною для підприємства. Крім того, до створення перешкод у діяльності підприємства, можна віднести підкуп персоналу або клієнтів, схилення клієнтів до розриву договірних зв'язків з підприємством [3].

До останнього виду недобросовісної конкуренції належить незаконне збирання комерційної інформації. Керівництво банку шляхом підкупу може домовитися з працівником іншого банку, щоб той передавав певну конфіденційну інформацію щодо клієнтів. Керівництво підприємства може

також шляхом підкупу співробітника дізнаватися про те, який товар буде реалізовувати та виробляти конкурент, які засоби досягнення успіху, тощо.

Тобто бачимо, що недобросовісна конкуренція охоплює широкий діапазон дій та заходів, що є великою проблемою та потребує вирішення. Головною проблемою у розв'язанні цього питання є те, що не завжди можна довести факт ведення недобросовісної конкуренції, тобто іноді важко знайти її докази. Якщо існує наявний підкуп клієнтів або співробітників, то довести це можна лише при прямому спостереженні за людиною та фіксацією неправомірних діянь на камеру, отже це явище є таким, від якого не просто позбутися.

Недобросовісна конкуренція карається адміністративною чи кримінальною відповідальністю. Захист від неї та покарання за її здійснення захищається українським законодавством [3].

Органи Антимонопольного комітету України у справах про недобросовісну конкуренцію приймають обов'язкові для виконання рішення про:

1. Визнання факту недобросовісної конкуренції;
2. Припинення недобросовісної конкуренції;
3. Офіційне спростування за кошти порушника поширених ним неправдивих, неточних або неповних відомостей;
4. Накладання штрафів;
5. Провадження у справі [3].

Ця конкуренція виступає перепорою на шляху нормального розвитку ринкової економіки. Такий спосіб конкуренції не розвиває науково-технічний прогрес, тому що підприємства намагаються отримати вигоду та зайняти провідне місце на ринку шляхом розповсюдження неправдивої інформації про конкурента, отож діяльність підприємства не вдосконалюється, а лише стоїть на місці. Отже, підприємствам необхідно проводити перевірки на робочих місцях, з приводу підкупу персоналу, слідкувати щоб не було витіку інформації.

Можна зробити висновок, що недобросовісна конкуренція є досить поширеним явищем, яке ми можемо зустріти навіть у повсякденному житті, не розуміючи неправомірність дій підприємств. Вона гальмує розвиток економіки, тому важливо підтримувати в державі захист від цього явища. В Україні присутнє відповідне законодавство, яке регулює питання недобросовісної конкуренції, але, на жаль, це явище досі залишається поширеним.

Література:

1. Задохайло Д.В., Пашков В.М. Господарське право: підручник. Харків: Право, 2012. 696 с.
2. Недобросовісна конкуренція - ключові механізми правового захисту та основні шляхи їхньої реалізації: веб-сайт. URL: <https://zkg.ua/yurydychni-posluhy-praktyku/pravovyi-zahyst-vid-nedobrosovisnoi-konkurentsii/> (дата звернення 07.04.21).
3. Про захист від недобросовісної конкуренції: Закон України від 07.06.1996 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/236/96-%D0%B2%D1%80#n24> (дата звернення 08.04.21).

Маркетинговий потенціал підприємств в сучасних умовах

В умовах пандемії COVID-19, будь-яке підприємство зазнає перешкод у своїй діяльності: підвищуються вимоги до адаптивності систем управління, ресурсозбереження та пошуку ринків збуту.

Висока динамічність чинників зовнішнього середовища, швидкі зміни у соціально-економічних процесах потребують застосування нових технологій управління потенціалом підприємства, зокрема оцінки ефективності використання та прийняття рішень щодо змін в умовах невизначеності та ризику, пошуку нових маркетингових каналів. У реалізації нової парадигми управління світова практика значне місце відводить саме впровадженню змін в ефективності використання потенціалу, що є актуальним і для українських підприємств [1].

Стратегія розвитку будь-якого підприємства в ринкових умовах потребує наявності збалансованого розвитку та ефективного використання його потенціалу. Досягнення максимального зростання потенціалу при мінімальних витратах можливе лише за умови правильного відбору управлінських рішень щодо його підсилення.

За думкою Лисенко К.М., «сучасна теорія маркетингу оперує різними економічними прийомами, моделями, термінами, схемами, оцінками, алгоритмами та методами при плануванні та організації маркетингової діяльності на підприємстві» [2]. Проте, сучасні українські підприємства використовують ці технології неповною мірою.

Основними проблемами при використанні сучасних маркетингових інструментів слід назвати низький рівень маркетингової кваліфікації керівників багатьох підприємств на ринку та відсутність досвіду використання сучасних інструментів маркетингу у багатьох підприємств [3].

Так, сучасні умови господарювання вимагають від підприємств значно ширшого використання маркетингового потенціалу. Дослідження методик визначення маркетингового потенціалу, як елементу системи підприємства, виявили неузгодженість визначення та основних інструментів цієї складової.

Зміни світової економіки призводять до посилення дефіциту фінансування, зменшення споживання, поняття конкурентоспроможності набуло значної цифровізації. Попри відсутність єдності поглядів щодо сутності та певного визначення маркетингового потенціалу, науковці відзначають зростання його важливості для підприємства в умовах нестабільного зовнішнього оточення. Просування товарів та послуг в умовах пандемії відбувається, в основному, тільки за допомогою інформаційно-комунікаційних технологій. Все більшого значення набуває цифровий маркетинг.

Під маркетинговим потенціалом слід розуміти швидке реагування на нові виклики зовнішнього оточення, спроможність підприємства своєчасно та якісно виконувати маркетингові функції в новому форматі з використанням переважно інформаційних технологій, а також ступінь відповідності маркетингової служби до вирішення зазначених проблем.

Також слід відмітити, що маркетинговий потенціал – це складова виробничого потенціалу [4] та є сукупністю маркетингових ресурсів, стратегій та розробок, призначення яких полягає в підтримці ефективного підприємства.

Складність ідентифікації можливостей внутрішніх ресурсів підприємств спонукає керівників підприємств щільно розглядати альтернативні джерела розкриття свого потенціалу, в першу чергу за допомогою маркетингового потенціалу. Використання маркетингового потенціалу через уточнення його сутності дає можливість підприємству підвищити ефективність використання ресурсів підприємства задля досягнення корпоративних цілей та зміцнення ринкових позицій [2].

Таким чином, маркетинговий потенціал – важлива складова виробничого потенціалу підприємств [5], а управління ним має здійснюватися на основі наявних фінансових можливостей підприємства з урахуванням кваліфікації

персоналу, результатів дослідження макро- та мікросередовища підприємства, фази життєвого циклу підприємства, динаміки та стану розвитку ринку тощо.

Маркетинговий потенціал повинен базуватися не тільки на сучасних методиках, з використанням спеціалізованої програмної та інформаційної підтримки. Ефективне використання цієї складової виробничого потенціалу - враховувати фінансові можливості підприємства, елементи макро- та мікросередовища, кваліфікацію персоналу, динаміку та стан розвитку ринку, маркетинговий інструментарій підприємством тощо. Ефективна робота маркетингового потенціалу сучасної виробничої організації полягає в максимальному використанні наявних можливостей, ретельному прорахунку перспектив та швидкому реагуванні на динамічність ринкового середовища.

Література:

1. Нефедова Л. М. Вплив пандемії COVID-19 на стан малого та середнього бізнесу в Україні Сучасний менеджмент : моделі, стратегії, технології : матеріали XXI Всеукр. щоріч. студент. наук.-практ. конф. за міжнарод. участю. 23 квіт. 2020 р. — Одеса : ОРІДУ НАДУ, 2020. С. 74-76 с
2. Лисенко К.М. Маркетинговий потенціал підприємства та його економічна сутність. 2010. Доступ до ресурсу: http://www.rusnauka.com/16_ADEN_2010/Economics/66274.doc.htm
3. Методи дослідження маркетингового потенціалу торговельного підприємства [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.economyandsociety.in.ua/journal/4_ukr/33.pdf
4. Лісовенкова І. М. Виробничий потенціал підприємства: Методологічні підходи // Економічний вісник НГУ. 2011. №2. Доступ до ресурсу: https://ev.nmu.org.ua/docs/2011/2/EV20112_047-055.pdf
5. Мельник Л. М. Забезпечення розвитку виробничого потенціалу підприємства в умовах переходу до сталого розвитку / Л. М. Мельник // Соціально-економічні проблеми і держава. – 2017. – Вип. 2. – С. 94-103.

*Підгорна Ю.В., студентка 4 курсу групи УЕ-71
кафедри економіки і підприємництва
Національний технічний університет України «Київський політехнічний
інститут імені Ігоря Сікорського», м. Київ, Україна*

Вплив ринку пряжі на виробництво шкарпеток

Зараз ринок шкарпеток в Україні наповнений, в основному, ввезеної продукцією. На жаль, до цих пір вважається, що створення таких продуктів за межами Китаю, Індії та інших азійських держав просто нерентабельно. Багато підприємців намагаються почати власний бізнес в цій сфері, але стрімко кидають цю справу, боячись істотної конкуренції та інших проблем. А тим часом в Україні налічується багато незатребуваних професіоналів цієї галузі.

Насправді створення шкарпеток в Україні є дуже вигідною галуззю, якщо підійти до нього продумано. Звісно, що конкурувати з китайцями і турками доволі важко, проте не варто забувати, що вітчизняні виробники мають багато переваг на українському ринку: розуміння особливостей клімату, здатність швидко і влучно реагувати на зміни моди та сезону, обирати саме той вид пряжі, який користується більшим попитом в певні пори року [1].

В складі шкарпеток можуть бути присутні як синтетичні, так і натуральні волокна. Шкарпетки з синтетичних матеріалів зручні при занятті спортом, в повсякденному ж житті частіше використовують шкарпетки з натуральних матеріалів. Так шкарпетки з натурального льону або бавовни підходять для повсякденного використання, проте швидко втрачають свою форму, але якщо в склад, окрім натуральних матеріалів, додати синтетичні, лайкру або елестан, то проблем з формою не виникне. Якщо ж в склад шкарпеток входить бавовна та шовк, то шкарпетки будуть вирізнятись особливою міцністю. В холодну пору року універсальними стануть шкарпетки з шерсті, бо вони теплі та м'які [2].

Проте, незважаючи на все різноманіття складу шкарпеток, в Україні існує проблема зі станом сировинної бази. Це пов'язано, в першу чергу, з недостатньою кількістю ферм, де виготовляють натуральну пряжу та зі зростанням чисельності відходів синтетичної пряжі на заводах по її

виробництву. Все це має прямий вплив на розвиток виробництва шкарпеток в Україні.

В теперішній час більше половини собівартості панчішно-шкарпеткових виробів приходить на пряжу, виробництво якої в Україні з року в рік падає. За даними останніх досліджень виробництво пряжі в Україні в 2020 році становило 56 тис. тонн, що нижче рівня 2019 року на 6,8%. Якщо брати середній показник за останні 4 роки, то об'єм випуску пряжі знизився на більше ніж на третину (на 35%) [3].

На думку учасників вітчизняного ринку в Україні існує дефіцит якісної пряжі, саме тому виробники панчішно-шкарпеткової продукції вимушені задля підтримки високої якості своїх товарів закуповувати частину сировини за кордоном. Це призводить до імпортозалежності таких підприємств та галузі в цілому. І як наслідок, відбувається зростання витрат на виготовлення шкарпеток, що призводить до подорожчання продукції, втрачання її конкурентоспроможності за ціновим критерієм в порівнянні з більш дешевими китайськими або турецькими аналогами, зростання зовнішніх ризиків, які пов'язані з транспортуванням та таможенною. І в глобальному розумінні, коли імпортозалежність стає системною, то це призводить до послаблення національної валюти [4].

Література:

1. Огляд ринку панчішно-шкарпеткових виробів України 2020 [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: http://infokluch.com.ua/ua/article/cloth_boots/belie.
2. Огляд ринку і обладнання для виробництва шкарпеток [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://msd.com.ua/kyiv/svoj-nosochnyj-biznes-s-nulya-obzor-rynka-i-oborudovaniya-dlya-proizvodstva-noskov/>.
3. Державна служба статистики України [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
4. Вплив ринку пряжі на виробництво шкарпеток [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <https://marketing.rbc.ua/articles/11144/>.

*Приймаченко О.О., бакалавр кафедри економіки та підприємництва,
Одеська державна академія будівництва та архітектури
м. Одеса, Україна*

Управління виробничим потенціалом підприємства

Відмінною рисою останніх років в Україні є поступовий перехід до противитратної політики господарювання. Для досягнення цілей по енергозбереженню та ресурсозбереженню підприємству слід ретельно проробляти резерви використання наявних потужностей, проводити постійний моніторинг виробничих процесів.

До елементів потенціалу підприємства можна віднести все, що пов'язане з функціонуванням і розвитком підприємства. Виробничий потенціал — наявні та приховані можливості підприємства щодо залучення та використання факторів виробництва для випуску максимально можливого обсягу продукції (послуг) [1]. Його треба також сприймати як сукупність ресурсів, що функціонують і здатні виробляти певний обсяг продукції. Тому виробничий потенціал є поліструктурною системою.

Дослідженню аспектів виробничого потенціалу підприємства та виявленню основних елементів присвячено праці багатьох науковців: О. Анчишкіна, О. Арєф'євої, А. Архангельського, І. Должанського, О. Добикіна та інших. Однак, недостатньо розроблено напрям організаційної складової, управлінського потенціалу.

Беззаперечно, важливим аспектом успішної та прибуткової діяльності будь-якого підприємства є вибір чіткого напрямку руху, постановка загальної стратегії розвитку. Але в сучасних умовах модернізації економіки та високої конкуренції на ринку, для підвищення ефективності господарської діяльності, необхідно забезпечувати стійкість та еластичність до зовнішніх змін. Тому, актуальним рішенням такого питання на сьогодні є грамотне управління, підвищення та максимальне використання виробничого потенціалу підприємства. Отож, вагомим елементом виробничого потенціалу став менеджмент.

Виробництво – це основа бізнесу промислових підприємств, а отже, потребує знаходження нових, цілеспрямованих і конкретних рішень для підвищення його потенціалу з урахуванням вимог і побажань споживачів продукції для отримання стійких конкурентних переваг на ринку в довгостроковій перспективі.

Зараз ми зазначимо перелік заходів, які необхідно виконувати для ефективного управління виробничим потенціалом підприємства:

- розробити основну стратегію розвитку підприємства;
- здійснювати планування виробничої програми;
- організувати роботу служб та підрозділів з метою виконання поставлених завдань;
- мотивувати суб'єкти, які впливають на виробничий процес;
- контролювати рівень якості виготовленої продукції;
- регулювати проблеми та недоліки;
- збирати та обробляти данні про конкурентів;
- розробляти моделі дій в ризикових ситуаціях.

Ми маємо розуміти, що це безперервний процес вдосконалення. На кожному етапі та кожної хвилини менеджмент грає вирішальну роль для виробничого потенціалу підприємства. Він задає темп, планку, рівень. І стежить за процесом діяльності, а згодом аналізує результати та виконані завдання.

Управління виробничим потенціалом підприємства є процес постійного пошуку найбільш ефективних і вдалих напрямків покращення його господарської діяльності. А також формування відповідних завдань із підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства.

Для успішності у досягненні поставлених цілей і завдань щодо підвищення рівня ефективності виробництва потрібно брати новітні технології менеджменту. Наприклад, такі як: корпоративне управління, особистісно-орієнтоване управління, стратегічне управління, систему збалансованих показників.

Секція 2. Економіка підприємства в сучасному конкурентному середовищі

Корпоративне управління характеризується творчим підходом до управління з делегуванням повноважень, організацією спільної стратегічної мети та прийняттям динамічних рішень.

Особистісно-орієнтоване управління характеризується прогнозуванням результатів діяльності, пристосуванням до мінливого середовища, розрахунком майбутніх подій.

Стратегічне планування характеризується формуванням стратегій для прийняття управлінських рішень на підприємстві. Система збалансованих показників - концентрацією уваги керівництва на фінансових показниках.

Отже, для підвищення виробничого потенціалу кожне підприємство обирає відповідну своїй діяльності технологію менеджменту, або комбінацію декількох технологій. Управління виробничим потенціалом підприємства, звісно, складний процес, але без нього неможливо ефективно розвиватись. Менеджмент є основою формування потенціалу підприємства.

Література:

1. Лісовенкова І. М. Виробничий потенціал підприємства: Методологічні підходи // Економічний вісник НГУ. 2011. №2. Доступ до ресурсу: https://ev.nmu.org.ua/docs/2011/2/EV20112_047-055.pdf
2. Жук Є. О. Управління виробничим потенціалом підприємства / Є. О. Жук // Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія : Економічні науки. – 2016. – № 5. – С. 101-106.
3. Мельник Л. М. Забезпечення розвитку виробничого потенціалу підприємства в умовах переходу до сталого розвитку / Л. М. Мельник // Соціально-економічні проблеми і держава. – 2017. – Вип. 2. – С. 94-103.

Науковий керівник: Петрищенко Н.А, к.е.н., доцент кафедри економіки та підприємництва, Одеська державна академія будівництва та архітектури, м. Одеса, Україна

Приходько В.А., здобувач вищої освіти
Сейсебаєва Н.Г., к.е.н., доцент кафедри фінансів, банківської справи та
страхування
Запорізький національний університет
м. Запоріжжя, Україна

Аналіз внутрішніх загроз в безпеці фінансово-кредитних установ

У цілому загрози безпеці фінансово-кредитних установ можна поділити на дві великі групи – внутрішні й зовнішні загрози [1].

До внутрішніх загроз належать фактори, які або безпосередньо генеруються банком, або є частиною його внутрішнього середовища. До основних внутрішніх загроз можна віднести рівень забезпеченості фінансовими ресурсами, незадовільну структуру активів і пасивів, некомпетентність вищого керівництва і персоналу, а також інші фактори, що безпосередньо належать до внутрішньої діяльності банку [2].

Основні види внутрішніх загроз на прикладі АБ «УКРГАЗБАНК» наведені в табл. 1.

Таблиця 1

Основні види внутрішніх загроз АБ «УКРГАЗБАНК»

№	Внутрішні загрози	Можливості прояву	АБ «УКРГАЗБАНК»
1	Якість кредитного портфеля	- рівень проблемних кредитів; - неповернення кредитів; - незбалансована кредитна політика; - збільшення простроченої заборгованості	В банку є загрози щодо якості кредитного портфеля, а саме: неповернення кредитів, що є поганим наслідком в діяльності банку, тому що банк повинен зменшити свої резерви, у банку виникають проблеми з платоспроможністю щодо інших операцій. Банк зменшує кредитний ризик шляхом лімітування, вибір адекватної структури кредитної угоди.

2	Рівень і компетенція менеджменту	<ul style="list-style-type: none"> - прийняття неправильних управлінських рішень; - неефективна діяльність внаслідок неоптимального використання потенціалу банку; - помилки в стратегічному плануванні й прогнозуванні; - побудова нераціональної структури банку 	<p>У банку була помилка у стратегічному плануванні, що призвело до певних втрат.</p> <p>Банк здійснюючи свою діяльність неефективно, буде мати додаткові витрати, які є наслідком зниження банківського прибутку. Зниження банківського прибутку в свою чергу знижує платоспроможність.</p>
3	Структура активів і пасивів	<ul style="list-style-type: none"> - дефіцит власних коштів; - низький рівень ліквідності й нестача ліквідних активів; - завищений рівень ризикових активів; - збільшення активів низької якості; - нестача капіталу; - незбалансованість активів і пасивів за строками 	<p>У 2014 році у банку був дефіцит власних коштів, тому була заборгованість за зобов'язаннями.</p> <p>Зменшення власних коштів банку, виникло через фіксацію збитків у зв'язку з вимушеною реалізацією частини активів за нижчою ціною для закриття утворюються дефіцитів ліквідності.</p>
4	Залежність від інсайдерів	<ul style="list-style-type: none"> - пільгове кредитування засновників; - прийняття управлінських рішень під тиском власників; - відстоювання інтересів власників, а не інтересів банку 	<p>В банку була загроза залежності від інсайдерів, а саме, прийняття управлінських рішень під тиском власників, що приводить до витрачання власних ресурсів банку за ради задоволення вимог інсайдерів.</p>
5	Злочинні дії персоналу	<ul style="list-style-type: none"> - шахрайство; - розголошення конфіденційної інформації; - неефективна робота персоналу; - перехід ключових працівників до конкурентів; - недостатній рівень кваліфікації персоналу 	<p>У 2016-2017 рр. деякі працівники перейшли до конкурентів, через це у банку зменшився персонал, який міг ефективно працювати.</p> <p>У банку були недостатньо підготовлені кваліфікаційні працівники, які можуть здійснювати помилки у діяльності банку, через що банк може понести збитки та інші зобов'язання.</p>
6	Неефективна діяльність банку	<ul style="list-style-type: none"> - низький рівень прибутків; - недосконала оцінка кредитних ризиків; - низький рівень прибутковості активів; - слабе маркетингове дослідження ринку і як наслідок недостатній рівень диверсифікованості банківських операцій 	<p>У 2015 році була неефективна діяльність банку, а саме низький рівень прибутків, що в свою чергу призвело до збільшення зобов'язань, зниження платоспроможності.</p>

Джерело: розроблено авторами за даними [4]

Внутрішні загрози є дуже важливим та вагомим фактором впливу на діяльність фінансово-кредитних установ, тому що банк, зазнаючи певних загроз, відразу реагує на них - погіршується діяльність, збільшується заборгованість [3].

Уникнути впливу внутрішніх загроз на діяльність та стан фінансово-кредитних установ допоможе:

- контроль за позичальниками та їх фінансовим станом,
- фізична охорона приміщень,
- захищеність комп'ютерних мереж,
- ефективна робота служби внутрішньої безпеки,
- підвищення якості менеджменту,
- прийом на роботу висококваліфікованих співробітників,
- справедлива оплата праці,
- оснащення банку новими технологіями захисту від нападів, що включає в себе зброю та відеоспостереження.

Література:

1. Адаменко, С. І. Характеристика та класифікація загроз у банківській системі України. *Стратегічна панорама*. Київ, 2015. Вип. 4. С. 48–52.
2. Барановський, О. І. Банківська безпека: проблема виміру. *Економіка і прогнозування*. Київ, 2017. Вип. 1. С. 7–26.
3. Хитрін О. І. Фінансова безпека комерційних банків. *Фінанси України*. Харків, 2018. Вип. 11. С. 118 – 124.
4. Офіційний сайт АБ «УКРГАЗБАНК». URL: <https://www.ukrgasbank.com/> (дата звернення: 08.04.2021).

Формування фінансових результатів підприємства та шляхи їх підвищення

Одним із найважливіших завдань діяльності будь якого підприємства є не тільки отримання прибутку в рамках господарювання, а й покращення промислової безпеки країни, забезпечення рентабельності та конкурентоспроможності галузі, через найефективніше використання їх економічного потенціалу.

На даному етапі розвитку державної економіки, гостро постає питання самофінансування та самоокупності підприємств. Адже вони є самостійними суб'єктами господарювання, які повинні не залежати від державних дотацій або кредитних коштів. Відповідно до цього, отримання фінансових результатів підприємства є завершальним етапом циклу виробництва продукції та запорукою запровадження нового.

Тема отримання і розподілу прибутку є актуальною на сьогоднішній день, тому що функціонування суб'єкта господарювання в цілому залежить від того, наскільки правильно на підприємстві формується і використовується саме прибуток. Це в значній мірі впливає на економічний стан підприємства і частково впливає на економічну ситуацію в країні.

Згідно НП(С)БО 1, прибуток – це сума, на яку доходи перевищують пов'язані з ними витрати. А збитки – перевищення суми витрат над сумою доходів, для отримання яких здійснені ці витрати [1].

Підвищення ефективності роботи підприємств вимагає виявлення резервів збільшення обсягів виробництва і реалізації, зниження собівартості, зростання прибутку. Визначення основних напрямів пошуку резервів збільшення прибутку передбачає класифікацію факторів, що впливають на можливість і розміри їх отримання, на внутрішні і зовнішні [2].

До зовнішніх факторів належать: природні умови, державне регулювання цін, тарифів, відсотків, податкових ставок і пільг, штрафних санкцій та інші. Ці фактори не залежать від діяльності підприємства, але можуть значно вплинути на величину прибутку.

Внутрішні фактори поділяють на виробничі і позавиробничі. Виробничі фактори в свою чергу поділяються на екстенсивні та інтенсивні. До позавиробничих факторів належать: постачальницько-збутова і природоохоронна діяльність, соціальні умови праці, побуту тощо [2].

Шляхами збільшення фінансових результатів підприємства можуть бути: зростання обсягу готової продукції, зниження її собівартості, підвищення якості, поліпшення асортименту, підвищення ефективності використання виробничих фондів, зростання продуктивності праці та інші. Знаючи усі можливі такі напрямки, підприємство вже відповідно до свого стану розробляє стратегію, яка найбільш йому підходить.

Таким чином, фінансовий результат – це досить складна та багатовимірна категорія. Отримання його виступає головним стимулом до ведення підприємницької діяльності та ключовим показником її ефективності. Інформація про стан фінансових показників відображається у звітах підприємства, за допомогою яких потім можна визначити інші показники ефективності діяльності підприємства, такі як: рентабельність, рівень ліквідності, платоспроможності, фінансової стійкості, що є важливими для потенційних інвесторів, клієнтів або партнерів.

Література:

1. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності», затверджене наказом Міністерства фінансів України від 07.02.2013 р. № 73. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13>
2. Фактори, що формують прибуток. URL: https://pidru4niki.com/1957041155413/finansi/faktori_formuyut_pributok

*Янченко Н. В., доцент кафедри економіки, к.е.н., доцент
Кустовська К. Я., студентка гр. А-41
Харківський національний університет будівництва та архітектури,
м. Харків, Україна*

Підприємство у системі національної економіки

Під визначенням «підприємництво» розуміється діяльність, здійснювана приватними особами, підприємствами або організаціями. Для формування самого підприємництва необхідні деякі умови:

- Економічні — пропозиції товарів і попит на них; види товарів, які можуть придбати покупці; обсяги грошових коштів, які вони можуть витратити на ці покупки; надлишок або недостатність робочих місць, робочої сили, що впливають на рівень заробітної плати працівників;
- Соціальні — прагнення покупців купувати товари, що відповідають певним смакам і моді;
- Правові — наявність законів, що регулюють підприємницьку діяльність, створюють найбільш сприятливі умови для її розвитку; захист підприємця від державного бюрократизму; вдосконалення податкового законодавства.

Найважливіші риси підприємництва: самостійність і незалежність суб'єктів господарювання, економічна зацікавленість, господарський ризик і відповідальність.

Суб'єктами підприємництва [1] можуть бути як окремі приватні особи, так і об'єднання партнерів. Приватні особи, як суб'єкти підприємництва, виступають в цій якості, як правило, організовуючи одноосібне або сімейне підприємство.

Об'єднання партнерів як суб'єктів підприємництва можуть виступати в формі різних господарських асоціацій: орендних колективів, акціонерних товариств, різних товариств та ін. Спочатку будь-яке підприємство виступає як суб'єкт підприємницької діяльності. Але, крім цього, підприємство є об'єктом підприємництва для фірм, які здійснюють різні види підприємницького бізнесу. Наприклад, будь-яке підприємство, яке виробляє товари для подальшого

продажу, може стати об'єктом діяльності для комерційного бізнесу: торгового, торгово-посередницького, торгово-закупівельного або товарної біржі. Будь-яке підприємство може стати об'єктом діяльності фінансового підприємництва.

Підприємство як основна форма організації підприємницької діяльності. Підприємство — це самостійний суб'єкт господарювання, створений для виробництва продукції, виконання робіт і надання послуг з метою задоволення суспільних потреб і отримання прибутку.

Підприємство являє собою виробничо-технологічну, організаційну та економічну єдність. Організаційно воно є виробничою одиницею. Як правило, це завод, фабрика, шахта, електростанція тощо.

Підприємство має власну назву, фірмовий знак, самостійний баланс, розрахунковий рахунок в банку. Воно несе майнову відповідальність за своїми зобов'язаннями, тобто є юридичною особою.

Підприємства можна класифікувати за різними кількісними та якісними параметрами. Основними кількісними параметрами виступають чисельність працівників і річний оборот капіталу.

Відповідно до критерію чисельності зайнятих виділяють: малі підприємства (до 100 осіб); середні підприємства (до 500 осіб); великі підприємства (понад 500 осіб).

Серед якісних параметрів класифікації підприємств можна назвати наступні: тип власності (приватні або державні); характер і зміст діяльності; асортимент продукції, що випускається; способи та методи ведення конкурентної боротьби; спосіб входження в різні союзи й об'єднання; організаційно-правові форми підприємницької діяльності.

Всі фактори, що впливають на виробничо-господарський процес, поділяють на зовнішні та внутрішні. Основні фактори внутрішнього середовища — технологія, техніка, організація будівельного виробництва, персонал організації.

Технологія — це поєднання кваліфікованих навичок, машин і устаткування, інфраструктури, інструментів і відповідних технічних знань,

необхідних для здійснення бажаних перетворень в матеріалах, інформації та людей. Удосконалення технології органічно пов'язано з розвитком і вдосконаленням техніки виробництва [2]. Впровадження технічних нововведень і пов'язані з ними зміни в технології відбуваються з досить великою швидкістю, підприємства повинні швидко реагувати на ці зміни, щоб не знизити ефективність своєї діяльності. У зв'язку з цим зростає значення організації й управління будівельним виробництвом як фактора, що забезпечує сталий розвиток підприємства.

Організацію будівельного виробництва слід розглядати як систему, що дозволяє раціонально використовувати людей, обладнання, предмети праці та створює умови для того, щоб процес будівельного виробництва здійснювався за допомогою найбільш прогресивних способів і методів. Разом з тим жодна задача не може бути успішно вирішена без співпраці людей, які виступають внутрішньої змінної організації.

Зовнішні чинники накладаються на розвиток підприємства навколишнім суспільно-політичним середовищем. Серед них слід виділити стратегічні та локальні чинники. До локальних факторів належать: матеріальна база, імідж фірми, наявність зв'язків, стратегічне планування.

Як висновок, можна зазначити, що в умовах ринкової системи господарювання підприємство об'єктивно стає основною ланкою економіки. Від ефективності роботи кожного конкретного підприємства залежить і ефективність функціонування всієї економічної системи країни, в тому числі й галузі капітального будівництва..

Література:

1. Лещук В. А. Фінансова діяльність суб'єктів підприємства / В. А. Лещук, О. Б. Кравчук – Київ: Центр навчальної літератури, 2019. – 71с.
2. Збожна О. М. Системи технологій / О. М. Збожна, В. В. Муравський – Тернопіль: Центр навчальної літератури, 2013, - 51с.

*Янченко Н. В., доцент кафедри економіки, к.е.н., доцент
Тимченко Д. Д., студентка
Харківський національний університет будівництва та архітектури,
м. Харків, Україна*

Економічний потенціал промислових територій на прикладі світового досвіду

Протягом вже досить тривалого часу в світі простежується тенденція до реновації територій міста. Це пов'язано з поступовою зміною технологій в різних сферах виробництва, а також з прагненням підвищити якість життя населення міст. Недіючі виробничі зони займають значну площу найбільш інвестиційно привабливих територій міста. Ці зони є містобудівним та, зокрема, економічним потенціалом міста, його резервом земельного фонду.

Проекти реновації промислових територій стають дуже актуальними. Цей процес, складний як в соціально-економічному, так і в адміністративному аспекті. В основному, великі території мають кілька власників, плани яких можуть відрізнятись, тому основне завдання уряду – зацікавити власників і створити сприятливі інвестиційні умови.

Реновація має на увазі адаптивне використання територій, будівель, споруд і комплексів при зміні їх функціонального призначення і подальшого використання [1]. Головною метою реорганізації або реновації є зміна функціонального призначення території для підвищення економічної, екологічної та соціальної ефективності способу використання [2].

Так як основними причинами утворення міст були промисловість і виробництво, промислові зони, в основному, зосереджені в центрі міст. Зараз центральні міста мають тенденцію постіндустріального розвитку, і цей процес безпосередньо пов'язаний з необхідністю реорганізації недіючих та застарілих промислових зон, які в першу чергу займають інвестиційно привабливі та перспективні міські території. Існує кілька способів розвитку та перетворення недіючих промислових територій. Розглянемо основні з них.

1. Перетворення в суспільно-ділову і торгову зону.

Суть даного напрямку полягає в повній або частковій реорганізації неефективних територій та об'єктів, які на них знаходяться. Зручне розташування біля магістралей загальноміського значення, розташування поблизу зупинок громадського транспорту, можливість залучення великої кількості людей створюють привабливість для інвесторів і девелоперів.

Прикладом того, як можна креативно використовувати занедбану індустріальну споруду та перетворити її на суспільну зону, може послужити досвід із зарубіжної практики, а саме готель «Huettenpalast» в Берліні. Стара будівля фабрики з виробництва пілососів в Берліні довго пустувала. Поки парі креативних німецьких дизайнерів, Силці Лоренцен і Сарі Фольмер, не спало на думку трансформувати занедбану будову в оригінальний домашній готель. Будинок-готель розташовується в 15 хвилинах їзди від центру німецької столиці. Назва готелю відображає його суть: перша частина «Huetten» перекладається як «хатина», друга «palast» - як «палац». В результаті стараннями двох німецьких дизайнерів на світ з'явився своєрідний «Палац хатин» – ідеальне місце для любителів поспілкуватися, завести нових знайомих і просто добре провести час.

Стандартні кімнати розташовані в іншій частині колишньої фабрики, вони надають більше можливостей для усамітнення, особисті ванні кімнати і простір з високими стелями. В готелі працює кафе, розташоване в тихому внутрішньому дворіку, усадженому різноманітними рослинами у вазонах. Декілька разів на місяць в цьому зеленому оазисі проходять різні заходи, привертають модну молодь Берліна і мандрівників, що опинилися в цей час в місті.

2. Перетворення в житлову забудову.

Промислові підприємства поділяються на класи за ступенем небезпеки. Якщо територію колишньої промислової зони було сановано, та вона відповідає санітарно-гігієнічним вимогам, що пред'являються до житлових зон, а колишнє виробництво не ставилося до високого ступеня небезпеки, то можлива

реновація під житлову забудову. Даний вид реновації володіє великою популярністю, тому що зазвичай такі території мають вигідне розташування і дуже перспективні для купівлі нерухомості.

Можливо привести багато вдалих прикладів такої реновації, один з них є проєкт планування території пивоварної компанії Heineken в Kanaal – це девелоперський проєкт Акселя Вервордта, держава в державі, реалізована модель сільського міста – такого, де комфортно жити і працювати, не відволікаючись на суєту.

Початково у будівлі 1857 року знаходилася фабрика та зерносховище, пізніше, вже в середині ХХ століття – пивоварна компанія Heineken. У 1998 році Вервордт викупив Kanaal, де відкрив свою художню галерею. У 2012 Аксель Вервордт почав перебудову старої фабрики під квартал елітного житла і офісів. В основу генплану майбутнього комплексу лягли принципи бельгійського стилю – коли все, що створює людина, знаходиться в діалозі з навколишнім середовищем. Архітектура потужна, але спокійна і безтурботна. Інтер'єр простий, але витратний за часом і грошам. Комплекс розташований уздовж Альберт-каналу, який з'єднує Антверпен з містом Льєж. Дві силосні башти, що збереглися з часів процвітання фабрики, слугують орієнтиром для жителів. У спадок власникам елітної нерухомості дісталася стара каплиця: її теж відреставрують.

3. Перетворення в зону рекреації.

Природний каркас міста грає важливу роль в створенні здорового та повноцінного середовища проживання. В великих містах рекреаційне навантаження постійно збільшується, а в результаті розростання міст природні території дробляться і піддаються все більшому антропогенному впливу, що неминуче призводить до їх деградації. Тому перетворення колишніх виробничих зон в зону зелених насаджень служить хорошим потенціалом, спрямованим на оздоровлення міського середовища.

Цей аспект має й економічне значення, так як реновація територій промислових підприємств, представлених техногенними ґрунтами з високим

класом небезпеки, вимагає істотних витрат на санацію для того, щоб ця територія відповідала санітарно-гігієнічним вимогам, що пред'являються до житлових територій. Виникає необхідність екологічного обстеження, виходячи з результатів якого можна вибрати напрямок проєктного розвитку. Навряд чи людей зацікавить покупка житла на території колишнього хімічного або радіоактивного заводу, тому створення зеленої рекреаційної зони буде найбільш ефективним і доцільним.

Прикладом такої реновації є парк в Німеччині. У 1991 році в місті Дуйсбурзі був оголошений закритий архітектурний конкурс на краще рішення реорганізації величезної території сталеливарного заводу. З варіантів п'яти учасників кращим був визнаний проєкт бюро «Latz + partner». На відміну від своїх суперників, воно запропонувало зберегти більшу частину індустриальних об'єктів – цеху, локомотивне депо, мости і бункери – і зробити їх головною темою нового парку. Тут були побудовані нові мости, прокладені пішохідні та велосипедні доріжки, висаджені алеї та гаї, організовані всілякі майданчики для активного і пасивного відпочинку [3].

Таким чином, реновація і реконструкція недіючих промислових зон – актуальний варіант стійкого розвитку міста. У тезах виявлено кілька основних напрямків нового використання територій колишніх промислових зон, ефективність яких вже перевірена в різних куточках світу.

Література:

1. Золотых М. А. Реновация промышленных зон в современных условиях города // StudArctic forum. 2017. Вып. 2 (6). С. 33–46.

2. Щербина Е. В., Данилина Н. В. Градостроительные аспекты проектирования устойчивой городской среды // Вестник Иркутского государственного технического университета. 2014. № 11. С. 183–186.

3. Бывшие фабрики. Бывшие заводы. URL: <https://novate.ru/blogs/250313/22729>

СЕКЦІЯ 3. РОЗМІЩЕННЯ ПРОДУКТИВНИХ СИЛ ТА РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА

Nazarenko V. A., PhD student, faculty of land management, National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine, Kyiv, Ukraine

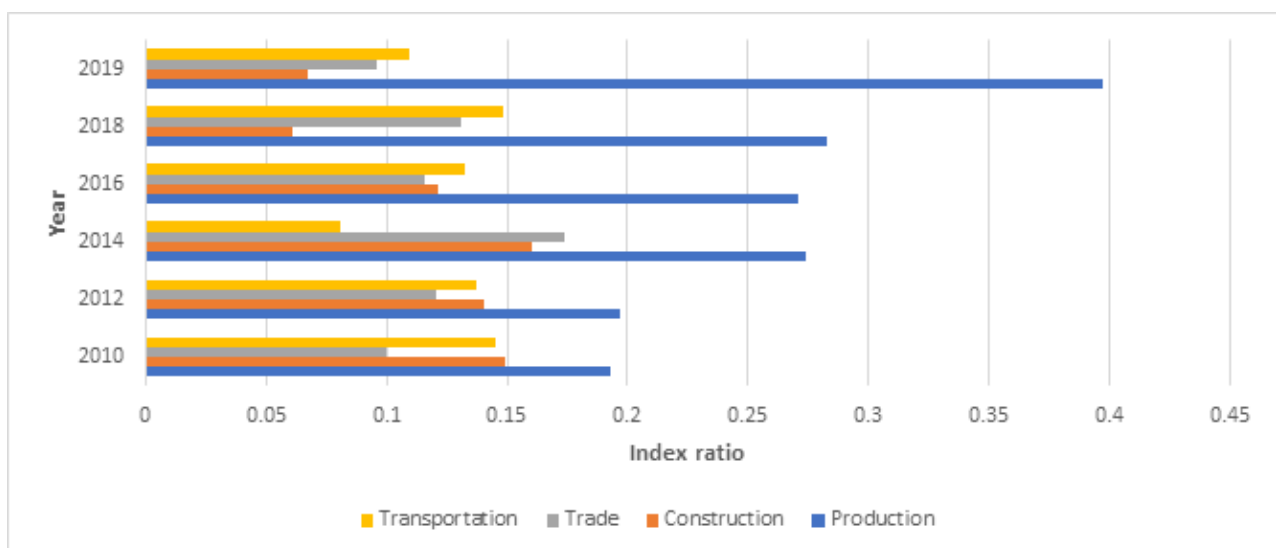
Urban subareas economic investments and new development opportunities: state and prospects

Many researchers, real estate consulting professionals as well as United Nations economic reports point out that in next decade the major catalysts for economic growth and development will be on newly developing urban centers in Asia and several other developing countries through the world [1]. The key determinants of such rapid growth are specializations in new technologies, local and regional workforce migration towards large urban centers, increasing regional turnover through major seaports and national transport nodes. In case of Ukraine the city of Kyiv is the largest urban center. However, if compared to local or international urban centers it falls behind in terms of economic growth and total amount of investments, the major economic activity in the city and suburbs are construction and trade [2].

We believe that is it necessary to shift economical focus from resources and trade-based economy with single center of busines activity towards more robust and multidirectional development plan. To better illustrate our case lets study Kyiv city investments statistics and determine key industries that received more investments thought the last decade. Capital investments from January to June 2020 in Kyiv amounted to 5,209,000,467 thousand UAH [3,4]. A significant share was invested in construction – 4484686 thousand UAH (8.6% of total investments); Industry 16114753 thousand UAH (30.9%); Electricity, gas, steam and air conditioning supply 4782678 thousand UAH (9.2%); Transport, warehousing, postal and courier activities 4638524 thousand UAH (8.9%); Wholesale and retail trade, repair of motor vehicles and motorcycles 5147098 thousand UAH (9.9%). We should note that Industry sectors includes following subcategories - Mining and quarrying; Processing

Секція 3. Розміщення продуктивних сил та регіональна економіка

industry; Electricity, gas, steam and air conditioning supply; Water supply, sewerage, waste management. For comparison let us look at total amount of capital investments in Kyiv during past decade. In 2010 the total amount of capital investment in the city was 53725841 thousand UAH, in 2011 – 71142412 thousand UAH, in 2012 – 79614190 thousand UAH, in 2013 – 70320590 thousand UAH, in 2014 – 67832630 thousand UAH, in 2015 - 88138606 thousand UAH, in 2016 – 106295537 thousand UAH, in 2017 -136044751 thousand UAH, in 2018 - 200308295 thousand UAH, in 2019 – 213247802 thousand UAH. In 2020 there is a decline of total amount of investments (almost two times lower than in 2019), one of the key factors attributing to it was global pandemic and uncertainty in international and regional markets [3,4]. In Figure 1 we present a total share of major economic activities investments by four



main sectors – Transportation, Trade, Construction and Production.

Fig.1 The share of major economic activities in total investment in Kyiv from 2010 to 2019 [4]

If we examine the key sub industries of the Industrial sector, four of them generate largest amount of investments as well as future profit. The largest sector is production of food, beverages, tobacco products, which amount to 47% of all Industry sector investments; electricity, gas, steam and air conditioning attract 21% of invest share; production of basic pharmaceutical products and pharmaceuticals 8.5%, while manufacturing of rubber, plastic and other mineral objects accounts to 7.6% [4].

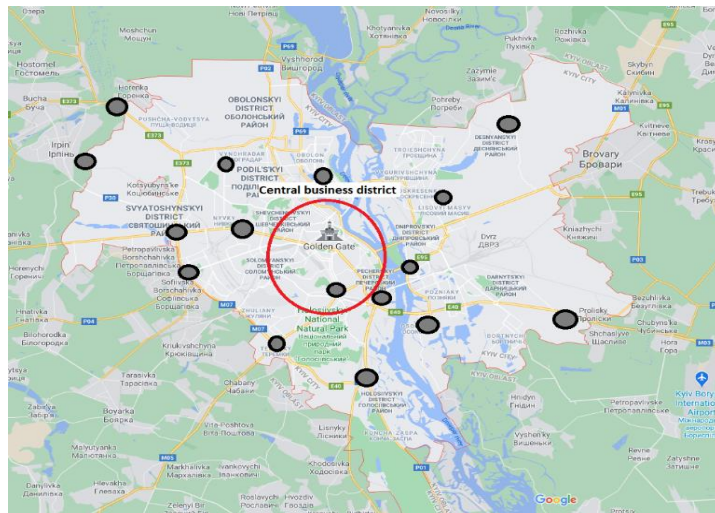


Fig.2 Kyiv Central business district and local centers of new economic development [3,4]

In Figure 2 we outlined the current Central business district of Kyiv city (large circular shape) and determined potential centers for new economic development in the city. Transportation and Production are key activities that will determine stable future economic growth for city and for the subareas in next decades. Careful should be taken to determine next potential local centers for development withing city limits and in adjacent suburban areas. In future research work we plan to outline such potential centers, project approximate amount of capital investments needed and what type of busines activity they are most suitable for with several timelines of next 5 years, 25 and 50 years. Additionally, we should consider ecological situation and sustainable development plan, as well as potential issues on local, regional and global international scale [5].

References

1. Harvey, J., & Jowsey, E. (2004). Urban land economics. New York, NY: Palgrave Macmillan.
2. Nazarenko V.A. (2019). Determening economic aspect of contemporary urbanization: the case of Kyiv. Land management, cadastre and land monitoring, 3, 969-80 [in Ukrainian].
3. Kyiv State general plan for 2020. Available at: <https://kga.gov.ua/generalnij-plan>.
4. State Statistics Service of Ukraine Kyiv Statistics. Available at: <http://kiev.ukrstat.gov.ua>.
5. Nazarenko V.A. (2020). Economic principles and ecological consequences of land use in urban and suburban areas. Land management, cadastre and land monitoring, 2-3, 98-110.

*Казьмір Л. П., к.е.н., науковий співробітник
ДУ «Інститут регіональних досліджень ім. М. І. Долішнього НАН України»
м. Львів, Україна*

Особливості стратегування регіонального розвитку за умов цифрової трансформації економіки

Цифрова трансформація економіки, спричинена стрімким розвитком і впровадженням цифрових технологій, формує нові вимоги до моделей управління соціально-економічним розвитком на всіх рівнях та суттєво впливає на динаміку глобалізаційних процесів загалом. Саме тому проблеми, безпосередньо пов'язані з цифровізацією економіки, входять сьогодні до порядку денного авторитетних міжнародних організацій, національних урядів, транснаціональних корпорацій, окремих представників малого та середнього бізнесу, а також перебувають в центрі уваги наукової спільноти [1]. Зокрема, за оцінками експертів Всесвітнього економічного форуму, глобалізація останнім часом набуває ознак нової фази свого розвитку – Глобалізації 4.0 – фази, яка не обмежується рухом товарів, послуг і капіталу, а й охоплює нематеріальні потоки даних [2].

Тому забезпечення необхідних умов для активізації регіонального розвитку в умовах сучасних технологічних і глобалізаційних викликів потребує формування необхідної законодавчо-нормативної бази, імплементації системи адаптаційних і мотиваційних механізмів, створення відповідних інституційних структур (організацій) та формування умов для їх ефективного функціонування.

Успішне вирішення виокремлених завдань неможливе без глибокого теоретичного переосмислення засад управління регіональним розвитком й певного оновлення відповідних інструментів і методів. У цьому контексті особливо важливого значення набуває систематизація та зміцнення теоретичних засад стратегування регіонального розвитку як цілісної системи, що складається з таких функціональних блоків: стратегічне цілепокладання, прогнозування, формування альтернативних сценаріїв, проєктування,

програмування, планування, комунікативний форсайтинг, аналіз ситуації та наслідків дій, реалізація стратегії та контролінг [3].

Враховуючи той факт, що за умов імплементації ідей четвертої промислової революції розвиток окремих регіонів можливий не лише еволюційним шляхом, а й шляхом "якісного стрибка", значний інтерес для модернізації системи управління регіональним розвитком становлять напрацювання так званої "школи конфігурації" (за Г. Мінцбергом), яка концентрується на змісті стратегій, процесі їх формування й аналізі життєвого циклу об'єкта управління [4]. У трактуванні представників цієї школи розробка стратегії – це в першу чергу підготовка відповідної трансформації об'єкта управління – його "стрибка" з одного свого стану в інший.

З методологічної точки зору серед базових функцій стратегування регіонального розвитку з урахуванням процесів цифрової трансформації суспільства можна виділити такі:

- 1) функцію адаптації регіону до нових умов та можливостей на основі впровадження технічних та управлінських інновацій;
- 2) функцію синтезу існуючого інтегрального потенціалу регіону та нових перспектив розвитку;
- 3) функцію диверсифікації орієнтирів регіонального розвитку на основі використання новітніх цифрових технологій.

При стратегуванні регіонального розвитку окремої уваги заслуговує теоретична концепція "розумної спеціалізації", що базується на ідеї формування стратегій регіонального розвитку на основі якнайповнішого врахування переваг і потенціалу конкретного регіону [5]. В рамках цієї концепції саме регіональні органи влади відіграють ключову роль у визначенні порівняльних (конкурентних) переваг і стратегічних пріоритетів подальшого розвитку регіону шляхом узгодження дослідницько-інноваційного потенціалу конкретного регіону з потребами місцевого бізнесу та з метою ефективної реалізації нових можливостей для розвитку, уникаючи при цьому дублювання та фрагментації зусиль. Тому при формуванні стратегій розумної спеціалізації

Секція 3. Розміщення продуктивних сил та регіональна економіка

регіонів потрібна певна гнучкість, щоб пріоритети спеціалізації могли якнайкраще адаптуватися до мінливого середовища та до потреб ринку [6].

Ще однією важливою особливістю стратегування регіонального розвитку за цих умов є потреба суттєвої інтелектуалізації усієї системи управління на основі формування своєрідної «науково-інформаційної оболонки» управлінської системи як такої [7]. Особливий інтерес у цьому контексті становить концепція чотирикомпонентної спіралі, сутність якої зводиться до врахування мережевої взаємодії науки, бізнесу, держави та громадянського суспільства у процесах поширення знань, впровадження інновацій та прийняття управлінських рішень [8].

Література:

1. Цифровізація економіки України: трансформаційний потенціал / за ред. В.П. Вишневського та С.І. Князева. К.: Академперіодика, 2020. 188 с.
2. Globalization 4.0. Shaping a New Global Architecture in the Age of the Fourth Industrial Revolution. World Economic Forum, 2019. 40 p.
3. Кухарская Н. А. Стратегирование социально-экономического развития региона как новый подход к разработке и реализации стратегий регионального развития. *Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України*. 2014. Вип. 3 (107). С. 22-28.
4. Мінцберг Г. Зліт і падіння стратегічного планування. К., 2008. 412 с.
5. Smart Specialization and Europe's Growth Agenda. Brussels: European Commission, 2014. 60 p.
6. Innovation-driven Growth in Regions: The Role of Smart Specialisation. *OECD Publications*. Paris, 2013. 28 p.
7. Казьмір Л. П. Концептуальні аспекти модернізації системи управління розвитком промисловості в Україні. *Регіональна економіка*. 2020. № 4. С. 121-128.
8. Carayannis E., Grigoroudis E. Quadruple Innovation Helix and Smart Specialization: Knowledge Production and National Competitiveness. *Foresight and STI Governance*. 2016. Vol. 10. No. 1. P. 31-42.

*Калина І. Г., студентка кафедри «Обліку та фінансів»
Шільвінська О.Л., викладач кафедри «Обліку та фінансів»
Черкаський державний бізнес-коледж,
м. Черкаси, Україна*

Вплив COVID-19 на рівень благополуччя населення різних країн

2020 рік був таким, як ніякий інший. Вірус COVID-19 став наслідком зміни життя людей у всьому світі.

На 118-му пленарному засіданні ООН визнала актуальність добробуту та щастя загальнолюдськими цінностями та запропонувала всім державам-членам ООН, міжнародним та регіональним організаціям, а також громадянське суспільство застосовувати більш комплексний, справедливий і збалансований підхід до економічного зростання, який сприяє викоріненню бідності, сталому розвитку та забезпеченню щастя і благополуччя всіх народів [2].

Методологія рейтингу була сформована у 2012 році, та постійно модернізується при проведенні нових досліджень. Була побудована дослідницька система з 33 показників, згрупованих в декілька груп.

При складанні рейтингу враховувалися такі показники благополуччя, як:

- валовий внутрішній продукт на душу населення з урахуванням паритету купівельної спроможності в доларах США;
- очікувана тривалість здорового життя. Джерело даних: Всесвітня організація охорони здоров'я;
- соціальна підтримка. Джерело даних: Опитування Gallup World Poll (GWP) із запитання «Якби у Вас була проблема, чи могли б Ви розраховувати на допомогу родичів або друзів в разі потреби?»;
- свобода вибору в житті – параметр, який є національним середнім бінарним відповідям на запитання «Чи задоволені ви або не задоволені своєю свободою, щоб вибрати те, що ви робите з вашим життям?»;

Секція 3. Розміщення продуктивних сил та регіональна економіка

- щедрість, як показник змін/регресу в середньому по країні відповідей на запитання «Чи витрачали Ви гроші на благодійність в минулому місяці?» приведений до ВВП на душу населення;
- сприйняття корупції є середнє бінарних на два запитання: «Чи є корупція широко поширена в державній владі чи ні?» і «Чи є корупція широко поширеною в межах бізнесу чи ні?» [1].

Дослідники з'ясували, як рік пандемії коронавірусу вплинув на добробут людей у 149 країнах світу. Україна посіла 110-е місце в рейтингу щасливості країн – «Всесвітній звіт щастя-2021».

Попри той негатив, який принесла з собою коронавірусна пандемія, Україна піднялася на 13 позицій у «Всесвітньому звіті щастя-2021», у порівнянні зі звітом 2020 року і на 23 порівняно зі звітом 2019 року.

І хоч ситуація із відчуттям щастя, за критеріями дослідників, в Україні істотно покращилася, українці все ще набагато менше відчувають себе щасливими, аніж їхні сусіди.

Так, Словаччина займає 34-е місце у рейтингу, Польща - 44, Румунія - 46, Угорщина - 53, Молдова - 65, Білорусь - 75, Росія - 76.

На першому місті – Фінляндія, за нею йдуть Данія, Швейцарія, Ісландія, Нідерланди, Норвегія, Швеція, Люксембург, Нова Зеландія та Австрія.

На останній 149-й сходинці – Афганістан, у якому ось уже понад чотири десятиліття йде війна.

Країни «Групи семи» (G7) з'являються у рейтингу з 13-го місця: Німеччина – 13, Канада – 14, Велика Британія – 17, США – 20, Франція – 21, Італія – 28 і Японія – 56 [3].

Коли вірус почав поширюватися та загрожувати життю людей, в усіх країнах масово почали вводити карантин, а саме: заборонили масове скупчення людей, в наслідок чого скасувалися всі спортивні, розважальні та інші заходи, свої двері закрили заклади громадського харчування та інше; скасувалося майже все і звичне життя людей зупинилося. Наслідком цього було зменшення прибутків для всіх, деякі втратили роботу через скорочення робочих місць, а

малі підприємства позакривалися через неможливе ведення своєї діяльності. Але контроль захворюваності та смертності не був ціною більших економічних втрат. Насправді країни з найвищою смертністю також мали найбільше падіння ВВП на душу населення.

Таким чином, у 2020 році не було вибору між здоров'ям та успішною економікою.

Безробіття зросло у багатьох країнах, які постраждали від COVID-19, хоча цифри безробіття не охопили повний обсяг впливу на ринок праці через дві основні причини. По-перше, багато працівників, які втратили роботу під час пандемії COVID-19 не активно шукають нову роботу, і тому їх класифікують як «неактивний» або «поза робочою силою». Збільшення бездіяльності насправді спричинене малою кількістю вакансій на роботу. Дані від Міжнародного сайту вакансій Indeed.com показує, що, у багатьох країнах тенденція щодо розміщення вакансій різко впала більш ніж на 50 відсотків у квітні та залишалася значно нижчою за тенденції 2019 року до кінця року. По-друге, навіть працюючи на оплачуваній роботі, багатьом працівникам в результаті довелося скоротити свій робочий час. Відповідно до Міжнародної організації праці (МОП), загальний робочий час зменшився на 17,3% у другому кварталі 2020 року. Це еквівалентно втрачено 495 мільйонів штатних робочих місць.

Світові економічні наслідки кризи були вкрай нерівними, з непропорційними наслідками в країнах, що розвиваються. З березня 2020 р. робітники у країнах із нижчим середнім рівнем доходу пережили на 43 відсотків більше скорочення робочого часу та доходу від праці, ніж у країнах з високим доходом.

Робітники у країнах, що розвиваються, як правило, менш ймовірно працюватимуть віддалено, а отже мають вищий ризик втратити роботу та захворіти в їх нормальному робочому середовищі.

Одним із найяскравіших наслідків кризи стало загострення наявних соціально-економічних нерівностей. Майже в кожній європейській країні працівники з низьким рівнем доходу та низькою кваліфікацією мали більшу

Секція 3. Розміщення продуктивних сил та регіональна економіка

ймовірність скоротити робочий час або втратили роботу на ранніх етапах пандемії. Працівники з низьким рівнем доходу та низьким рівнем кваліфікації, як правило, менш задоволені своєю роботою водночас також більш залежні від неї.

Між лютим та липнем 2020 р. зайнятість серед дорослих скоротилася на 5,1 відсотка, тоді як зайнятість серед молоді зменшилась на 17,4 відсотка, а це більше ніж в три рази. До кінця вересня молодь також стикалася з більшим за середній ризик втратити свою роботу майже в усіх європейських країнах.

В парі із затримками в освітніх та навчальних програмах, перешкодами для пошуку роботи, і зростанням самотності та соціальної ізоляції, пандемія COVID-19 зазнала особливо драматичних наслідків на добробут молоді.

Отже, пандемія COVID-19 вплинула на економіку майже всіх країн світу. Збільшився рівень безробіття, зменшився рівень оплати праці, та кількість робочих місць.

Література:

1. Всесвітній звіт щастя-2021. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/ukraina-reutyng-shchastya-2021/31159705.html> (дата звернення 20.03.2021).
2. День щастя. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/День_щастя (дата звернення 20.03.2021).
3. Рейтинг країн світу за рівнем щастя населення. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Рейтинг_країн_світу_за_рівнем_щастя_населення (дата звернення 20.03.2021).

*Кербікова А.С., старший викладач кафедри економіки та підприємництва
Національна металургійна академія України,
м. Дніпро, Україна*

Аналіз демографічного потенціалу регіонів України

Головним ресурсом кожної країни, який в значній мірі визначає рівень розвитку продуктивних сил, ефективність використання природних ресурсів, економічний стан держави є трудові ресурси [1, 3].

До основних чинників, які характеризують трудові ресурси країни та особливості їх використання відносяться наступні:

- чисельність населення країни (регіону), його динаміка, характер відтворення;
- розміщення населення на території, форми розселення та міграції;
- статева та вікова структура населення;
- чисельність, динаміка та рівень кваліфікації трудових ресурсів;
- структура зайнятості населення;
- національний склад населення.

За даними Держстату на 1 січня поточного року представлена статистична інформація чисельності наявного населення України з 2010 року по 2021 рік (рис. 1) [2, 4, 5].

Скорочення наявного населення зумовлено багатьма чинниками, найважливішими з яких є зниження рівня і якості життя людей у період економічної кризи, ускладнення екологічної ситуації в усіх регіонах країни, старіння населення. (рис. 2) [2, 4, 5].

Найбільше зменшення наявного населення відбулося у Дніпропетровській, Запорізькій, Полтавській, Харківській областях України.

Секція 3. Розміщення продуктивних сил та регіональна економіка

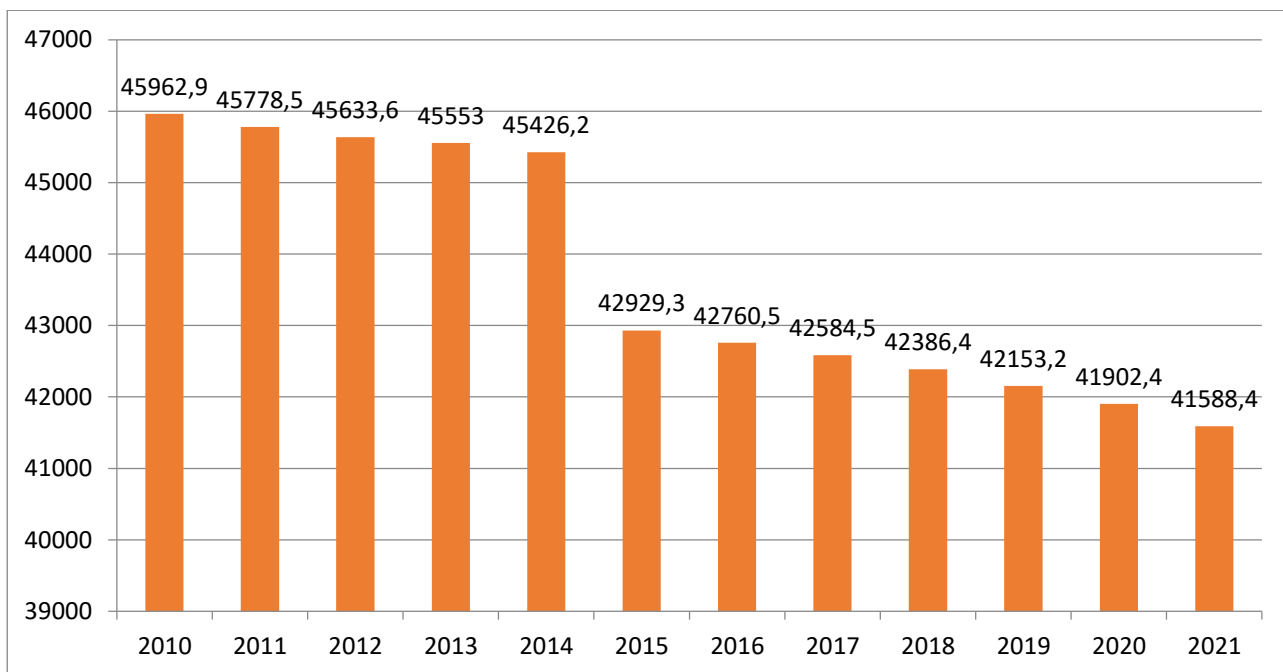


Рис. 1. Чисельність наявного населення України на 1 січня поточного року, тис. осіб.

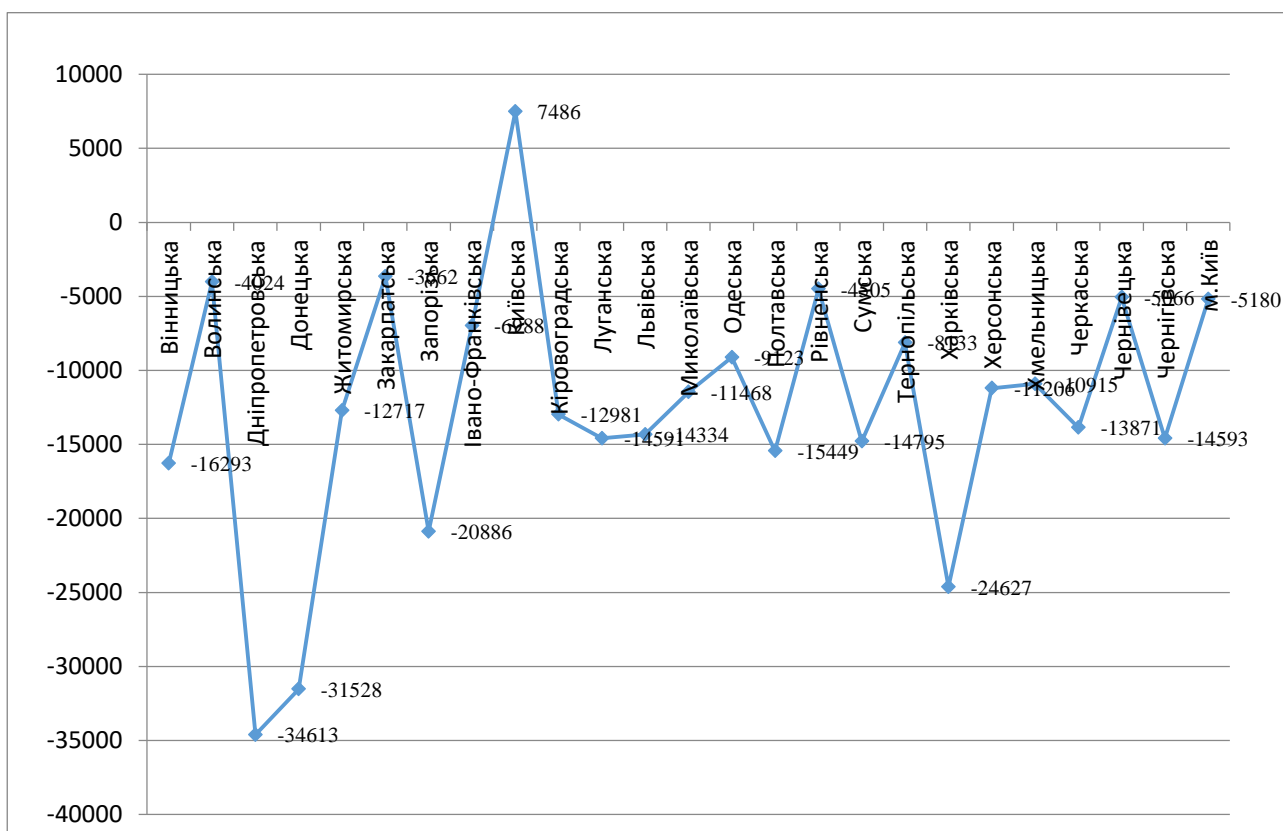


Рис. 2. Загальний приріст, скорочення населення України за 2020 рік (-), осіб.

Аналіз результуючих показників відтворення населення дозволяє зробити певні висновки щодо поточного стану цього процесу в Україні. Чисельність населення країни лише за останні десять років зменшилась на 4374,5 тис. осіб через скорочення чисельності народжених при зростанні чисельності померлих. Це свідчить про те, що Україна частково наслідує сценарій розвинутих країн, де протягом останні десятиліть відбувається скорочення народжуваності, старіння населення, збільшення віку матерів. Причинами такого стану демографії в розвинутих країнах є підвищення добробуту, покращення рівня життя, медичного обслуговування, освіченості населення, зменшення гендерної нерівності.

Література:

1. Демографія: Навчальний посібник / С.Б. Довбня, Т.В. Гулик, А.С. Кербікова. – Дніпропетровськ: НМетАУ, 2016. – 201 с.
2. Державна служба статистики України. [Електронний ресурс]. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
3. Кербікова А.С., Письменна О.О. Діагностика демографічної ситуації в Україні. /А.С. Кербікова, О.О. Письменна // Міжнародний науковий журнал «Грааль науки» № 2-3 (Квітень, 2021) –С. 35-40
4. Розподіл постійного населення України за статтю та віком на 1 січня 2020 року. Статистичний збірник/ Державна служба статистики України. Відп за випуск Олена Вишневська – К. 2020. 344с.
5. Чисельність наявного населення України на 1 січня 2020 року. Статистичний збірник/ Державна служба статистики України. Відп за випуск Олена Вишневська– К. 2020. 83с.

*Кіртока Є.В., студентка 4 курсу спеціальності 051 «Економіка»
Запорізький національний університет
м. Запоріжжя, Україна*

Дослідження потенціалу ринку праці ІТ-сфери України

ІТ-ринок — це сектор економіки, який за останні роки демонструє одні із найбільш стабільних темпів росту виторгу, експорту та залучення нових кваліфікованих кадрів. Сектор інформаційних послуг тісно пов'язаний із глобальним ринком, тож різкий підйом спровокований масовим переходом світу в онлайн в усіх сферах діяльності.

В останні роки спостерігається збільшення попиту на ІТ-фахівців. Попит на кадри зростає на 22-30% щорічно. Проте кваліфікованої робочої сили не вистачає і на кінець 2020 року спостерігався дефіцит кадрів [1].

При цьому на 2020 рік вже було залучено понад 190 тис. фахівців [2], що більш ніж у два рази більше проти 2015 року (89 тис. фахівців). На українському ринку праці найбільш затребуваними є фахівці за такими спеціальностями, як: Front End, тестувальники (Quality Assurance), .NET розробники, розробники на мовах програмування PHP, Java, Python, Node.js (JavaScript), спеціалісти з маркетингу, проєкт-менеджери, дизайнери, аналітики.

Частка ІТ в експорті послуг на 2018 рік вже досягла 20% та 5% у загальному експорті товарів та послуг (проти 3% та 0,7% у 2011 році). При цьому сума єдиного податку досягала 3.5 млрд. грн. на 2017 рік.

Щодо світової арени, то Україну можна порівнювати за положенням та часткою ринку із Румунією, Польщею та Білоруссю. Проте навіть серед цих країн, Україна має найбільші абсолютні показники за кількістю чинних компаній, загальним доходом, кількістю ІТ-спеціалістів та кількістю технічних навчальних закладів. Також вигідно виділяє Україну оподаткування [2]. Поступається країна за кількістю розробників в цій ніші лише Індії та Китаю. Проте якість роботи та більша культурна близькість до основних замовників програмних продуктів у світі робить українських спеціалістів більш затребуваними.

Також позитивною тенденцією є зменшення кількості закордонних трудових міграцій спеціалістів цієї сфери. Найбільший бум спостерігався на 2015 рік (майже 10% працівників) та поступово показники зменшувались, і вже на 2017 рік становили менш ніж 4%. До того ж працівники, які залишили країну почали повертатися назад. Серед чинників такої поведінки можна виділити стабілізацію політичної ситуації в Україні та розробка прогресивних ІТ-стартапів в Україні. Тобто українські компанії створюють усі умови для кар'єрного росту фахівців, та загалом зростає кількість ІТ-компаній.

Важливо зазначити, що український ринок поступово збільшує частку локальних проєктів, а не тільки орієнтується на закордонні запити.

У зв'язку із пандемією, на 2020 рік спостерігались такі тенденції:

- Перехід на ремоут (дистанційну роботу). Для українських реалій співпраця із клієнтами майже не зазнає змін, проте процес організації роботи в командах докорінно перебудовано.

- Зміни у навчанні спеціалістів. ВНЗ зі старими програмами та обладнанням не встигають за вимогами ринку. Велику частку займає онлайн навчання. Фахівців готують за межами університетів: створюються приватні курси, заохочуються стажування у фірмах із паралельним навчанням, актуальними стають спільні програми університетів та компаній. При цьому навчальні програми постійно оновлюються.

- Постійне збільшення попиту на ІТ-спеціалістів. Одночасно із цим, оскільки і працевлаштування зростає, росте попит саме на вузькопрофільних спеціалістів.

- Україна цікавить тепер світовий ринок не тільки як робоча сила, але і пропонує власне розроблений продукт (наприклад відомий сервіс Grammarly, компанії Augmented Pixels та Viewdle).

- Можливі зміни в оподаткуванні ІТ-спеціалістів.

В Україні держава приймає ряд дій, відносно розвитку та контролю сектору інформаційних послуг. Міністерство цифрової трансформації України планує визначити нові правила для ІТ-бізнесу, шляхом створення спеціального

Секція 3. Розміщення продуктивних сил та регіональна економіка

правового режиму Дія City [3]. Це створюється задля виведення спеціалістів на офіційне працевлаштування та відмови від фрілансу. Згідно з цим нововведенням, фахівці отримують ряд переваг.

По-перше, це податкові преференції. На наш час є розповсюдженою практикою серед ІТ-спеціалістів відкривати ФОП та працювати на компанії та цьому рівні оподаткування. Дія City пропонує зниження ПДФО до 5%, ЄСВ розміром з однієї мінімальної зарплати та військовий збір 1,5%. Також, податок на прибуток планують замінити на податок на виведений капітал, та при цьому ставка оподаткування зменшується з 18 до 9%.

По-друге, Дія City запроваджує більш гнучку систему співпраці, згідно з якою гнучкість залишається як у ФОПа, проте є місце соціальним гарантіям.

По-третє, додаток спрощує взаємодію із закордонними інвесторами.

Також на 2021 рік держава має намір провести експеримент із перекваліфікації безробітних в ІТ-спеціалістів. Відповідно до цього, пропонується 6-місячна програма навчання та подальше працевлаштування. Особливо актуальним є рішення за нестачі кадрів на ринку.

Отже, проблемами сучасного українського ринку праці ІТ-сектору є:

- 1) нестача кваліфікованих кадрів;
- 2) складність комунікації команди розробників на дистанційній співпраці;
- 3) зростання порогу входу спеціалістам-початківцям, через бум розвитку технологій та збільшення кількості охочих, в той час коли компанії потребують загартованих реальними проєктами фахівців;
- 4) дефіцит вузькоспеціалізованих кадрів.

Щодо загальних перешкод, як для країни, то слід зазначити проблеми із загальним іміджем України у світі, недостатня транспарентність законодавства та передбачуваність для ведення бізнесу [4].

Щодо перспектив розвитку для ринку праці, то основним напрямком є реформування підходів до системної освіти ІТ-фахівців за різними напрямками інформаційних технологій. На наш час є неймовірні можливості продукувати спеціалістів для необхідних, проте ще масово не зайнятих галузей, які

безпосередньо можуть не займати спеціалізовані ІТ-рішення. Проте це можливо лише за плідного партнерства університетів та приватних компаній, які більше інших зацікавлені у створенні нової робочої сили. Задля цього необхідно розвивати систему технопарків та підтримку стартапів.

Також є можливість більше розвивати галузь не лише у великих містах (Київ, Харків, Львів), але й в інших містах і при цьому розробити стратегію регіональної спеціалізації.

Отже, галузь потребує довгостроковий план розвитку в цілому для країни, якщо Україна прагне конкурувати із державами-постачальниками фахівців. Та ІТ-сфера, як і будь-яка інша в наш час, потребує автоматизації, про що не можна забувати розвиваючи довгострокові глобальні стратегії.

Література:

1. ІТ-ринок праці в цифрах. Дослідження незалежного журналістського бізнес-порталу Mind. URL: <https://mind.ua/publications/20219594-it-rinok-praci-v-cifrah-naskilki-zrosli-zarplati-j-popit-na-fahivciv>

2. Овчаренко Д. ІТ в Україні: куди ми рухаємося. Дослідження українського проєкту DOU. 2020. URL: <https://dou.ua/lenta/columns/future-of-it-ukraine/>

3. Офіційний сайт державного проєкту екосистеми хмарних продуктів для управління ризиками LIGA 360. URL: https://biz.ligazakon.net/ru/news/200154_pochemu-ukraina-stanet-privlekatelnoy-dlya-it-biznesa-v-2021-godu-5-novatsiy

4. Ukrainian IT Industry: Analytical Report (UKR). Асоціація «IT Ukraine» з Офісом ефективного регулювання (BRDO). Київ, жовтень 2018. URL: https://issuu.com/itukraine/docs/ukrainian_it_industry_report_ukr

Науковий керівник: Батракова Т.І., к.е.н., доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування, Запорізький національний університет, м. Запоріжжя, Україна

*Мантур-Чубата О.С., к.е.н.,
старший викладач кафедри управління персоналом та економіки праці,
Дичок Х.Г., студентка,
Шерпа Б.І., студент,
Хмельницький національний університет,
м. Хмельницький, Україна*

Особливості впливу іміджу керівника на ефективність управління підприємством

Особистий імідж керівника організації є найважливішим компонентом корпоративного іміджу. Основним механізмом формування корпоративного іміджу є персоніфікація, тобто приписування організації властивостей особистості, персони. Імідж керівника формується в результаті сприйняття реципієнтом імідж-формуючої інформації. Особистий імідж керівника – це не тільки і не стільки засіб завоювати увагу, це скоріше спосіб реагування на вимоги своїх підлеглих, які бажають сприймати даного управлінця саме таким, а не іншим, а тому його управлінський імідж повинен будуватися на міфах, створюватися й житися ними. Міфи мають довге життя і часом для їх народження досить однієї лише деталі – за умови, що вона співпадає з концепцією образу керівника і що засоби масової інформації приймають ті самі правила гри [2, с. 240]. Складові особистісно-професійного іміджу керівника зображено на рисунку 1. Аналіз досліджень літератури дозволив виділити у структурі іміджу керівника три важливих блоки. Перший з них пов'язаний з особистістю носія іміджу і являє собою комплекс характеристик його якостей. Другий блок характеризує стан і поведінку його в соціальному середовищі. І третій з них показує застосування цих якостей у професійній діяльності керівника. Формування іміджу керівника може проходити двома шляхами: стихійно (спонтанно) або цілеспрямовано. У першому випадку це звичайний процес, який проходить без зовнішнього тиску, одним з результатів якого є становлення людини як індивідуальності.

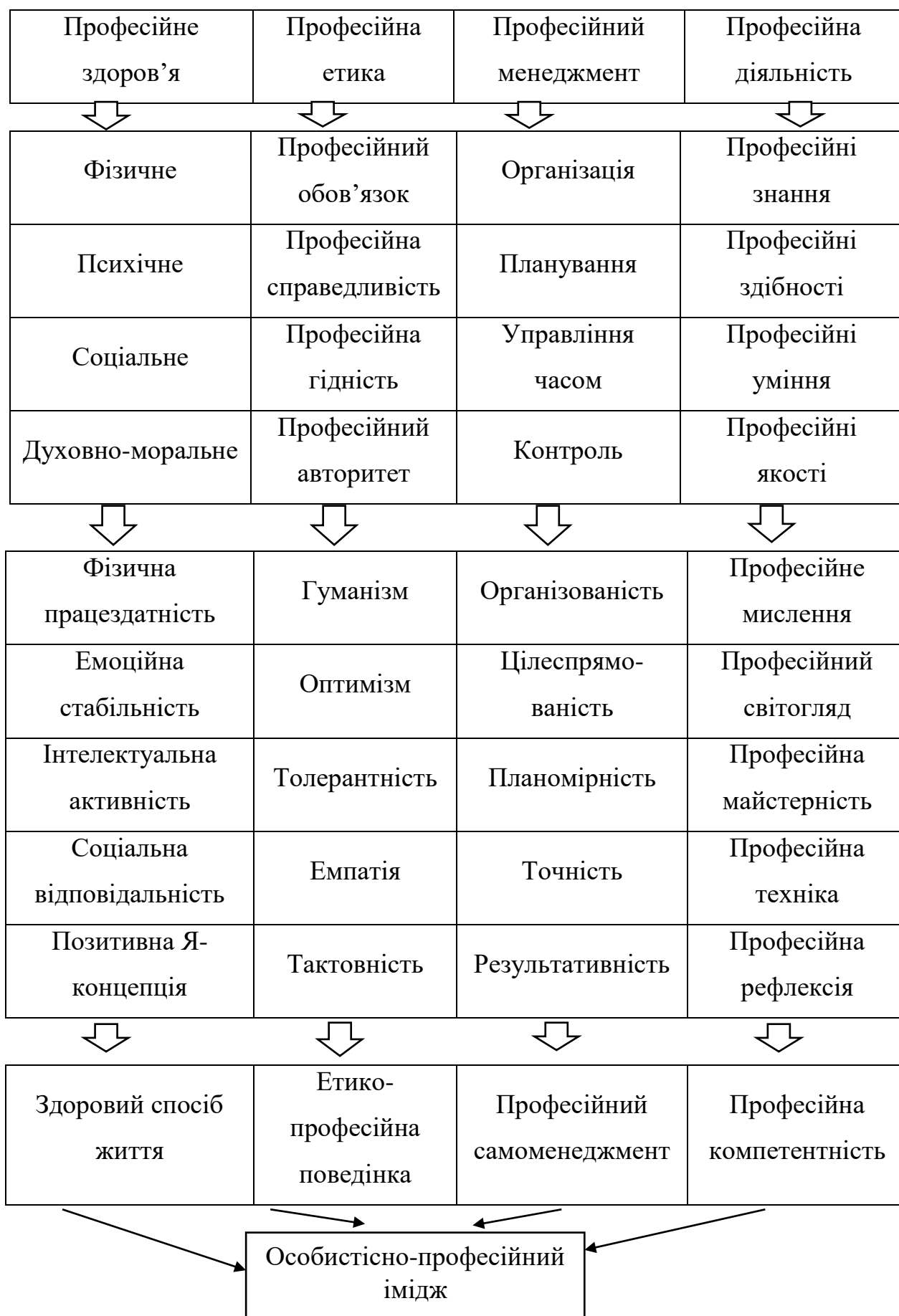


Рис. 1. Складові особистісно-професійного іміджу керівника

Секція 3. Розміщення продуктивних сил та регіональна економіка

Другий шлях припускає активне формування, яке пов'язане зі штучним створенням іміджу та проведенням спеціальних заходів, процедур індивідуальної та організаційної роботи. Він використовується у наступних випадках: керівник є «чужим» по відношенню до організації (у разі антикризового управління); керівник не має великого досвіду управління; в системі управління персоналом є конфліктні точки; розмір організації настільки великий, що співробітники не можуть скласти адекватне уявлення про діяльність керівника та його особистості (і це призводить до зниження трудової мотивації); існують зовнішні причини для створення іміджу керівника як такого собі аналогу «торгової марки» підприємства.

Відображення цих компонентів виконує дві функції: «безпосереднього розрізнення і пізнання» їх серед інших компонентів вигляду і в загальній картині поведінки, і «інтерпретацію того психологічного змісту, який, як здається учасникам діяльності, укладений в цих компонентах – сигналах» [1]. Імідж керівника, володіючи потенціалом, впливає на дії підлеглих, спонукає до адекватних моделей поведінки, і, отже, призводить до вибудовування певного роду відносин. Завдяки організуючому початку в побудові управлінських відносин, імідж керівника впливає на процес обміну інформацією, сприяє усуненню дефіциту інформації, необхідної для прийняття рішення, підвищуючи тим самим ефективність управління. Робота над створенням іміджу повинна починатися з постановки цілі. Ціль керівника може полягати в посиленні впливу на підлеглих, поліпшенні іміджу ввіреного йому підрозділу.

Якщо керівник приймає рішення про те, що буде проводити роботу по вдосконаленню свого іміджу самостійно, це означає, що він повинен виділити складові частини процесу створення іміджу, після чого звернутися до фахівців з кожної окремої складової. Очевидно, що імідж керівника підприємства буде в більшій мірі впливати на імідж підприємства, чим імідж якого-небудь співробітника. Хоча, якщо цей співробітник має справу з клієнтами, нехай навіть просто відповідає по телефону, то думка про цього співробітника вільно чи мимоволі буде поширюватися і на думку про підприємство. Важливо

навчитись упевнено боротись із власними психологічними бар'єрами на шляху до успіху. І що, мабуть, найголовніше, – імідж керівника найчастіше асоційовано з особистістю [3]. Для успішного формування та підтримки іміджу керівника підприємства необхідно звертати увагу на всі дрібниці, ретельно аналізуючи кожен крок і обдумуючи кожне рішення. Таким чином, об'єктивно необхідна первісна розробка плану формування іміджу керівника на підприємстві та слідування йому протягом життєдіяльності компанії. Важливо пам'ятати, що всі елементи плану повинні бути взаємопов'язані і працювати як єдине ціле. Формування іміджу керівника - це мистецтво, яке вимагає тривалої і трудомісткої роботи. Важливо прагнути до того, щоб бажаний імідж відповідав реальному. Щоб створений образ відповідав вимогам суспільства і відбивав індивідуальність фірми. За допомогою управління іміджем можна впливати і керувати емоціями споживачів, що є основною цінністю в умовах сучасного ринку.

Література:

1. Шевченко В. С. Роль і місце іміджу керівника в ефективному управлінні сучасної організації [Електронний ресурс] / В. С. Шевченко // Соціальна економіка. – 2016. – № 2. – С. 157-161. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/se_2016_2_26.
2. Пшенична Л. Імідж керівника – важлива складова кар'єри управлінця [Електронний ресурс] / Л. Пшенична // Педагогічні науки: теорія, історія, інноваційні технології – 2018. – № 6 (80). – С. 233-250.
3. Колодка А. В. Особливості формування іміджу керівника організації / А. В. Колодка // Економічні проблеми сталого розвитку : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, присвяченої пам'яті проф. Балацького О.Ф., м. Суми, 24-26 квітня 2013 р. / За заг. ред. О. В. Прокопенко. – Суми : СумДУ, 2013. – Т. 4. – С. 34-35.
4. Делія О. В. Імідж керівника як чинник оптимізації управління персоналом / О. В. Делія // Збірник наукових праць ЧДТУ. – 2013. – Вип. 32. – Ч. II. – С. 42-44.

Мінаков О.В., к.е.н., фінансовий директор ПрАТ

«Каховський завод електрозварювального устаткування», м. Каховка, Україна

Герасименко А.П., магістрант кафедри менеджменту

зовнішньоекономічної діяльності підприємств,

Національний авіаційний університет, м. Київ, Україна

Організаційний дизайн як інструмент державного управління

Форми державного управління мають забезпечувати найбільш цілеспрямоване виконання управлінських функцій та спрямовані на досягнення цілей управління з найменшим використанням ресурсів. Тоді як, характер управління виявляється у його необхідності, соціальній обумовленості та доцільності.

У найширшому розумінні під державним управлінням слід розуміти «...сукупність усіх видів державної діяльності, тобто всіх форм здійснення державної влади загалом» [1, с.29]. Це дозволяє виокремити органи державного влади від недержавної адміністративної діяльності.

У вузькому розумінні під державним управлінням розуміється діяльність держави, яка представлена спеціальними державними органами, тобто органами виконавчої влади. У цьому випадку державне управління розглядається як «...діяльність, що спрямована на реалізацію законів та інших правових актів через різні форми державного впливу на об'єкти управління» [1, с.29].

Державні посадові особи обирають найбільш ефективну форму управління в кожному конкретному випадку, виходячи з: власної компетенції, призначення органу державної влади, його функцій, особливостей конкретного адміністративного об'єкта тощо. Для будь якої форми державного управління, виконавчої влади, типу економічних відносин адміністративне управління є необхідною частиною здійснення державного управління.

Останнім часом підвищена увага приділяється управлінню проектами, а саме проектуванню організаційних конструкцій, таких як проектний бізнес (офіс управління проектами; проектно-орієнтовані організації; інституційний контекст тощо). Новим напрямом щодо розвитку концепції управління проектами є інтегративний підхід до вивчення організаційного дизайну [2]. Сутність якого зводиться до гнучкої будови тридоменних меж щодо забезпечення швидкості реакції на ринкові зміни, подолання напруженості між тимчасовим характером проектів та постійним характером материнської організації. А також, стосується побудови близьких взаємозв'язків між управлінням проектами та професійним світом. Тобто, це управління декількома проектами передбачає зосередження уваги на основних проблемах у розумінні того, як люди та ресурси мають бути організовані для спільного досягнення очікуваних цілей.

Крім того, ці бар'єри, що згадувались Грінвудом та Міллером, можуть бути менш важливими під час дослідження управління проектами [3]. По-перше, основні дослідження все ще стосуються організації та її внутрішніх проблем. По-друге, вчені з управління проектами здаються зацікавленими складністю організаційних форм. По-третє, загальна організація не завжди знаходиться у центрі уваги, але мережа проектів робить дослідження організаційного дизайну більш інтегративним в управлінні проектами.

Загалом, дослідження управління проектами може запропонувати щось нове для організаційної теорії організаційного проектування, а саме для подолання вище згадуваних перешкод. Хоча, наразі, організаційний дизайн є кількісним і доволі вузьким, він покликаний допомогти у досягненні організаційного проектування у процесі реалізації державного управління.

Слід зазначити, що наразі відбувається активніше проникнення державного управління в інші сфери людської діяльності. Важливими елементами яких виступають організаційні та адміністративні методи управління. Сутність яких полягає у впливі об'єкта, що контролюється, на силу офіційних інструкцій, а також організаційних та структурних норм. Ці методи управління є прямими методами дії, тому вони є доволі очевидними. Оскільки вони засновані на

Секція 3. Розміщення продуктивних сил та регіональна економіка

відносинах керівництва, таких як «...дисципліна, відповідальність, влада та примус» [4].

Серед організаційно-адміністративних методів державного управління головну роль відіграють методи регулювання або організаційної стабілізації. Вони є класичними організаційними методами, які спрямовані на створення, підтримку та удосконалення організаційних структур, розподіл та консолідацію функцій (обов'язків), завдань, прав та відповідальності суб'єктів та об'єктів управління. Об'єкти з організаційними наслідками є як предметом управління, так і, в деяких випадках, елементами зовнішнього середовища.

Предметом же управління є зміна: функції, структури, організації управлінської роботи, виявлення або зміни прав та обов'язків.

Загальне організаційне регулювання включає: закони, статuti та положення загального організаційного характеру, визначення організаційної структури та функціонування всієї соціальної підсистеми. Функціональне регулювання містить положення, що визначають внутрішній порядок роботи, організаційний статус: цілі, завдання, функції, повноваження, відповідальність тощо. Наприклад, положення про лінійний та функціональний підрозділи різних органів виконавчої влади (положення про міністерство, державний комітет тощо). Структурне регулювання включає організаційні форми управління, що відображають основні елементи та умови внутрішніх структур. Метою яких є досягнення певної стандартизації щодо рівня управління адміністративними структурами. Прикладами таких нормативних актів є положення про: департаменти, підрозділи та керівні посади. Формальне регулювання здійснюється шляхом розробки штатних та посадових інструкцій, які містять перелік посад та основні вимоги щодо компетенції, а також виконання службових обов'язків.

Організаційні та адміністративні методи включають постійну організаційну базу, що базується на нормативних актах. Адміністративний вплив є: активним - призначає: накази, укази, розпорядження, вказівки, тощо і пасивним (наради, оперативні та індивідуальні конференції). Типовими ефектами можуть бути усні або документальні.

Основою організаційного дизайну є порядок управління, що виникає в результаті організаційного впливу. Цей вплив походить від керівника і не обов'язково обговорюється або змінюється.

Правила та норми, що застосовуються у практиці управління, можна класифікувати таким чином:

- за рівнем управління - економічний, загальносистемний, внутрішньо організаційний;
- за видами - організаційно-управлінські, фінансово-кредитні, трудові;
- за терміном дії норми поділяються на: довгострокові, середньострокові та короткострокові;
- за напрямком впливу розрізняють норми впливу на: колектив у цілому та на окремих працівників.

Всі організаційно-адміністративні групи використовуються як окремо так і паралельно, тобто у своїй структурі вони є взаємопов'язаними між собою. Їх можна замінити, що визначає можливість їх використання у різних ситуаціях при формуванні організаційного дизайну.

Література:

1. Грохольський В.Л. Визначення сутності державного управління та його відмежування від суміжних понять. *Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». Серія: «Юридичні науки»*. 2017. № 1. С. 28–32.

2. Білявський В.М. Територіальний брендинг як інструмент розвитку регіону (на прикладі Житомирської області). *Вісник Хмельницького національного університету (Економічні науки)*. 2019. Т. 3. С. 42–47.

3. Білявська Ю.В., Ромат Є.В. Організація майбутнього в контексті еволюції менеджменту та маркетингу. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки»*. 2019. Вип. 33. С. 80-85.

4. Білявський В.М. Оцінка ефективності соціальних технологій у системі корпоративного управління організацією. *Вчені записки ун-ту «КРОК»*. Випуск 28 : Том I. 2011. С. 21–29.

*Невідома К. О., здобувач вищої освіти
Кривуля П. В., доц., к.е.н., доц. каф. економіки і підприємництва
Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля,
м. Северодонецьк, Україна*

**Проблемні питання достатності комплексу засад аналізу
соціально–економічного розвитку регіонів
(на прикладі Донецького економічного району України)**

Згідно з визначенням О. В. Черевко [6, с. 8] соціально-економічний розвиток регіону – це об’єктивний процес, що відбувається під впливом історичних, географічних, ресурсних, демографічних та інших факторів. Одночасно розвиток регіону – це суб’єктивний процес, що відбувається під впливом управлінських заходів, у першу чергу, з боку регіональної адміністрації, а також адміністрації державного рівня. Таким чином, можна дійти висновку про два різних тлумачення терміну «розвиток», які слід розрізняти та розуміти окремо як об’єктивний процес трансформації та цілеспрямовану зміну об’єкту управління, яким може бути й економічний регіон також. Для кожного з тлумачень можна також використовувати додаткову ознаку: для першого – це об’єктивний розвиток, а для другого – цілеспрямований розвиток. Крім того, розвиток різних регіонів неможна прирівнювати за однаковим універсальним шаблоном стадій. У кожного регіону є своя специфічна комбінація ознак (території, чисельності населення, рівномірності, окремих значень показників рівня розвитку промисловості та населення), своя виробнича структура, географічне положення та спеціалізація, – дуже багато аспектів визначають рівень розвитку такої масштабної одиниці людського буття як регіон. Отже, розвиток окремо взятого регіону не може бути однозначно порівняно з рівнем розвитку інших регіонів, тому при розгляданні можливості оцінювання рівня розвитку окремого регіону треба враховувати лише його стан та його особливості, з одного боку, але ж і загальну схему аналізу з іншого боку. Це є складним завданням для забезпечення такого аналізу загальними засадами, яку встановимо як першу складність та перший напрям розвитку методичних засад аналізу соціально-економічного розвитку

регіонів. Другим завданням та другою складністю є складність враховувати відповідність всьому комплексу різноспрямованих уподобань багатьох людей, які мешкають в одному регіоні, а аналіз цілей має лежати у основі цілеспрямованості розвитку. Недостатність сучасного інструментарію економічного аналізу досягнення цілей діяльності показано у роботі [3].

З територіального погляду за обсягом загального природно-ресурсного потенціалу виділяється Донецький економічний район. Він становить 21,1% природно-ресурсного потенціалу України [2]. Донецький економічний район складається з двох областей: Луганської та Донецької. Населення становить приблизно 6 млн. Великою перевагою регіону є те, що на території знаходиться Донецький кам'яновугільний басейн. Це робить вугільну промисловість спеціалізацію Донецького економічного району [1, с. 228–229]. Таким чином регіон має значний фізичний ресурсний потенціал, але саме це стало причиною його цілеспрямованого розвитку, та саме це стало причиною катастрофічного стану у сфері якості життя населення регіону, коли цілеспрямований розвиток змінив вектор. Таким чином, оцінки цілеспрямованого розвитку залежать не тільки від потенціалу розвитку, а й від порівняння темпів об'єктивного та цілеспрямованого розвитку, а тому можна висунути тезу про третє завдання розвитку методичних засад аналізу та третю складність забезпечення такого аналізу загальними засадами: складність порівняння об'єктивного та цілеспрямованого розвитку, бо незрозуміло поки що, чи слід їх розглядати окремо, чи слід враховувати випереджальний характер одного з них. Третя складність тим більше, чим більше друга складність, а ситуація з великою густотою населення Донецького економічного району наочно демонструє цю тезу. Велика густина населення має бути підтвердженням колишньої розвинутості регіону, але як показує моніторинг соціально-економічного розвитку регіонів за січень-червень 2020 року [5, с. 8], Донецький економічний район посідає останнє місце з дев'ятьох. Нажаль, Луганський та Донецький регіони займають 24 та 25 місця у загальному переліку регіонів України. Але при цьому кращий результат показала Донецька область за напрямком

Секція 3. Розміщення продуктивних сил та регіональна економіка

"Інвестиційний розвиток та зовнішньоекономічна співпраця", де посіла 14 місце серед 25. Обсяг капітальних інвестицій (крім інвестицій з державного бюджету) у розрахунку на одну особу населення становить 1999,5 гривень. Обсяг експорту товарів у розрахунку на одну особу населення становить 450,1 дол. США. Це показує, що спад розвитку водночас стає резервом нового цілеспрямованого розвитку, а таким чином стаціонарні оцінки розвитку регіону мають враховувати динамічну складову, порівняння змін у відносному використанні потенціалу регіону. Цю тезу висуваємо як четверте завдання розвитку методичних засад аналізу та четверту складність забезпечення такого аналізу загальними засадами. Такі складні динамічні стосунки об'єктивного та цілеспрямованого розвитку поки що не знайшли відбиття у комплексі підходів оцінювання використання потенціалу розвитку.

Також моніторинг соціально-економічного розвитку регіонів за січень-червень 2020 року [5, с. 10–19] показує, що Донецька область посіла 15 місце за напрямком "Економічна ефективність", де за індексом будівельної продукції посіла 4 місце та 8 місце за напрямками: "Обсяг реалізованої промислової продукції у розрахунку на одну особу населення" та "Обсяг виробництва продукції сільського господарства у розрахунку на одну особу сільського населення". Луганська область зайняла 15 місце за напрямком "Розвиток інфраструктури". Оскільки маємо звернути увагу на те, що у 2019 році Луганська область посіла 24 місце за цим напрямком, але навіть просте порівняння густоти населення (яка значно зменшилась за останню чверть століття), дає змогу дійти простого висновку про те, що колись темпи забудови та виробництва, темпи розвитку інфраструктури були найбільшими, а тому такі коливання демонструють лише різні рівні від умовного рівня не досягнутості пікового рівня розвитку. Тому слід висунути п'ятий напрямок у комплексі завдань розвитку методичних засад аналізу та п'яту складність забезпечення такого аналізу загальними засадами: врахування не тільки рівня використання потенціалу цілеспрямованого розвитку, який забезпечує об'єктивний розвиток, а й врахування рівня використання потенціалу, який визначено усіма

об'єктивними та цілеспрямованими процесами розвитку у глобальному масштабі. Це має стати основою розвитку порівняльних оцінок, які певним чином були б аналогічними оцінкам конкурентоспроможності, але б базувалися не на обов'язковості конкуренції регіонів, а на засадах забезпечення глобального сталого розвитку. Такі оцінки відносного розвитку не мають бути лише порівнянням розвинутої аналогічних чи будь яких окремо взятих регіонів, а мають стати основою порівняння можливостей та їх використання, які завдає міжнародна інтеграція та рівень розвитку всіх пов'язаних регіонів.

25 місце Луганська область посіла за напрямками "Економічна ефективність" та "Відновлювана енергетика та енергоефективність". Частка оснащення багатоквартирних житлових будинків за будинковими приладами обліку теплової енергії від загальної кількості багатоквартирних будинків, які підлягають оснащенню, становить 42,9% – це свідчить про нестачу приладів теплової енергії та економію палива. Цей висновок дає можливість визначити шосте й сьоме завдання розвитку методичних засад аналізу та шосту й сьому складність забезпечення такого аналізу загальними засадами: врахування з одного боку комплексної повноти у розвитку структури та охоплення ресурсного потенціалу регіону, а з іншого боку вимірювання затрат ресурсів у процесі використання ресурсного потенціалу регіону. Ані комплексність ані вимірність не можуть бути забезпечені у абсолютній повноті, а тому цю складність слід вважати основою висунення завдання розробки засобів аналізу, які б забезпечували доповнення опису до більш повного з певною вірогідністю за окремими наявними даними з врахуванням рівня їхньої достовірності.

Донецька область також посіла 25 місце за напрямками "Ефективність ринку праці" та "Розвиток інфраструктури". Рівень безробіття населення у віці 15-70 років до економічного активного населення відповідного віку складає 13,8% – це свідчить, що ринок робочої сили не є збалансованим та спостерігається дефіцит сукупного попиту і циклічне безробіття [5, с. 10, 38]. З одного боку наявність трудових ресурсів є результатом значних попередніх темпів розвитку регіону та резервом, з іншого боку стає надлишковим

Секція 3. Розміщення продуктивних сил та регіональна економіка

елементом ресурсного потенціалу у стадії занепаду, а з третього боку є не тільки показником наявності ресурсів, а й індикатором незадовільного стану досягнення цілей людей, які мешкають у регіоні. Тому восьмим завданням розвитку методичних засад аналізу та восьмою складністю забезпечення такого аналізу загальними засадами маємо висунути потребу у визначенні співвідношення понять розвитку якості життя та поняття розвитку регіону, які на різних етапах розвитку можуть змінювати характер причино-наслідкових зв'язків. Дев'ята складність пов'язана з відсутністю чіткого визначення суб'єкту, який має керувати та цілеспрямовувати регіональний розвиток, що дозволяє сформулювати дев'яте завдання формування засад визначення коаліцій інтересів та коаліцій дії за умов відсутності явного суб'єкту розвитку.

Також слід визнати, що розповсюджена теза про потребу приділити велику увагу екологічній ситуації не є безпідставною, та авжеж варто нормалізувати стан водойм та озер, потрібно заборонити хімічним підприємствам робити викиди понад встановлені норми. Але покращення екологічної ситуації у зв'язку з закриттям виробництв, зменшенням населення, загальним занепадом Донецького економічного району та через це – зменшення забруднення екологічного середовища, стає також наочним прикладом існування неоднозначностей у використанні існуючих засобів аналізу соціально-економічного розвитку регіонів, зокрема Донецького економічного району. Ця неоднозначність інтерпретувань різних вимірів, що мають бути використано у аналізі соціально-економічного розвитку відбито у понятті амбівалентності інтерпретацій показників оцінювання, яку показано, наприклад, у [4], але воно майже зовсім зостається неврахованим у існуючих системах показників, які використовують у різних методах економічного аналізу, що потребує удосконалювання таких систем показників аналізу та засад їх побудови. Така двозначність окремих фактів та оцінок стає також складністю забезпечення аналізу методичними засадами аналізу, тому можна висунути десяте завдання розробки систем двозначної інтерпретації значень за різними показниками аналізу соціально-економічного розвитку.

У якості загального висновку, можна стверджувати, що розвиток Донецького економічного району стає не тільки прикладом можливості стадії занепаду у розвитку, а й стає наочним прикладом незадовільності розвитку методичних засад аналізу та демонструє цілий комплекс складностей забезпечення такого аналізу загальними засадами, які необхідно подолати, щоб забезпечити необхідний цілеспрямований розвиток регіону.

Література:

1. Гілецький, Йосип. Географія: Економічна і соціальна географія України. — Тернопіль: Підручники і посібники, 2009. 272 с.
2. Качан Є. П. Регіональна економіка. Підручник / за ред. проф. Качана Є.П. Тернопіль – 2008. – 800с.
3. Кривуля П. В., Кобцева Д. А. Цілі економічних акторів як неповною мірою досліджений об'єкт економічного аналізу. *Актуальні питання сучасної економічної науки*: зб. матеріалів II всеукр. наук.-практ. конф. Полтава: ПДАА, 2019. С. 387-390.
4. Кривуля П. В., Шестопапов В. И. Вторичность амбивалентности интерпретации шкалы цены к амбивалентности интерпретаций формулы эластичности спроса по цене. *Управління розвитком підприємств в умовах динамічної ринкової кон'юнктури* : матеріали міжн. наук.-практ. конф. Київ: ТОВ «ВІПО», 2019. С. 25-28.
5. Моніторинг соціально–економічного розвитку регіонів за січень–червень 2020 року. Режим доступу: <https://www.minregion.gov.ua/wp-content/uploads/2020/09/rejtyng-za-ii-kv.2020r.pdf>
6. Черевко О. В. Стратегія соціально–економічного розвитку регіонів України: Монографія. Черкаси: Брама–Україна, 2006. 424с.

*Нестор О. Ю., к.е.н., молодший науковий співробітник
ДУ «Інститут регіональних досліджень ім. М. І. Долишнього НАН України»,
м. Львів, Україна*

Практичні аспекти управління активами територіальних громад

Для ефективного управління активами територіальних громад потрібні залучення та спільні зусилля представників держави (органів місцевого самоврядування), приватного сектора (бізнесу) та недержавного сектора (некомерційні організації, громадянське суспільство). Кожна зацікавлена сторона вкладає свої унікальні навички та ресурси та може зіграти роль у якнайкращому досягненні інтересів усіх груп. Робочі стосунки між зазначеними трьома групами та їх залученість до процесу управління активами також зміцнюють довіру та призводять до довгострокового партнерства для подальшого сприяння та нарощування зусиль [1].

Управління активами є ключовою стратегічною відповідальністю керівників міста. Розташування та стан активів визначатимуть характер послуг, що надаються територіальною громадою, обмежуючи або пропонуючи можливості для їх розвитку та перезапуску. Однак, управління активами є значним викликом з багатьох причин. По-перше, через різноманітність бази активів, оскільки проблеми виникають через варіації від активів з майже невизначеним терміном служби (таких як дороги), якщо вони належним чином утримуються, до капітального обладнання (транспортні засоби, комп'ютери, системи опалення), яке неминуче зношується при наданні послуг. Окрім проблемного питання терміну служби активів, існує також суттєва варіація в межах різних категорій активів: активи дуже конкретного цільового призначення та з обмеженими можливостями для альтернативного використання (наприклад, школи чи бібліотеки); активи, які є сучасними бетонними спорудами, або старішими будівлями, або навіть активи старовинної історичної спадщини. Суть управління активами полягає у забезпеченні того, щоб найважливіші послуги, що надаються владою, здійснювались за допомогою найефективнішого портфеля майна.

Ефективне управління активами дозволяє органу влади:

- оцінити склад найкращого портфеля активів, необхідного для надання послуг;
- мінімізувати витрати, що випливають з володіння активами та максимізувати ефективність власності;
- максимізувати ефективність надання послуг;
- сприяти довгостроковому плануванню в контексті корпоративних цілей;
- розвивати цінні довгострокові партнерські стосунки;
- звільнити ресурси для реінвестування, якщо це дозволить фінансова політика влади;
- ефективно розподіляти ресурси за найбільшими потребами;
- звітувати перед громадськістю щодо використання державних активів [2].

Зазначимо, що за результатами проведеного Institute for Voluntary Action Research дослідження для The Joseph Rowntree Foundation у 2011 році у Великобританії визначено шість найважливіших факторів ефективного управління активами:

- адекватне планування;
- фізична життєздатність активу;
- конструктивна політика та практика у державному секторі;
- управлінський актив громади та її управлінський потенціал;
- форми управління;
- фінансове джерело активу.

Перші три з наведених вище факторів стосувалися стадії придбання та/або передачі активів, інші три стосувались усіх етапів контролю за активами громади. У іншому дослідженні The Joseph Rowntree Foundation, проведеному Тейлор М. у 2011 р., стверджувалось, що “успіх залежить від хорошого бізнес-планування та чіткого визначення майбутніх потоків доходів для забезпечення зобов’язань”. Одна з груп учасників дослідження припустила, що власність громади та управління активами потребують десятирічного фінансового плану. Проте, яким би ретельним не було планування, не завжди можна захиститися від випадковостей.

Секція 3. Розміщення продуктивних сил та регіональна економіка

Стосовно такого фактора як фізична життєздатність активів учасники дослідження стверджували, що активи громади, призначені для передачі в управління громадських організацій чи для використання з суспільно важливою метою, занадто часто є у поганому стані та/або з високими витратами на технічне обслуговування. Також все частіше необхідно розглядати питання охорони праці, безпеки, доступності, екологічних стандартів та енергоефективності цих активів. Активи, наприклад, будівлі, можуть мати великі витрати на обслуговування, і/або бути непридатними для суспільно важливого чи корисного використання.

Як зазначили учасники дослідження, проблемним питанням також можуть стати підходи місцевої влади до власних активів, наприклад, спроби передати громадським організаціям у користування “непотрібні” активи або ж відкидання аспекту соціальної віддачі від використання активу, натомість концентрація лише на фінансовому аспекті.

П’ятий фактор стосується структур управління та процесів - зокрема, необхідності чіткого розмежування ролей та функцій та прозорих систем управління.

Говорячи про фінансове джерело активу, учасники згадували про високу вартість обслуговування та загальну проблему перевитрати коштів. Витрати на утримання не завжди відповідали доходу, який можна було досягти шляхом ефективного використання активу. Це стосується, наприклад, опалення старих будівель або ж технічного обслуговування відновлюваних джерел енергії (ремонт енергетичної турбіни може коштувати дорожче, ніж сама турбіна) [3].

Література:

1. Local Economic Development Training Module. Introduction to Local Economic Development. 13-15 December 2016. Seberang Perai, Malaysia. С. 23.
2. Arnaboldi M., Lapsley I. Asset management in cities: polyphony in action? Accounting, Auditing & Accountability Journal. Vol. 23. No. 3, 2010. pp. 392-419.
3. Aiken M., Cairns B., Taylor M., Moran R. Community organisations controlling assets: a better understanding. Joseph Rowntree Foundation. 2011. 89 с.

*Серьогіна Н.В., к.е.н., доцент кафедри економіки та підприємництва
Одеська державна академія будівництва та архітектури,
м. Одеса, Україна*

Автодорожня інфраструктура як фактор зниження ризиків диспропорційності регіонів

Взаємодія між основними елементами національної економічної системи в контексті раціоналізації суспільного життя держави є пріоритетним принципом будь-якої країни світу та реалізації внутрішньодержавних відносин, а відкритість останніх щодо зовнішньої взаємодії/взаємозалежності формує основу міждержавних зв'язків у різних сферах соціально-економічного розвитку світогосподарської системи. Важливим інструментом забезпечення формування сучасних економічних відносин та підвищення рівня загального добробуту є чітко продумана та обґрунтована стратегія соціально-економічного розвитку регіонів [1].

Під сталим розвитком розуміють такі структурно-динамічні зрушення, які задовольняють сучасні потреби, але не ставлять під загрозу здатність майбутніх поколінь задовольняти власні потреби [2]. Політика сталого розвитку має враховувати особливості кожного окремого регіону та дисбаланс між ними та ступінь налагодженості взаємозв'язків. Стан економіки регіонів безпосередньо впливає на економіку держави, що доводить необхідність відновлення продуктивних сил регіонів та їх економічного потенціалу. Зростання диспропорційності показників соціально-економічного розвитку регіонів підтверджується поглибленням розподілу на лідируючі та депресивні регіони, а також ослабленням зв'язків між ними і порушенням економічного співробітництва, що призводить до нездатності регіонів забезпечити свій розвиток, ефективно використовуючи власні ресурси.

Ключовим фактором ефективної регіональної економіки є рівень розвиненості інфраструктури, оскільки транспортний комплекс є обслуговуючим для усіх галузей. Вантажообіг та пасажирообіг характеризують рівень експлуатації транспортної мережі, а щільність шляхів та доріг визначає

Секція 3. Розміщення продуктивних сил та регіональна економіка

доступність окремих територіальних частин та виробництв, що на них знаходяться. Транспортну систему можна розглядати як мережу шляхів, що поєднує всі регіони України між собою, отже ефективно розвинена транспортна система здатна забезпечити транспортування в межах та по за межами регіону. Це набуває особливого значення для суміжних регіонів різного рівня, оскільки ефективність перевезень може суттєво погіршитися при перетині межі депресивного регіону, що не сприяє прагненню перевізників користатися дорогами цього регіону.

Посилення диспропорційності регіонального розвитку потребує виділення напрямків вирішення проблем, а саме:

- пошук шляхів економічного розвитку через повне використання усіх ресурсів регіону;
- посилення позицій підприємств з метою поширення торгівельних та виробничих зв'язків з іншими регіонами;
- побудова розвиненої інфраструктури та інші.

Вирішення таких задач дозволить інтегрувати місцеву економіку у єдиний загальнонаціональний економічний простір, який є необхідним для сталого розвитку економіки регіонів України.

Автодорожня інфраструктура – один з основних чинників впливу на економіку регіонів і потребує значних фінансових вкладень та застосування новітніх технологій, отже найбільш перспективним є механізм державно-приватного партнерства. Державно-приватне партнерство – це форма співробітництва між державою та приватним сектором стосовно об'єктів державної власності та послуг, що ними надаються, з метою покращення стану таких об'єктів та підвищення якості послуг через залучення додаткового фінансування та досвіду використання сучасних технологій.

Для зниження ризиків диспропорційності регіонів, необхідно прагнути до ліквідації умов, сприятливих до виникнення ризику та здатних підвищити вірогідність стабільного розвитку регіонів, для чого необхідно: контролювати рівень енергетичної залежності виробництва, розробляти заходи, спрямовані на

зниження показників монополізації ринків, орієнтуватися на збільшення експорту промислової продукції, підвищувати ефективність механізмів подолання відсталості депресивних і проблемних регіонів, прагнути подолання малорозвиненості міжрегіональних зв'язків, покращувати транспортний зв'язок між регіонами.

Автодорожня інфраструктура є одним з основних чинників, які сприяють зниженню ризику міграції населення, зменшення інтенсифікації міжрегіональних господарських зв'язків та відтоку ресурсів з периферійних регіонів до центрів зростання, оскільки такі ризики тісно взаємопов'язані. Міграція населення та робочих ресурсів призводить до погіршення роботи підприємств, скорочення обсягів торгівлі призводить до зниження господарських зв'язків, відповідно зменшення таких ризиків є необхідним.

Потрібно терміново вирішувати питання диспропорцій регіонального розвитку через те, що вони призводять до дезінтеграції економічного простору країни, що доводить значення ефективного співробітництва регіонів у цілісності соціально-економічної системи держави. Регіональна політика, яка спрямована на укріплення єдності соціального та економічного простору країни, стимулювання розвитку внутрішніх ринків, перерозподіл інвестицій між територіями і активізацію взаємозв'язків між регіонами має бути обов'язковим напрямом у розробці програм регіонального розвитку.

Література:

1. Серьогіна Н. В. Управління концесійною діяльністю в будівництві / Н. В. Серьогіна, Н.А. Петрищенко // Фінансово-економічні проблеми розвитку регіонів України : матеріали V Всеукр. наук.-практ. конф., 26 жовт. 2004 р. — Т. 2. — Дніпропетровськ: Наука і освіта, 2004. — С. 165–166.
2. Соціально-економічний потенціал сталого розвитку України та її регіонів. Національна доповідь [Електронний ресурс] // НАН України. – 2014. – Режим доступу до ресурсу: http://www.nbuv.gov.ua/sites/default/files/nas_dop_2015.pdf.

Регіональні особливості тінізації сфери комерційних послуг

Тінізація сектору комерційних послуг стала глибоким та системним явищем, що деструктивно впливає на сучасне функціонування та стратегічний розвиток як економіки держави, так і її окремих регіонів. Тінізація у сфері комерційних послуг має певні регіональні особливості, що обумовлені особливостями регіонального соціально-економічного розвитку. Загалом, регіони України за рівнем тінізації у секторі комерційних послуг можна віднести до кількох умовних груп: з високим, середнім, нижче середнього та низьким. У регіональному розрізі найвищий середній рівень тіні у секторах комерційних послуг був у м. Києві – 35,5% (2018 р.), що зумовлено високим рівнем розвитку комерційних послуг у столиці, крім того у місті та області сконцентровані найбільші фінансові потоки. До регіонів із найвищими середніми показниками тінізації сектору також потрапили Луганська (25,7%; що на 7,5% більше середньо українського показника; найвищий рівень тінізації серед регіонів у секторі транспорту 56%), Донецька (23,2%; що на 5,3% більше середньо українського показника; найвищий рівень тінізації ІКТ 30,1%), Полтавська (22,7%; що на 4,9% більше середньо українського показника; найвищий рівень тінізації послуг у секторі операцій з нерухомістю 44,3%); Сумська (22,7%; що на 4,9% більше середньо українського показника; найвищий рівень тінізації послуг у секторі тимчасового розміщування та організації харчування 42%), Дніпропетровська (22,7%; що на 4,8% більше середньо українського показника; найвищий рівень тінізації у секторі торгівлі 24,3%) [1, С. 118-120]. До регіонів із середнім рівнем тінізації сектору комерційних послуг у 2018 р. відносимо Запорізьку, Рівненську, Львівську, Чернігівську, Миколаївську, Київську, Вінницьку області,

функціонуванню тіньового сектору у цих областях сприяє їх прикордонний статус та високий рівень корупції та концентрація фінансових потоків (зокрема у Київській області). У групу з рівнем тінізації сектору комерційних послуг нижче середньо українського значення (17,8% у 2018 р.) потрапляють Черкаська область, Хмельницька, Тернопільська, Херсонська, Житомирська, Кіровоградська області. Найнижчим рівень тінізації у 2018 р. був у Івано-Франківській області. Загалом, такі порівняно низькі показники тінізації секторів комерційних послуг у цій області вказують на формування комфортного регіонального середовища для ведення бізнесу у даних секторах послуг, що підтверджують 2-ге місце у рейтингу Регіональний Doing Business у 2018 р. [2] та 3-є у 2017 р. [3], саме ж м. Івано-Франківськ посіло перше місце в рейтингу кращих міст України для ведення бізнесу за версією Forbes Україна [4].

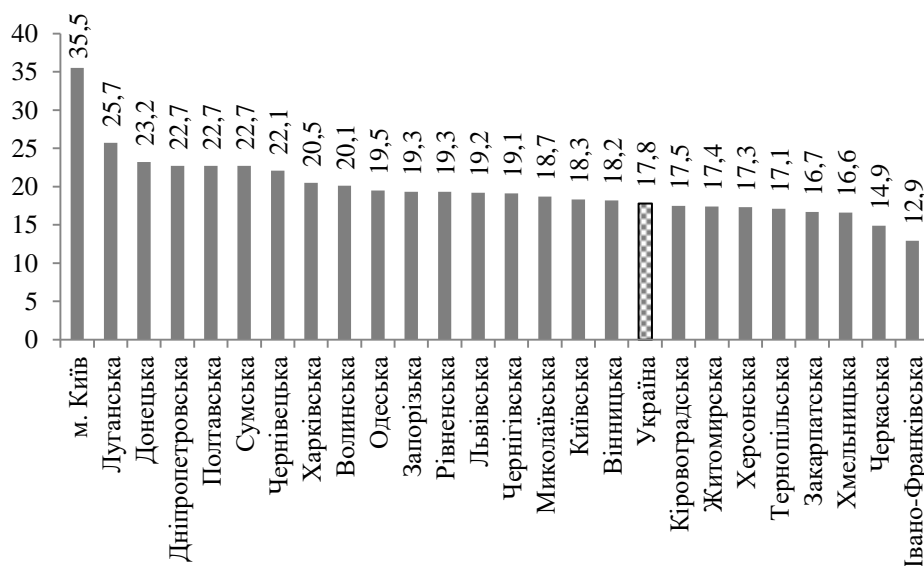


Рис. 1. Середнє значення коефіцієнта тіньової економіки сектору комерційних послуг України у 2018 р.

Тіньова економіка певною мірою дублює легальну, а економічна злочинність співвідноситься з центрами економічної активності. Для регіонів, що характеризуються високим рівнем тінізації характерним є наявність потужного сировинного потенціалу, на їх території проводяться бойові дії або ці регіони знаходяться недалеко від їх проведення. Рівень тіньової економіки в регіонах окреслюється структурою та видами послуг. Такі її типи, як кримінальна діяльність, економічна злочинність, корупція властиві для «анклавів» української

Секція 3. Розміщення продуктивних сил та регіональна економіка

економіки. Як бачимо, у регіонах-аутсайдерах показники тіньової активності порівняно нижчі, що пояснюється тотожністю темпів поширення тіньової діяльності і обумовлюється такими передумовами та особливостями [5, С. 191]: соціально-економічною структурою регіону; недосконалістю правової бази відносин між центральною та регіональною владою, що виявляється у нецільовому використанні бюджетних і позабюджетних коштів, укладанні фіктивних договорів тощо; взаємопроникнення органів регіональної влади та регіональних фінансово-промислових злочинних утворень; дискримінаційною політикою застосування різного виду економічних пільг, наданих за політичними критеріями для окремих регіонів і перетворення їх у додаткові джерела тінізації економіки; регіональною політичною владою й особистими характеристиками керівників (їх ідеологічною та політичною приналежністю, особистою відповідальністю тощо), від яких істотно залежать характер і масштаби поширення тіньової економіки, форми і методи боротьби з нею; соціокультурними факторами: історичними, етнічними, ментальними та культурними особливостями мешканців регіонів; недосконалістю інститутів громадянського суспільства.

Література:

1. Тінізація сектору комерційних послуг: національний та регіональний вимір: наукова доповідь / НАН України. ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М. І. Долишнього НАН України»; наук. редактор М.І. Мельник. Львів, 2021. 150 с. URL: <http://ird.gov.ua/irdp/p20200044.pdf>.
2. Платформа ефективного регулювання. Регіональний Doing Business 2.0. URL: <http://rdb.brdo.com.ua/>.
3. Платформа ефективного регулювання. Регіональний Doing Business 2017 р. URL: <https://regulation.gov.ua/rating/doing-business>.
4. Forbes. Вересень. 2020. URL: <https://subscribe.forbes.ua/>.
5. Августин Р. Р. Проблеми та пріоритети системної детінізації економіки України. дисер. на здобут. д.е.н. Львів. 2018. 460 с. С.191.

Сторонянська І., д.е.н., проф. заступник директора з наукової роботи
 Бенюк Л., к.е.н., старший дослідник, старший науковий співробітник
 ДУ «Інститут регіональних досліджень ім. М.І.Долішнього НАН України»
 м. Львів, Україна

Інвестиційна діяльність регіонів в умовах коронакризи

Пандемія, спричинена розповсюдженням вірусу SARS-CoV-2, є своєрідним кризоформуєчим фактором, що перешкоджає розвитку регіонів. Попередні дослідження економічних трендів розвитку регіонів України впродовж 2020 року свідчать про їх нерівномірну динаміку, що спричинено поряд з макроекономічними обмеженнями особливостями поведінки органів управління, бізнесу, населення окремих [1].

Кризова ситуація, суттєво позначилася на інвестиційній діяльності в країні. Темп зростання капітальних інвестицій на 1.10.2020 року порівняно з відповідним періодом попереднього року склав 64,6% (рис. 1). Найбільше скорочення освоєних капітальних інвестицій продемонстрували галузі, орієнтовані на обслуговування населення (транспорт, сфера розваг та відпочинку, готельний бізнес). Стимулювання попиту на окремі товари та послуги обумовили зростання інвестицій в такі галузі, як поштова та кур'єрська діяльність, фармацевтична сфера, однак їх обсяги були незначними¹.

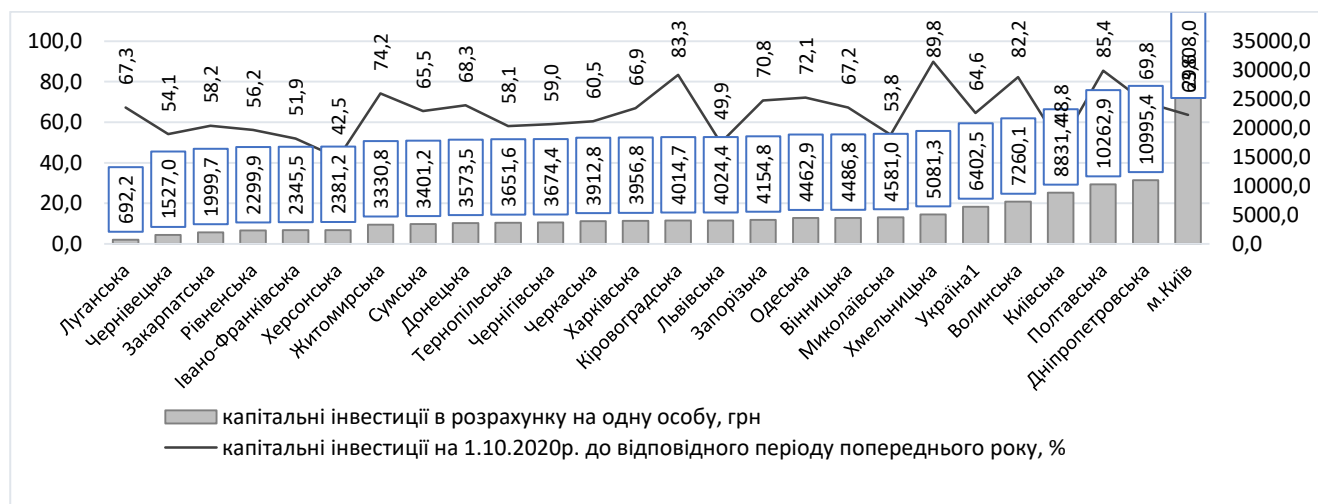


Рис. 1. Капітальні інвестиції в розрізі регіонів, станом на 1.10.2020 р.

Джерело: за даними Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України

¹ Капітальні інвестиції (січень-вересень 2020 року). Презентаційні матеріали Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України. file:///D:/BOSS/Downloads/KI_9m_2020%20(1).pdf

Секція 3. Розміщення продуктивних сил та регіональна економіка

еред джерел фінансування капітальних інвестицій ключовим за обсягом залишаються власні кошти підприємств. Хоча через погіршення фінансових результатів діяльності підприємств їх частка у структурі зменшилася. Зростання обсягів фінансування капітальних інвестицій спостерігалось лише за рахунок бюджетної сфери. Позаяк основний тягар карантинних обмежень ліг на доходи місцевих бюджетів капітальні інвестиції з місцевих бюджетів на одного мешканця у 2020 р. для більшості регіонів були вищими, ніж з державного бюджету. Високий рівень асиметрії (маж. м. Київ – 1701 грн. на особу, мін. Луганська область – 149,5 грн. на особу) свідчить про посилення міжрегіональної диференціації під впливом коронакризи (рис. 2).

Великий вплив на прийняття інвестиційних рішень в період пандемії мали поведінкові чинники: невизначеність, вплив способу подачі інформації, помилкове сприйняття дійсності. Ефект відрази до втрат змінює поведінку інвестора в період кризи в напрямку мінімізації ризику (відраза до крайніх рішень, тобто тенденція уникати екстремальних рішень), критиці результатів (максимальна об'єктивність та критичність у калькулюванні результуючого показника) [2].



Рис. 2. Капітальні інвестиції з державного та місцевих бюджетів у 2020 р., грн. на одну особу

Джерело: за даними Державної служби статистики України

Важливим для інвестора стає врахування закономірностей людської поведінки, ірраціональної природи людини та її впливу на процес прийняття рішень. Для виявлення систематичних відхилень в моделі раціонального прийняття рішень слід, перш за все, враховувати таке:

- існує складність прогнозування майбутніх подій інвестування в умовах коронакризи через використання обмеженої, недостовірної інформації,;
- інвестори необ'єктивно оцінюють очікувані результати, остаточний результат розглядають не з точки зору рівня сумарного добробуту, а з точки зору виграшів і втрат;
- інвестори можуть приймати різні інвестиційні рішення, залежно від форми постановки завдання («ефект оформлення»).

Отже, під впливом коронакризи та невизначеності щодо її подальшого розвитку змінилась поведінкова модель інвестора: від став більш поміркованіший («ефект визначеності», або надання переваги меншому за обсягом, проте більш гарантованому доходу). Підтвердженням цього є зростання частки короткострокових кредитів банків, обмеження інвестицій у ті види діяльності, які передбачають соціальні контакти, зменшення частки нових інвестиційних проєктів. Водночас під впливом кризи та введення карантинних обмежень перед інвестором повстали нові можливості, а саме: відкрились нові сегменти для інвестицій, зокрема розвиток фармацевтичного бізнесу, онлайн послуг, сфери медичних послуг та інші; відбулось падіння цін на акції підприємств, які мають хороші прогнози та перспективи відновлення в посткризовий період (невисокий борг, стійка і адаптивна бізнес-модель), а отже у інвесторів виникла можливість скупити здешевілі акції.

Література:

1. Сторонянська І. З., Бенюк Л. Я. Економіка регіонів України під дією викликів пандемії COVID-19. Регіональна економіка. 2020. №2(96). С. 5-16.
2. Кізіма Т.О. Поведінкові фінанси, як новий напрям досліджень сучасної фінансової наук. Актуальні проблеми розвитку економіки регіону. 2013. Вип. 9(2). С. 175-179.

*Шамара О. О., студентка 3 курсу за спеціальністю
публічне управління та адміністрування
Хмельницького університету управління і права імені Леоніда Юзькова
м. Хмельницький, Україна*

Продуктивні сили та економічні відносини як чинник соціально- економічного розвитку країни

Продуктивні сили та економічні відносини є одним із головних факторів розвитку суспільно-економічного прогресу.

Продуктивні сили – це сукупність сил, які включають людські, матеріальні, нематеріальні та інші сили, суттєвою властивістю яких є створююча дія. Сили, за допомогою яких, створюються засоби та умови існування людини, забезпечуються розвиток і зростання самої людини та навколишнього середовища в якому вона проживає, і є продуктивними [3].

А середовище в якому функціонують продуктивні сили являють собою так звані економічні відносини.

Структура виробничих сил охоплюють 2 елементи такі як:

- Засоби виробництва;
 - а) предметі праці;
 - б) засобі праці.
- Робоча сила [1, с.75].

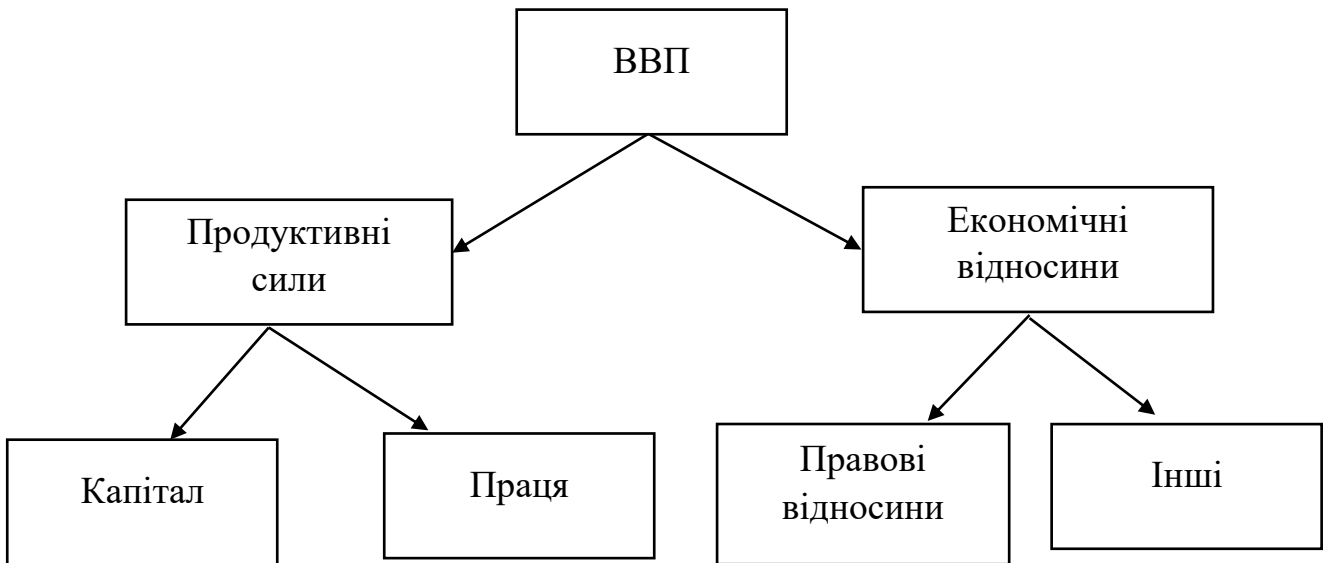
Продуктивні сили та економічні відносини є головними факторами визначення функціонування та соціально-економічного розвитку країни.

Продуктивні сили і виробничі відносини завжди перебувають у тісному взаємозв'язку і діалектичній єдності. Найкращий варіант буде тоді, коли економічні (виробничі) відносини збігаються з рівнем розвитку продуктивних сил.

Економічні відносини, або як їх ще по-іншому називають виробничі відносини є складною багатофункціональною категорією, яку досліджують як сукупність законів, норм і правил, що визначають діяльність виробництва та

поділ благ, які поділяються на матеріальні та нематеріальні. Вони показують інтерес виробників у виробництві цих благ, а це означає, що економічні відносини впливають на ступінь експлуатації виробничого потенціалу та розвитку соціально-економічного рівня країни.

Економічні відносини суттєво впливають на дію та віддачу виробничих факторів, хоча без них ці відносини не мають можливості виробляти будь-яку продукцію та товари. На рис. 1 схематично наведемо систему факторів, мета діяльності яких є створення ВВП.



Отже, для отримання результатів та стабільного розвитку економіки важливе місце посідає не тільки вивчення факторів капіталу та праці, але й економічних відносин, що містять в собі правові відносини та інші (культура, етика, релігія) як фактор ефективної діяльності виробничих факторів.

Автори, які визначають значний вплив економічних відносин на застосування виробничого потенціалу, акцентують увагу на те, щоб подолати економічну кризу за рахунок удосконалення рівня економічних відносин [2].

Продуктивні сили країни «працюють» в певних умовах, від яких суттєво залежить їх ефективність. Ці умови визначені як виробничі відносини. Продуктивні сили є ефективними, якщо результат їхньої діяльності, тобто кінцевий результат чи ВВП перевищують або не є нижче попередніх підсумків. Таким чином виділяється особливе значення модернізування економічних відносин, підвищення їх рівня.

Секція 3. Розміщення продуктивних сил та регіональна економіка

Економічні відносини є сферою, яка мотивує й підвищує інтерес всіх учасників виробництва, поділу, обміну і використання матеріальних і нематеріальних благ заради отримання найбільших кінцевих результатів на одиницю затрачених ресурсів.

Оцінка рівня економічних відносин, побудова взаємозалежностей кінцевих обсягів продукції від виробничих відносин й встановлення раціонального напрямку економічно-соціального розвитку визначає складну та значну проблему вирішення економічної кризи та майбутнього економічного та соціального зростання країни.

Проаналізувавши все вищевикладене, можна сказати, що виробничі відносини і продуктивні сили відіграють важливу роль в становленні соціально-економічного розвитку країни, і для того, щоб досягти ефективного результату треба набагато більше аналізувати ці два чинники.

Література:

1. Глушков В.М. Введення в АСУ. Вид. 2-е, испр. і дополн. К.: Техніка, 1974. 320 с
2. Клименюк М.М., Безус А.М. Виробничі відносини як фактор подолання економічної кризи. М.М. Клименюк, А.М. Безус . Наук. вісник АМУ. Зб. наук. праць, серія «Економіка» вип. 8. К., 2010. С. 5–15.
3. Л.Г. Чернюк, Д.В. Клиновий Розміщення продуктивних сил України. Навчальний посібник. К., ЦУЛ, 2002. 470 с.

Науковий керівник: Юричина І.А. - викладач кафедри публічного управління та адміністрування Хмельницького університету управління і права імені Леоніда Юзькова

Головні туристичні події регіону: стратегізація, економічні аспекти, сталий розвиток

Регіонально-територіальний вимір сталого розвитку є об'єктом досліджень не тільки вітчизняних економістів, але і географів, соціологів, юристів, екологів та представників інших наукових сфер. До факторів впливу та інструментів сталого розвитку регіонів українські дослідники відносять широке коло процесів і управлінських рішень: екологічно-орієнтовані плани територій, стратегії геобрендингу, соціальне підприємництво, стратегії позиціонування брендів територій, привабливість регіону, органічне господарство, рівень громадянських ініціатив тощо [1–7]. При цьому галузь туризму, як вбачається із наведеного, більшою чи меншою мірою дотична до означених факторів та інструментів. Комплексність і багатофакторність процесів сталого розвитку регіонів і громад як такого, а в галузевому розрізі – і туризму, дозволяють стверджувати про системність цього явища та необхідність управління ним. Отже, сталий розвиток регіонального туризму є об'єктом стратегічного планування – стратегізації.

Туристична галузь України, з іншого боку, є полем розвитку двох типів стратегій з боку керівних елементів. Туристичний бізнес розробляє власні організаційні стратегії, до яких можна віднести бізнес-плани, плани розвитку компаній, корпоративні стратегії тощо. Такий тип стратегій, хоча і передбачає досягнення певних фінансово-економічних показників, все ж зосереджений на структурному розвитку: територіальне представництво компанії, перспективні туристичні продукти, ринки споживачів тощо. Органи влади, зі свого боку, зосереджені на досягненні соціально-економічних зрушень на рівні регіонів і громад. Тому їх стратегії мають чітке економічне спрямування й оперують економічними категоріями, як-от: рівень зайнятості, податкові надходження, інфраструктурне забезпечення тощо. Отже, розробка економічних стратегій у

Секція 3. Розміщення продуктивних сил та регіональна економіка

туристичній галузі є прерогативою владних інституцій – органів державної влади і місцевого самоврядування, профільних установ.

Під головними туристичними подіями регіону пропонуємо розуміти події, які є повторюваними, формують регіон або громади в ньому як туристичну(і) дестинацію(ї), залучають найбільшу кількість туристів у порівнянні з іншими подіями і мають найсуттєвіший вплив на регіональну економіку. Суттєвою ознакою є визнання таких подій як головних саме організаційно-економічною стратегією сталого розвитку туризму регіону, яка відтворює баланс інтересів держави, бізнесу, регіонів і громад на перспективу. Відкритим для подальших наукових дискусій залишається питання, що саме потребує промоції і брендування при організації головної туристичної події регіону – сама подія, дестинація, регіон в цілому [8, 9].

Розгляньмо фестиваль як типову головну туристичну подію регіону. Вищезазначені висновки дозволяють говорити про можливість формування нових туристичних ринків у відносно нових місцевостях, адже туризм має чітку географічну прив'язку [10]. Фактично фестиваль – це попередньо змодельований ринок одного дня (двох, трьох або більше днів... – в залежності від тривалості проведення) на певній локації [11]. Він передбачає організацію великої кількості супутніх послуг для відвідувачів – харчування, розваги, транспорт, реклама тощо. А саме це є суттю туристичної діяльності як виду економічної активності. Іншими словами, організація комплексного туристичного продукту для невеликої кількості професіоналів (трансфер, готелі, харчування, екскурсійна програма) є необхідною умовою для попиту на туристичні продукти в рамках фестивалю. Сам факт перебування видатних іноземців на фестивалі стає основою для перебування на ньому в тисячу разів більшої кількості глядачів, які споживають послуги, структура яких абсолютно подібна до структури іноземців: їм треба доїхати, поїсти, переночувати, розважитися тощо. Тобто, з іншого боку, бюджет фестивалю є інвестицією, яка може окупитися завдяки приїзду глядачів [12]. Це можна пояснити наступним чином. Бюджет зазначеного міжнародного фестивалю включає: витрати на

запрошення і перебування іноземних учасників; витрати на облаштування локації фестивалю (наприклад, на міжнародному фестивалі повітряних зміїв – це підготовка поля для запусків повітряних зміїв, сцена, звук, світло, декоративне оформлення тощо); витрати на рекламу й роботу зі ЗМІ (включає й розробку логотипів, символіки, презентацій тощо); інші витрати.

Такі витрати є необхідними для створення певної основи для додаткової зацікавленості туристів. Отже, опосередковано фестиваль (як явище, об'єкт інтересу) переносить свою вартість на вартість супутніх послуг, що надаються поряд і під час фестивалю: їжа й напої, сувенірна продукція, додаткові розваги тощо [13]. Перенесення вартості, з економічної точки зору, дає підґрунтя для формування економічного інтересу, що у свою чергу стимулює надходження капіталу. Так, наприклад, організатори фестивалю, дії яких в першу чергу спрямовані на забезпечення тематичної складової фестивалю, надають певні права (або просто створюють можливості) на продаж тих чи інших товарів і послуг на локації фестивалю, що є певним видом аутсорсингу – суто економічної категорії [14].

Отже, ми бачимо два процеси, які нібито перебігають паралельно, але у своїй суті є причиною і наслідком: залучення коштів на витратну частину організації фестивалю (тобто по суті процес інвестування) забезпечує власне його проведення, факт якого (модель ринку) надає можливість для отримання доходів від супутніх послуг. Поряд з цим також формується довгостроковий інтерес до тематики фестивалю та до його локації як туристичного об'єкту.

Таким чином, стратегічне виокремлення головних туристичних подій регіону – це достатньо важливий, дієвий механізм активізації туристичної діяльності. Такі події, підкреслюючи самобутність регіону, висвітлюють і важливі політичні й економічні аспекти туризму як явища, що має досліджуватися міждисциплінарно. Перебування іноземних гостей на таких подіях, поширення їхнього досвіду, професіональних досягнень треба вважати щонайменше важливою політико-економічною перевагою, оскільки участь

центральної і місцевої влади, бізнесових кіл, громадськості в таких подіях є неминучою.

Література:

1. Воронова В.В. Геобрендинг як соціально-комунікаційна технологія у процесі інноваційного розвитку регіонів України.: автореф. дис. ... канд. наук із соц. комунік.: 27.00.06. Київ, 2018. 19 с.
2. Гавриш І.І. Формування та розвиток привабливості регіонів України: маркетинговий підхід.: автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.00.05. Івано-Франківськ, 2018. 24 с.
3. Маруняк Є.О. Соціально-економічний простір (методологія геопросторових досліджень та практика планування): автореф. дис. ... докт. геогр. наук: 11.00.02. Київ, 2016. 44 с.
4. Панасенко Л.М. Брендинг території: механізм формування та позиціонування.: дис. ... канд. екон. наук: 08.00.05. Черкаси, 2015. 281 с.
5. Турський І.В. Соціально-гуманітарний розвиток підприємництва регіонів України.: автореф. дис. ... докт. екон. наук: 08.00.05. Івано-Франківськ, 2018. 42 с.
6. Федоренко Я.А. Суспільно-політичні та соціально-економічні перетворення в сільському господарстві України доби Незалежності.: автореф. дис. ... докт. істор. наук: 07.00.01. Черкаси, 2016. 47 с.
7. Хижняк О.В. Колективні дії в умовах трансформації соціальних практик.: автореф. дис. ... докт. соціол. наук: 22.00.01., 2018. 40 с.
8. Шмулевич П.В. Формування організаційно-економічної стратегії сталого розвитку регіонального туризму.: дис. ... докт. філос. з екон.: 051. Херсон, 2020. 242 с.
9. Zenker S., Braun E., Petersen S. Branding the destination versus the place: The effects of brand complexity and identification for residents and visitors. *Tourism Management*. 2017. Vol. 58. P. 15–27.
10. Ekinçi Y., Hosany S. Destination Personality: An Application of Brand Personality to Tourism Destinations. *Journal of Travel Research*. 2006. Vol. 45. № 2. P. 127–139.
11. Dwyer L., Forsyth P., Spurr R. Estimating the Impacts of Special Events on an Economy. *Journal of Travel Research*. 2005. Vol. 43. № 4. P. 351–359.
12. Attanasi G., Passarelli F., Urso G., Cosic H. Privatization of a Tourism Event: Do Attendees Perceive it as a Risky Cultural Lottery? *Sustainability*. 2019. Vol. 11. № 9. P. 1–16.
13. Dwyer L., Forsyth P., Spurr R. Assessing the Economic Impacts of Events: A Computable General Equilibrium Approach. *Journal of Travel Research*. 2006. Vol. 45. № 1. P. 59–66.
14. Buultjens J., Cairncross G. Event tourism in remote areas: an examination of the Birdsville Races. *Journal of Place Management and Development*. 2015. 8. № 1. P. 69–84.

Формування транскордонних медичних кластерів як інструмент активності єврорегіонів

Успішний розвиток єврорегіонів пов'язують не тільки з конкурентоспроможною промисловістю і сільським господарством, а й зі сферою інтелектуальних і креативних послуг, зокрема-медичних. Зростаючу роль охорони здоров'я як драйвера економічного зростання відображає повсюдне формування медичних кластерів. У зв'язку з цим важливо зрозуміти, якими вони бувають і за якими законами розвиваються. Таке знання абсолютно необхідно для тих, хто збирається формувати медичні кластери або брати участь в них.

Медичний кластер - це інноваційна модель організації процесу надання медичної допомоги, заснована на узгоджених діях з реалізації профільного відбору, лікування, реабілітації, диспансерного спостереження пацієнта. Медичний кластер відрізняється від інших інтегративних систем, так як володіє широкою розгалуженою структурою.

Найбільш поширена цільова модель медичних транскордонних кластерів – координація діяльності регіональних гравців у сфері охорони здоров'я. Кластери створюються для підвищення конкурентоспроможності та інвестиційної привабливості єврорегіонів. При цьому медицина розглядається як найважливіший вид економічної активності, що створює робочі місця і приносить дохід. Для успішної реалізації даної цільової моделі потрібна синхронізація регіональної спільноти, навігація учасників кластера за заходами підтримки, забезпечення єдиної комунікаційної платформи.

Секція 3. Розміщення продуктивних сил та регіональна економіка

Як інноваційна модель, медичний кластер складається з об'єктів медичного призначення та інфраструктури, вбудованих у вже наявні сфери, галузі, навчальні заклади, транспортні комунікації. У єврорегіональний кластер входить ряд географічно взаємозалежних установ і пов'язаних з ними органів влади і фірм, що діють в конкретній області і взаємодоповнюють один одного по різні боки кордону. Перевагою даної кластерної моделі є те, що їх діяльність спрямована не тільки на внутрішній, але і на зовнішній ринок.

Формування медичного кластера у євро регіонах є одним з інноваційних напрямків інтеграції в охороні здоров'я, яке може залучити потік пацієнтів із сусідніх регіонів за рахунок діагностичного та лікувального обладнання світового рівня, існуючого кадрового і наукового потенціалу та медичного туризму.

Сукупність передбачуваних областей для створення медичних кластерів, можна розділити на три основні категорії:

- 1) кластери медичних послуг;
- 2) кластери медичного обладнання та лікарського забезпечення;
- 3) кластери біотехнологій та інновацій в медицині.

Особливість транскордонного кластера пов'язана з тим, що різні елементи системи розташовані по різні боки кордону, тобто в різних правових і економічних системах з усіма наслідками, що випливають звідси наслідками. У зв'язку з цим, формування єдиної, цілісної транскордонної співпраці вимагає певних політичних і правових зусиль для вирішення проблеми ефективної туристської діяльності.

На жаль, в Україні на сьогоднішній момент транскордонних медичних кластерів не існує. Їх створення в рекреаційних зонах євро регіонів "Буг" і "Карпати" дозволить Україні залучити інвестиції у розвиток інноваційних медичних технологій в даних євро регіонах.

Створення транскордонних медичних кластерів в даних євро регіонах досить обґрунтовано.

По-перше, завдяки своєму геополітичному положенню кластер має величезну перевагу-близькість до країн ЄС. По-друге, розглянута транскордонна зона володіє близьким сусідством природно-рекреаційним та історико-культурної спадщини. По-третє, є достатня кількість господарюючих підприємств, що займаються різними видами туризму. По-четверте, розвивається взаємодія адміністрацій прикордонних регіонів сусідніх країн.

При формуванні транскордонних медичних кластерів значущим фактором є наявність державного кордону, по обидва боки якого на території сусідніх країн ведеться туристська діяльність. Кордон відіграє важливу роль у розподілі туристських потоків. Так, найважливішою функціональною характеристикою кордону Україна - ЄС, є контактність, яка проявляється як сукупність умов і факторів, що сприяють транскордонному сполученню.

Загрози, що стримують розвиток транскордонного медичного кластера включають: всередині кластерний суперництво, витік бізнес-ідей, а також зниження платоспроможного попиту населення при погіршенні загальноекономічної ситуації, мінливі споживчі переваги на медичних і туристичних ринках відтік туристів в сусідні регіони та за кордон у зв'язку з низьким рівнем надаваних послуг.

Основні позитивні ефекти-приплив грошових коштів і поліпшення соціально-економічних показників; активна інвестиційна політика, що сприяє залученню інвесторів для фінансування розвитку туристської індустрії; збільшення обсягів інноваційної діяльності господарюючих суб'єктів; створення загальної нормативно-правової та інформаційно-консультаційної підтримки учасників кластеру; вхід нових фірм на ринки туристських і готельних послуг, перевезень, розваг.

Отже, транскордонний медичний кластер може стати основним інструментом зміцнення економічного співробітництва в єврорегіонах а також підвищення соціально-економічного рівня розвитку прикордонних регіонів та залучення інвестиційних ресурсів.

СЕКЦІЯ 4. ЕКОНОМІКА БУДІВЕЛЬНОГО КОМПЛЕКСУ

*Halia D.O., a first-year student of the Faculty of Management
Donetsk State University of Management, Mariupol, Ukraine*

Construction as a branch of material production and its role in the national economy

In the modern economy, all industries are complex industrial and economic complexes, consisting of a huge number of organizations of various forms of ownership and different specialization, closely related to each other by numerous production, economic, technological, and financial relations. Actually, the economic foundations of the features and problems of the functioning of the building complex are the subject of this article.

The economy of a modern state is a diversified production and economic complex. The construction industry plays a special role in this complex. In the process of construction, not only material goods are created that directly satisfy the needs of society (for example, housing), but also the material basis for the functioning of all other sectors of the economy is formed - industrial buildings and structures, roads, public buildings. These objects constitute the material basis of any production - its fixed assets. The role of the construction industry in the national economy is also determined by the fact that construction products are the basis for the economic growth of the state. Economic growth is the main goal of the economic policy of any modern state. The condition for economic growth is expanded reproduction, which is impossible without additional investment and the construction of new production facilities.

In the construction industry, there are a large number of different organizations participating in the process of creating new production facilities and forming the construction complex. Thus, the *construction complex* is an organized system of enterprises and industries united by stable production, technological and economic ties in the creation of construction products.

In addition to the construction complex, enterprises and industries from other sectors of the economy are involved in the creation of final construction products.

For example, the machine-building complex provides the supply of technological equipment for enterprises under construction and equips construction enterprises with construction machines and mechanisms, the fuel and energy complex provides construction sites with electricity and heat, products of the chemical industry are used as building materials, etc. Therefore, we can talk about the functioning of an investment and construction complex within the framework of the national economy, uniting enterprises of various sectors of the economy, ensuring the creation of finished construction products (investment products). The functioning of the construction complex is characterized by a system of technical and economic indicators, which can be divided into groups:

1. Quantitative indicators characterizing the volume of construction and investment, the number of facilities under construction and commissioned, the number of operating organizations, the number of employees, etc.
2. Structural indicators characterizing the structure of investments, construction and installation works, the structure of organizations, etc.
3. Qualitative indicators characterizing the development of forms of ownership in the construction sector, changes in the sources of investment, the role of the construction sector in the national economy.

The analysis of these indicators in dynamics makes it possible to judge the state and development trends of the construction complex, helps to identify the key problems of the industry and ways to improve the efficiency of construction activities.

Thus, according to the above data, in Ukraine we can outline the following problems:

- lack of sources of financing for construction (significant reduction in the volume of state centralized capital investments, reduction of investment opportunities of most business entities, impoverishment of a significant number of people);
- high degree of depreciation of fixed assets, their neglect due to lack of investment demand;

Секція 4. Економіка будівельного комплексу

- practical liquidation of large construction divisions capable of carrying out multimillion-dollar projects (inability to compete with such large structures as the French companies "DUMES GTM" or "BOUYGUES");
- imperfect pricing system;
- bureaucratic obstacles to the implementation of investment projects;
- lack of equal legal conditions for all participants in the investment process;
- imperfect system of mechanisms of normative-legal regulation of economic, social and legal relations in the housing sphere (for example, there is no legally regulated mechanism of property liability for violation of the terms of the contract).

But the biggest problem faced by the construction industry at the present stage is the creation of a favorable investment climate in Ukraine, real financial and credit mechanisms for stimulating industrial and housing construction to increase the competitiveness of the industry, since market conditions require the formation of new principles for the relationships of participants in the investment process in capital construction.

Summarizing all the above, we can say that construction plays an important role in the development of the economic system of each state, as economic growth in any field of activity is impossible without the rise of the construction industry. It is in construction that the technical level of future production, the level of housing comfort, the features of the future city, its infrastructure, and the state of the city economy are laid down.

Literature:

1. Organization and accounting of construction activities: regulatory framework / Uklad. V. Kuznetsov. - Kharkiv: Factor, 2004. - 378 p.
2. Gaevskaya LM Economics and organization of the firm: Textbook manual. - Kyiv: Irpin: ADPS of Ukraine, 2008. - 376 p.
3. Kozyk VV Organization of production: Textbook manual. / VV Kozik A. S. Gavriyak. - Kyiv: "Knowledge", 2011. - 222 p.
4. Dikman AG Organization of construction production / Textbook for construction universities / Moscow: Publishing House of the Association of Construction Universities, 2006. - 608 p.

*Білокінь І. О., студент,
Янченко Н. В., кандидат економічних наук, доцент
Харківський національний університет будівництва та архітектури,
м. Харків, Україна*

Принцип функціонування сучасного інвестиційно-будівельного комплексу

Сучасний стан економіки України в умовах реально існуючих загроз національним інтересам країни вимагає радикальних економічних реформ. Важливим показником розвитку країни є стан і розвиток будівництва, оскільки будівництво є сектором національної економіки, в якому створюються виробничі і невиробничі основні фонди, інвестиції перетворюються в матеріальні об'єкти (будівельну продукцію), виявляється рішучий вплив на прискорення науково-технічного прогресу. Основним завданням функціонування інвестиційно будівельного комплексу є забезпечення матеріальної бази країни.

Метою статті є уточнення сутності та структури інвестиційно-будівельного комплексу і принципів його функціонування в регіонах України. З огляду на складну структуру інвестиційно-будівельного комплексу, зрозуміло існування досить великого різноманіття підходів до визначення його сутності. Багато науковців підтримують думку про те, що будівельний комплекс за своєю суттю є міжгалузевим, оскільки він взаємодіє з іншими комплексами для виконання найважливішої властивої тільки йому функції відтворення основних фондів для всіх галузей економіки.

Інвестиційно-будівельний комплекс охоплює безперервну інвестиційну діяльність власників капіталу під час життєвих циклів будівель і споруд, в зведення яких був вкладений капітал. Таким чином, розширення будівельної галузі до інвестиційно будівельної обумовлено кругообігом інвестиційного

Секція 4. Економіка будівельного комплексу

капіталу, нерозривністю процесу вкладення засобів і їх відшкодування, отримання і розподілу прибутку. На сьогодні інвестиційно-будівельна сфера - це не вертикально підпорядкованість будівельних організацій, як було в плановій економіці, це система, що базується на принципах самоорганізації і саморозвитку економічно вільних учасників будівельного процесу.

Інвестиційно-будівельна діяльність реалізується певною системою виробничих, функціональних та інституційних структур, що утворюють ІБК України [1].

До складу учасників інвестиційно-будівельної діяльності відносяться: інвестори, які виступають в ролі кредиторів, замовників, покупців, проектувальники, виробники матеріальних і технічних ресурсів, будівельно-монтажні організації, інноваційні організації, інституціональні ринкові структури, логістичні фірми, транспортні організації.

В даний час будівельні підприємства області активно освоюють будівельний ринок сусідніх регіонів, здійснюючи будівництво на «території походження капіталу». Так само участь в інвестиційно-будівельній діяльності на території того чи іншого регіону можуть приймати суб'єкти з інших регіонів країни та іноземні інвестори.

Українські будівельні організації об'єктивно поставлені в умови, коли їм вкрай необхідний пошук своєї ніші на відповідних ринках. Об'єктивними стартовими умовами формування цих ринків, які визначаються сьогоднішньою і прогнозованою загальноекономічною ситуацією можна вважати: створення багатокладної економіки, заснованої на різноманітні форм власності на засоби виробництва; множинність джерел капітальних вкладень; ліквідація дореформених організаційних структур управління та організації процесу будівельного виробництва; наявність вільного інвестиційного капіталу [2].

Отже, інвестиційно-будівельний комплекс являє собою певним чином організовану територіальну сукупність інвестиційних інститутів, будівельних виробництв та результатів їх фінансово-господарської діяльності з регіонально-галузевим управлінням. Інвестиційно-будівельна діяльність реалізується

певною системою виробничих, функціональних та інституційних структур, утворюють ІБК України.

Принципи формування ІБК в значній мірі залежить від ступеня концентрації капіталу в регіонах, природних і економіко-географічних факторів (наявності запасів мінеральних ресурсів, геополітичного положення, рівня економічної розвиненості регіону і т. п.), рівня розвитку інженерної та соціально-побутової інфраструктур і багатьох інших факторів.

Література:

1. Реформування інвестиційно-будівельного комплексу регіону/Є. А. Вилгін. URL: <http://www.investplan.com.ua/?op=1&z=5992&i=6> (дата звернення: 26.02.221).

2. Теоретичні і методичні основи управління інвестиційним процесом у будівництві/Залунін В.Ф., Левчинський Д.Л. URL: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/bitstream/lib/1282/1/ТЕОРЕТИЧНІ%20І%20МЕТОДИЧНІ%20ОСНОВИ%20УПРАВЛІННЯ%20ІНВЕСТИЦІЙНИМ%20ПРОЦЕСОМ%20У%20БУДІВНИЦТВІ.pdf> (дата звернення: 26.02.221).

*Ветрогон О.В., старший викладач кафедри економіки та підприємництва
Одеська державна академія будівництва та архітектури,
м. Одеса, Україна*

Пасивний будинок – крок до енергозбереження

Трансформаційні реформи які відбуваються в сучасній Україні вимагають іншого підходу до використання природних ресурсів. На сьогоднішній день енергозбереження займає одну з ключових позицій у розвитку та економіці ринків споживчих послуг і матеріалів.

Енергозберігаючі будинки з'явилися в Європі більше 20 років тому, в Україні лише останнім часом споруди такого профіля почали набирати популярність.

Пасивний будинок – це споруда, головна особливість якого відсутність необхідності опалення або мінімальне енергоспоживання системою опалення. Такі будівельні об'єкти ще називають енергозберігаючими, так як для їх опалення потрібна невелика кількість енергії. Ця властивість досягається завдяки особливим конструктивним особливостям споруди.

В Україні лише останнім часом такі будинки почали набирати популярність. Фахівці з успіхом застосовують такі технології на практиці в нашій країні. В Україні приблизно 20% населення живуть у приватних будинках. Вартість енергоресурсів значно зросла за останній час і дана тенденція продовжується. Саме тому важливо рухатися в напрямку зміни теплоізоляційних особливостей житла.

Пасивний будинок – енергозберігаюча будівля, що відповідає найвищим стандартам енергозбереження. Тепловтратам запобігають завдяки конструктивним особливостям будівлі, в яких використовуються сучасні енергозберігаючі технології та високоефективні теплоізоляційні матеріали. В ідеалі пасивний будинок є незалежною енергосистемою, взагалі не вимагає витрат на підтримку комфортної температури повітря і води.

Основним принципом проектування пасивного енергозберігаючого будинку є використання всіх можливостей збереження тепла. У такому будинку немає необхідності в застосуванні традиційних систем опалення, вентиляції, кондиціонування, водопостачання. Опалення нульового будинку відбувається завдяки теплу, що його виділяють, люди які живуть в ньому, побутовими приладами та альтернативними джерелами енергії, гаряче водопостачання – за рахунок установок поновлюваної енергії, наприклад, теплових насосів, сонячних батарей.

Будівництво пасивного будинку за вартістю приблизно на 15-20% дорожче від “звичайного” будівництва, при тому, що експлуатаційні витрати на опалення менше на 90%, що дозволяє швидко окупити початкові витрати. Такі будинки дуже комфортні і екологічно сприятливі для життя. На сьогоднішній день такі споруди – найзручніші і сучасні типи будівель. У такому будинку не буває прохолодних зон, у всіх кімнатах однакова комфортна температура. У них автоматично підтримується оптимальна температура, вологість і чистота повітря, що перетворює життя в такого роду будинках в задоволення. З урахуванням того, що людина близько 60% свого часу проводить в приміщеннях, значення таких чинників для підтримки високої якості життя важко переоцінити.

Підвищення енергоефективності у побуті і сфері ЖКГ, при новому будівництві, вимагає добре продуманого і чіткого визначення конкретних цілей і методик їх досягнення, які можуть стати основою програми енергозбереження. Практична реалізація такої програми у великій мірі може знайти опору в прямій вигоді між суб'єктами відносин.

Порівняльні характеристики енергозберігаючих матеріалів дозволяють робити оптимальний вибір з урахуванням необхідних властивостей і якостей при плануванні робіт з підвищення рівня енергозбереження об'єктів.

Важливо, що питання енергоефективності та енергозбереження повинні торкатися всіх суб'єктів відносин.

Гордієнко В.В., здобувач освітнього рівня доктор філософії

Одеська державна академія будівництва та архітектури, м.Одеса, Україна

Аналіз сервісів з маркетингових досліджень будівельних підприємницьких структур в Інтернет-середовищі

Останні кілька років є актуальною цифрова трансформація повсякденного життя, торгівлі та бізнесу в цілому. Успіх на ринку будівельних підприємств залежить від того, наскільки добре було вивчено потреби ринку та проведено маркетингові дослідження. Цільова аудиторія – покупці, які шукають нерухомість з найкращою відповідністю потребам. Найчастіше опитування проводять на сайті і він повинен одразу продемонструвати бренд, експертність фахівців і сформулювати бажання приймати участь у дослідженні.

Перше на що звертають увагу споживачі на інтернет платформах – логотип, дизайн, швидкість завантаження сторінок та зручний інтерфейс.

Показники SEO, мобільність і безпека сайту повинні мати високий результат. Доцільно розробити маркетингову стратегію «підігріву» потенційних клієнтів та обрати інструменти реалізації плану, які зміцнять довіру та розкриють досвід, експертність фахівців агентства.

Для просування послуг на ринку будівництва доцільно впровадити експертний та відео-контент. Експертний контент дозволить вирішити головне бізнес-завдання (підвищення впізнаваності, залучення клієнтів) демонстрацією експертизи за допомогою корисної для аудиторії інформації.

За даними Google, 90% користувачів вивчають інформацію в YouTube та в середньому користувачі проводять на 88% більше часу на сайті, де є відео, тому експертний контент ефективно презентувати в форматі відео.

Відео контент, як нативний, так і змонтований - відмінний спосіб інформування та залучення аудиторії. Дослідження показують: ми витрачаємо більшу частину онлайн-часу на перегляд відео. Понад 70% опитаних маркетингологів стверджують: відео має кращу конверсію і ROI, ніж будь-які інші форми контенту. Доцільно використовувати такі формати відео: вебінари, демонстрації та огляди, інтерв'ю експертів, прямі трансляції в соціальних

мережах. Експертний контент в різних відео форматах ефективно просувати за допомогою контекстної реклами та таргетированої реклами в соціальних мережах.

В якості офлайн-маркетингу для дослідження на ринку будівельної продукції доцільно:

- проводити безкоштовні семінари на теми, які цікавлять клієнтів (неформальні зустрічі дозволяють продемонструвати свої знання і поради цільовій аудиторії та зібрати контактну інформацію в учасників семінару);
- проводити дні відкритих дверей.

Отже, можемо зробити наступні висновки: для того, щоб удосконалити методи досліджень на ринку будівництва необхідно розробити маркетингову стратегію використання наступних інструментів :

1. Застосувати SEO-оптимізацію сайту.
2. Створити експертний та відео-контент.
3. Налаштувати контекстну та таргетировану рекламу.
4. Проводити офлайн зустрічі з потенційними клієнтами в форматі семінарів та день відкритих дверей

Дані заходи допоможуть підвищити впізнаваність на ринку будівельних підприємств в online та почуття надійності, довіри при зустрічі з брендом offline, та отримання від потенційних клієнтів потрібної інформації в процесі маркетингових досліджень.

Література:

1. Marketing Technologies of Business Development.pdf / Edited by Mykhailo Oklander, Magdalena Wierzbik-Strońska. Katowice: Wydawnictwo Wyższej Szkoły Technicznej w Katowicach, 2020. 236 p. Available at: http://www.wydawnictwo.wst.pl/oferta_wydawnicza_oraz_zakup_publicacji/wydawnictwa/marketing_technologies_of_business_development/69 (accessed 24.03.2020).
2. Mykhailo Oklander, Olena Chukurna, Tatiana Oklander, Oksana Yashkina. Methodical Approach to Calculating Information Value in Pricing Policy in Supply Chains. *Estudios de Economía Aplicada*. 2020. Vol 38, No 4. URL: <http://ojs.ual.es/ojs/index.php/eea/article/view/4009> (дата звернення: 4.01.2021).

*Євдокімова О. М.
старший викладач кафедри економіки та підприємництва
Одеська державна академія будівництва та архітектури,
м. Одеса, Україна*

Компоненти єдиної державної електронної системи у сфері будівництва

В Україні розпочали роботу Реєстр будівельної діяльності та Публічний портал системи - компоненти єдиної державної електронної системи у сфері будівництва. Загалом, Єдина система – ключовий елемент реформи містобудування. Її впровадження матиме значний антикорупційний вплив, оскільки дозволить усунути людський фактор у наданні послуг громадянам і бізнесу.

Серед основних переваг нового реєстру – отримання даних про права власності та землю завдяки електронній взаємодії між реєстрами. Реєстр захищений від несанкціонованого доступу та зберігається на національному провайдері хмарних сервісів та центрів обробки даних De Novo.

Відтепер кожен об'єкт буде вноситися до Реєстру з унікальним ідентифікатором, що дозволить прив'язати до об'єкту всі дозвільні документи, містобудівну та проєктну документацію, відомості про учасників будівництва, фото та іншу інформацію, робота фахівців та експертів з геодезії, енергоефективності, органів з присвоєння адрес та технічного обстеження будівель і споруд також буде відбуватись в електронному форматі.

Важливо, що усі документи з самого початку будівництва і до введення в експлуатацію створюються та верифікуються за QR-кодом одразу в Реєстрі [1].

Публічний портал державної електронної системи у сфері будівництва надаватиме відкритий доступ до відомостей нового Реєстру будівельної діяльності, актуальну статистику щодо наданих послуг, поновлювану у реальному часі, онлайн-консультації через чат-бот та калькулятор для визначення класу наслідків будівель.

Реєстр будівельної діяльності надає наступну інформацію:

1. Декларативні та дозвільні документи (рис.1);
2. Об'єкти будівництва;
3. Будівельна документація;
4. Енергоефективність;
5. Атестовані особи (рис.2);
6. Учасники будівництва (рис.3);
7. Організації в сфері містобудування та архітектури.

Розподіл заявок по типу

- Внесення змін до повідомлення про початок виконання будівельних робіт
- Повідомлення про початок виконання підготовчих робіт
- Реєстрація декларації про готовність до експлуатації об'єкта
- Зміна даних у дозволі на виконання бу...
- Внесення змін до декларації про почат...
- Реєстрація декларації про готовність д...
- Видача дозволу на виконання будівель...
- Реєстрація декларації про готовність д...
- Видача сертифіката про прийняття в ек...
- Повідомлення про початок виконання б...
- Other

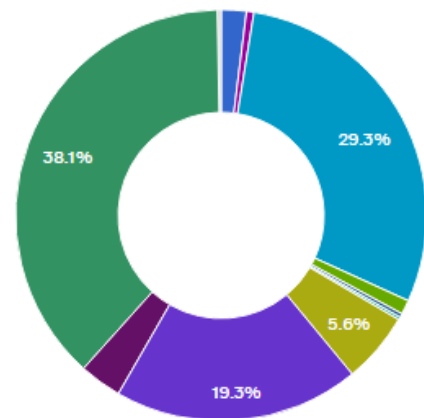


Рис. 1. Декларативні та дозвільні документи

Розподіл діючих сертифікованих спеціалістів по професіях

- Архітектор
- Експертиза у будівництві
- Інженер-консультант
- Інженер-проектувальник
- Інженер технічного нагляду

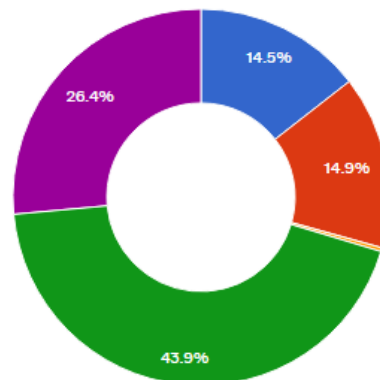


Рис.2. Атестовані особи

Розподіл учасників будівництва по категоріям

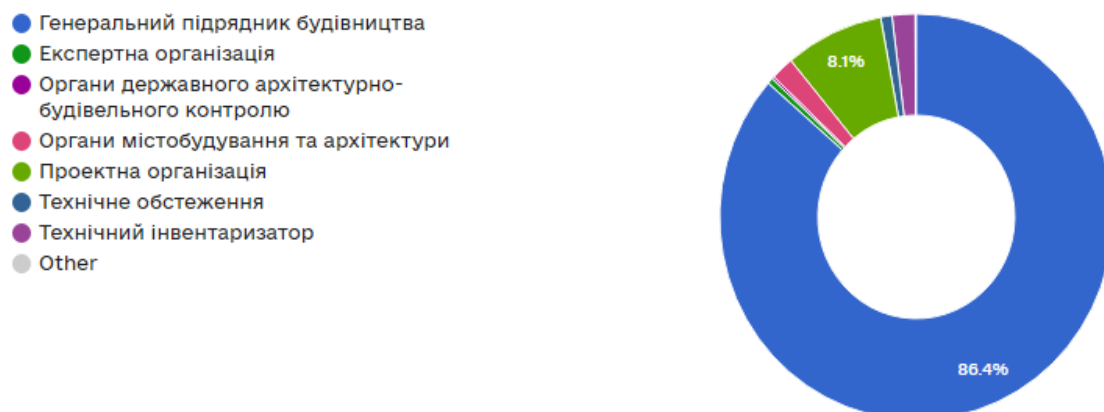


Рис. 3. Учасники будівництва

Однією з головних функціональних можливостей системи є забезпечення доступу користувачів електронного кабінету до створення, оформлення, внесення або подання інформації (відомостей) та електронних документів до електронної системи під час надання/отримання адміністративних послуг та інших послуг, які будуть передбачені Порядком ведення системи[2].

Література:

1. Портал Єдиної електронної системи у сфері будівництва. Реєстр будівельної діяльності. URL: <https://e-construction.gov.ua/reestri>
2. Державний сайт «Міністерство розвитку громад та територій України». URL: <https://www.minregion.gov.ua/press/news/v-yedynij-derzhavnij-elektronnij-systemi-u-sferi-budivnycztva-zapraczyuvaly-4-novyh-e-kabinety/>

*Кірдіна О. Г., д.е.н., професор кафедри обліку і аудиту,
Стешенко О. Д., к.е.н., доцент кафедри управління
державними і корпоративними фінансами,
Український державний університет залізничного транспорту,
м. Харків, Україна*

Ризик-менеджмент в транспортному будівництві

Кожен інвестиційний проект розвитку транспортних комунікацій схильний до багатьох природних, техногенних і фінансових ризиків. Наслідком їх негативного впливу є несвоєчасне введення в експлуатацію об'єктів транспортного будівництва, що у свою чергу, призводить до збитковості для замовника, підрядних організацій і соціальної сфери життєдіяльності регіону. Це свідчить про необхідність оцінювання ризиків у різних умовах, які відрізняються за джерелами і причинами загроз, імовірністю та величиною наслідків, а також можливими контрзаходами для їх запобігання. Варто зазначити, що оцінювання і вимір ризиків у багатьох випадках характеризується суттєвим рівнем невизначеності та призводить до змін якісних параметрів інвестиційних проектів [1].

Одним з ефективних економічних механізмів ризик-менеджменту, що забезпечує компенсацію збитків і своєчасність введення об'єкту в експлуатацію з урахуванням фінансових, організаційних і економічних аспектів проблеми, є страхування. Страхування будівельно-монтажних та інженерних робіт – це комплексний вид страхування, що захищає від ризиків загибелі або пошкодження об'єкту, що будується, будівельного обладнання та техніки, інших об'єктів на будівельному майданчику, а також цивільної відповідальності за заподіяння шкоди третім особам в результаті аварій в процесі будівництва [2].

Багаторічний досвід страхового захисту будівництва об'єктів транспортної інфраструктури показує, що організована взаємодія страхових компаній і підрядних організацій дозволяє управляти ризиками і фактичною тривалістю будівництва на основі комплексного моніторингу кожної стадії життєвого циклу.

Секція 4. Економіка будівельного комплексу

Концепція страхового захисту своєчасного введення об'єкта транспортного будівництва полягає в організації взаємодії на всіх стадіях інвестиційного циклу з метою контролю і управління двома групами взаємозв'язаних ризиків:

1) порушенням вимог безпеки споруд;

2) збільшенням проектних термінів виробництва робіт і завершення локальних споруд і об'єктів, що входять в загальний комплекс, в цілому.

Договірна структура страхового покриття включає генеральний (за загальним проектом), комплексні (з пускових комплексів) і локальні (за окремими спорудами) договори страхування.

Така структура дозволяє прогнозувати розвиток ризиків у часі і визначити страхові суми відповідно до об'єктних і локальних кошторисів. Зокрема:

- терміни завершення і вартість пускових комплексів покладені в основу розрахунку балансової вартості об'єкту після завершення кожного договірної періоду і укладення договору страхування на наступний період;

- конструктивно-технологічні характеристики і природні чинники будівництва об'єктів з врахуванням наслідків ризик-факторів. При цьому доцільно виділяти і класифікувати по мірі впливу групи факторів, що відповідають сейсмічності району будівництва, геологічному опису, даним про затоплюваність та ін.;

- параметри підрядних організацій і підприємств інфраструктури (їх технічний і технологічний потенціал) після кожного завершеного договору за виділеним комплексом слід прийняти як початкові дані для прогнозу відповідності фактичних показників транспортного будівництва і проектним даним про тривалість будівництва.

При настанні страхового випадку, пов'язаного з руйнуванням об'єкту, проектний інститут і будівельна організація можуть запропонувати для його відновлення нові конструктивно-технічні рішення, відмінні від початкового проекту. Якщо їх вартість перевищує первинну, але забезпечує або сприяє збереженню терміну введення об'єкту, то страхова компанія може прийняти

позитивне рішення про запропоновану і необхідну для відновних робіт страхову виплату. В цьому випадку потрібне проведення професійного моніторингу стану об'єкту.

Страховий захист контрактних термінів введення об'єктів полягає у контролі й управлінні організаційною і економічною надійністю усієї програми будівництва об'єкту транспортної інфраструктури. Також створює реальну інвестиційну основу для отримання фактичного економічного ефекту від введення об'єкту в експлуатацію з урахуванням ризиків відставання по пускових комплексах і технологічних етапах. У методичному відношенні при розрахунку чистого дисконтованого доходу від введення в експлуатацію об'єктів транспортної інфраструктури необхідно врахувати терміни і ризики завершення кожного пускового комплексу, оскільки економічний ефект накопичуватиметься поетапно.

Таким чином, страхування об'єктів транспортного будівництва має найважливішу економічну функцію, оскільки:

- у фінансовому відношенні пов'язані з графіком залучення і розподілу великих бюджетних або приватних асигнувань;
- у організаційному відношенні – є важливим параметром транспортного будівництва, що визначає потреби у фінансових, матеріально-технічних і трудових ресурсах;
- у економічних відносинах тривалість будівництва визначає введення нових виробничих потужностей і окупність капітальних вкладень.

Література:

1. Стешенко, О. Д., Саленко, О. В. Дослідження впливу соціальних ризиків на результативність організацій транспортного будівництва. Вісник соціально-економічних досліджень : зб. наук. праць / За ред. : М. І. Зверькова (голов. ред.) та ін. Одеса : Одеський національний економічний університет. 2019. № 1 (69). С. 208-217.

2. Страхування будівельно-монтажних та інженерних ризиків [Електронний ресурс]. Режим доступу : <https://tbt-broker.com/service/strakhovanie-stroitelno-montazhnykh-riskov> (Дата звернення: 01.03.2021 р)

Кулікова Л.В., доцент кафедри економіки підприємства
Самсонова К.А., бакалавр
Одеська державна академія будівництва та архітектури
м. Одеса, Україна

Сучасний стан будівельної галузі України

Будівельна галузь є невід'ємною частиною господарського комплексу країни, індикатором зростання чи занепаду економіки. Вона тісно пов'язана з іншими галузями, їхнім розвитком за рахунок будови виробничих потужностей, складських та офісних приміщень та інженерних мереж.

У минулому році будівельна галузь, як і всі галузі економіки, опинилася в умовах карантинних обмежень викликаних пандемією. Перша половина 2020 року, по суті пішла на адаптацію до карантинних умов. Індекс будівельної продукції по відношенню до 2019 року склав 104%, і галузь змогла вийти в «плюс» лише в кінці року. У 2020 році підприємствами виконано будівельних робіт більш, ніж на 202,08 млн. грн., але слід узяти до уваги, що така тенденція пояснюється не тільки зростанням кількості виробленої продукції, але і поступовим зростанням цін. Ціни на будівельні роботи в Україні в січні-листопаді зросли на 3,2%

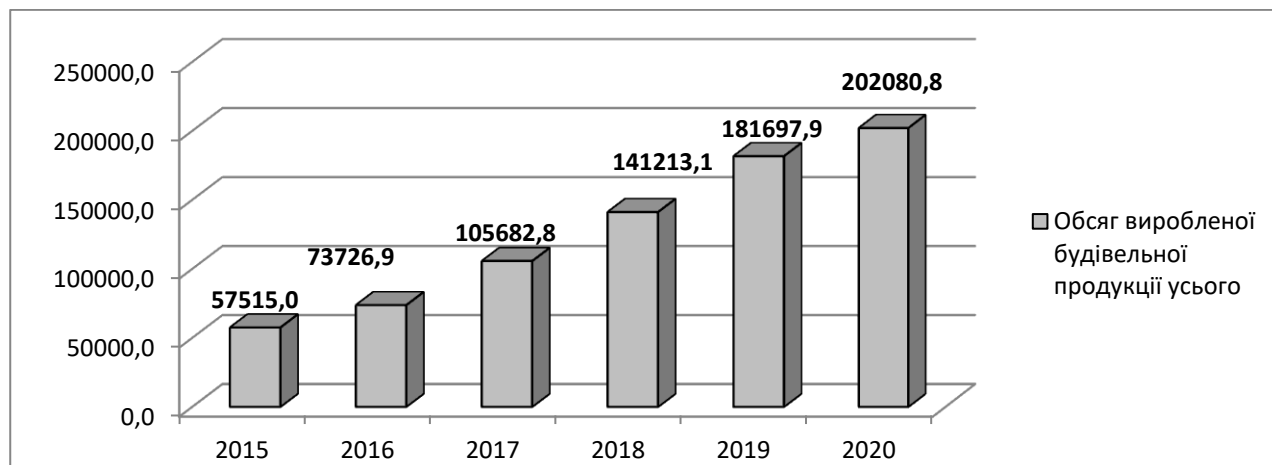


Рис.1 Обсяг виконаних будівельних робіт по рокам в млн. грн. (складено за даними Державної служби статистики України)[1].

Будівельні компанії змушені підвищувати вартість робіт та послуг із метою підтримки рівня рентабельності, що негативно впливає на динаміку попиту з боку інвесторів. Більше третини всіх підприємств галузі є

нерентабельними – близько 35%. Такий відсоток пов'язаний з високим рівнем витрат на будівельні роботи, низькою окупністю техніки й інвестиційних проєктів [9].

Структура виконаних будівельних робіт поділяється на будівлі (житлові і нежитлові) та інженерні споруди. У 2020 році скоротилась частка нежитлових будівель на 2,22%, а частка житлових будівель скоротилась на 3,89%.

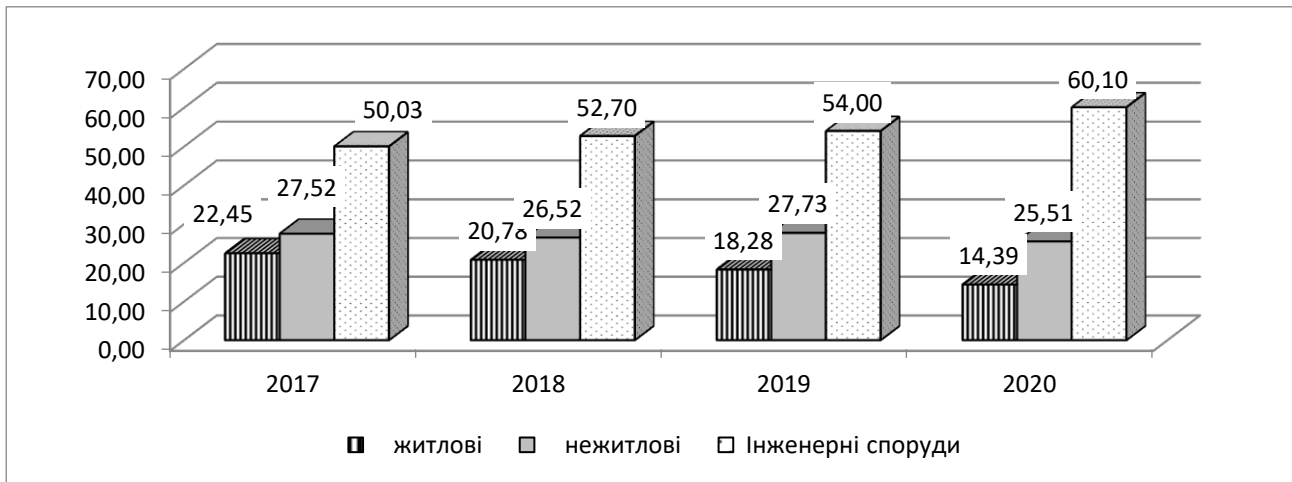


Рис.2. Структура виконаних робіт за видами будівельної продукції, % (складено за даними Державної служби статистики України) [1].

Найбільшу частку у структурі виконаних робіт за останні чотири роки складають інженерні споруди, у 2020 році вона збільшилась на 6,1%, ніж у 2019 році. Це наслідки реалізації державної програми "Велике будівництво", в рамках якої відремонтували понад 3,9 тис. км автодоріг державного значення та 82 мости, це 92% та 85% від плану, презентованого на початку року, та абсолютний рекорд за всі часи Незалежності України (у 2019 році в експлуатацію було введено 0,847 тис. км державних доріг) [2].

У першому півріччі обсяги введеного житла впали майже на чверть порівняно з 2019 роком і лише потім вдалося дещо покращити ситуацію. Індекс будівництва житла у 2020 році склав 81,5%. За даними Держкомстату України у 2020 році прийнято в експлуатацію 5749,92 тис. м² загальної площі житла, що на 8950,8 тис. м² менше, ніж у 2019 році. Головною причиною скорочення темпів будівництва житла є зниження доходів населення і скорочення попиту на нерухомість. За даними Мін'юсту України кількість

Секція 4. Економіка будівельного комплексу

договорів купівлі продажу житлової нерухомості у 2020 р. порівняно з 2019 р. зменшилася на 4,6%. За даними НБУ станом на кінець грудня 2020 р. порівняно з відповідною датою 2019 р. обсяг іпотечних кредитів у національній валюті зменшився на 5%.[3].

У структурі нежитлових будівель в 2020 році в порівнянні з 2019 роком збільшилися частки закладів освіти та медичного на 3,93%, транспорту та засобів зв'язку на 2,16%, офісні будівлі на 1,09% та інших будівель на 4,68%. Найбільше зменшення відбулося за рахунок промислових будівель та складів (7,42%) і торговельних будівель на 4,35%.

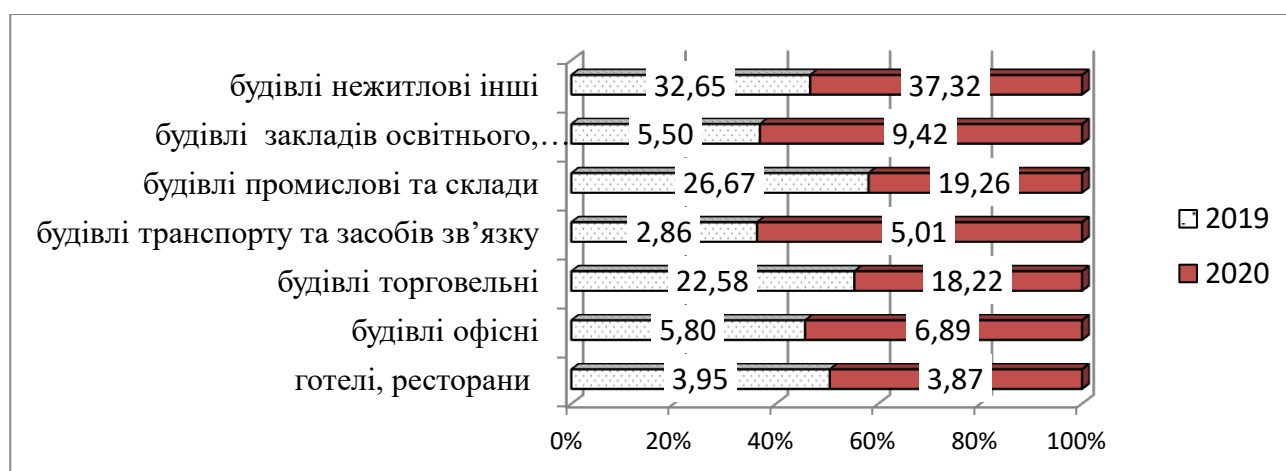


Рис.3. Структура нежитлових будівель, % (складено за даними Державної служби статистики України) [1].

Будівництво промислових об'єктів потребує значних інвестиції, яких немає. Інвестор, як іноземний, так і вітчизняний, у тій ситуації, в якій перебуває економіка України, не хоче ризикувати та вкладати кошти. За даними Держстату за 9 міс. 2020 р. порівняно з 2019 р. індекс капітальних інвестицій зменшився на 35,4%, У найближчому майбутньому, доки не стабілізується економічна ситуація в країні, не варто очікувати серйозного приходу інвестицій на будівельний ринок для зведення промислових об'єктів.

У регіональному розрізі, активне будівництво велося лише у кількох областях: традиційно – у столиці – 21,6 % від загального обсягу виконаних робіт, також в Одеській області – 14,0%, Дніпропетровській – 8,9%, Харківській – 7,2%, Львівській – 7,1%, у Київській області – 6,3%. Ці шість регіонів дають

майже дві третини усіх виконаних будівельних робіт в країні. Водночас у десяти регіонах будівництво ведеться в межах одного відсотка, від загального обсягу по Україні. Це, передусім, Херсонська, Сумська, Кіровоградська, Закарпатська, Житомирська, Черкаська області [3].

До особливостей будівельної галузі відносять низьку забезпеченість основними засобами, оскільки малі та середні будівельні компанії здебільшого орендують обладнання. Зростання зношеності основних засобів не тільки безпосередньо знижує ефективність роботи будівельних підприємств, але й ускладнює отримання ними кредитних коштів, які здебільшого видаються під заставу наявного майна, до зростання вартості отримання позикових коштів.

Середньооблікова кількість штатних працівників у січні 2021 року склало 206,9 тис. осіб, що на 5,8% більше попереднього місяця, а середній показник заробітної плати склав 9 238 грн., що менше на 20,1 % порівняно з попереднім місяцем та більше на 0,8% порівняно з січнем 2020 року. За цим показником будівництво посіло 15 місце серед 16 видів економічної діяльності.

Для подальшого розвитку галузі пріоритетними напрямками повинні стати: поліпшення роботи будівельних підприємств за рахунок оновлення основних засобів; впровадження інноваційних будівельних технологій; підвищення якості будівельної продукції; вдосконалення управління, розширення горизонту планування і більш точний облік на вимоги ринку; розроблення довгострокових програм із розширення можливостей фінансування будівництва державними і регіональними органами влади.

Література:

1. Офіційний сайт Державної служби статистики України – [Електронний ресурс]. – Режим доступу – <http://ukrstat.org>
2. Міністерство розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України – [Електронний ресурс]. – Режим доступу – [me.gov.ua Concensus_2020_ukr_52_Aug.pdf](https://me.gov.ua/Concensus_2020_ukr_52_Aug.pdf)
3. Огляд економічної активності – [Електронний ресурс]. – Режим доступу – [EA_2020p.pdf](#)

*Лопатка К.А., аспірант кафедри економіки та підприємництва
Придніпровська державна академія будівництва та архітектури
м. Дніпро, Україна*

Проблеми забезпечення економічної безпеки будівельного підприємства в Україні

Будівництво являє собою галузь матеріального виробництва, тому вона має особливості, які виділяють і які відрізняють її від інших галузей. Ці відмінності і особливості можна пояснити характером продукції, яку виробляє галузь, крім того, умовами праці, своєрідними технологіями, організацією виробництва, видами використовуваної техніки, матеріального і технічного забезпечення.

Незалежно від призначення об'єктів, що споруджуються будівельною галуззю, до особливостей, що належать до всієї галузі, можна віднести наступні:

1. Всі операції, вироблені даною галуззю, технологічно пов'язані між собою.
2. Різноманітність характеру кінцевого продукту.
3. Залучення безлічі різних організацій у виробництво кінцевого продукту.
4. Істотна роль місцевих умов і клімату при виробництві будівельних робіт.

Економічна безпека будь-яких підприємств, в тому числі і будівельних, має на увазі ефективне використання можливих ресурсів з метою запобігання загрозам, а також забезпечення стабільного функціонування [2].

В системі економічної безпеки країни значимість будівельної галузі визначається її роллю в створенні і модернізації невиробничих та виробничих основних фондів. Протягом багатьох років розвиток будівельної галузі супроводжувалося як підйомами, так і спадами. На сьогоднішній день будівельна галузь має ряд невирішених проблем, наприклад, недостатній рівень і обсяг інвестицій, низька якість вітчизняних будівельних матеріалів, відсутність конкуренції і слабе технічне регулювання.

Для того щоб забезпечити економічну безпеку будівельного сектора, як одного з основних елементів економічної безпеки держави, необхідно відстежувати і контролювати кризові ситуації в галузі і вплив окремих складових економічної безпеки на галузь.

Процес забезпечення економічної безпеки будівельного сектора - це процес своєчасного запобігання збитків від негативного впливу різних аспектів фінансово-господарської діяльності, завдяки прогнозуванню і оцінці несприятливих факторів і кризових ситуацій [2].

Основними проблемами, які впливають на економічну безпеку будівельної галузі та будівельних підприємств, є [1]:

- суттєві фінансові ризики (якщо кошторисна вартість будівельних робіт об'єкта порівнянна з річним оборотом підприємства, з урахуванням штрафних санкцій, прописаних у договорі підряду, зрив термінів або, наприклад, низька якість виконаних робіт, може довести до банкрутства організацію і призвести до втрати іміджу);

- формальність регламенту проведення тендерів серед підрядників;

- відсутність чіткої і зрозумілої правової бази, яка регламентує будівельний сектор;

- необхідність коректного і диференційованого підходу до конкуруючих підприємств (так як в будівельному секторі переважає досить тісний зв'язок між будівельними організаціями в рамках будівельного ринку, на якому ваш сьогоденний генеральний підрядник може вже завтра виступати в якості субпідрядника на іншому будівельному об'єкті);

- відсутність актуальної та достовірної інформації про положення та стан будівельного сектора і будівельного ринку, з огляду на те, що багато підприємств приховують реальні обсяги виробництва і справжні фінансові результати;

- будівельні роботи мають колективний характер (неможливо виділити жодну структурну ланку в будівельній організації, яка б не мала впливу на підсумковий результат роботи будівельного підприємства);

Секція 4. Економіка будівельного комплексу

- всі будівельні підприємства мають низьку мобільність;
- суб'єктивний вибір підрядника (фактор особистої зацікавленості керівників будівельних організацій, досвід спільної роботи з певними підрядниками, фінансова зацікавленість осіб, що приймають рішення про вибір замовника підрядної будівельної організації).

Для проведення оцінки існуючої системи управління економічної безпеки певного підприємства необхідно проаналізувати перелік співробітників підприємства і їх посадові обов'язки в галузі економічної безпеки, наприклад:

Таблиця 1

Елемент системи економічної безпеки підприємства	Відповідальний співробітник, відділ	Функціональні обов'язки в галузі управління економічною безпекою
Фінансова складова	Головний бухгалтер	Забезпечення правильного складання бухгалтерської звітності Забезпечення правильності розрахунку податків і зборів
Кадрова складова	Керівник відділу кадрів	Забезпечення запобігання негативним впливам на економічну безпеку підприємства за рахунок ризиків і загроз, пов'язаних з персоналом, його інтелектуальним потенціалом і трудовими відносинами в цілому
Техніко-технологічна складова	Керівник виробничого відділу	Забезпечення безперебійного та ефективного виробничого процесу на підприємстві
Політико-правова складова	Юридична особа (підприємство) на аутсорс	Юридичне забезпечення діяльності підприємства, грамотна правова робота з контрагентами і владою, вирішення інших правових питань
Екологічна безпека	Керівник виробничого відділу	Забезпечення дотримання техніки безпеки виробничим персоналом підприємства Забезпечення здійснення виробничих процесів відповідно до вимог нормативів
Інформаційна	ІТ-фірма на аутсорс	Захист інформаційних даних
Силова	Приватне охоронне підприємство на аутсорс	Забезпечує фізичну безпеку і збереження майнових цінностей і персоналу підприємства

На підприємствах будівельної галузі України, найчастіше, до підрозділів і співробітників, що займаються питаннями управління економічною безпекою, відноситься головний бухгалтер, керівник відділу кадрів, керівник виробничого відділу. Дані співробітники відповідають за забезпечення фінансової, кадрової, техніко-технологічної та екологічної безпеки підприємства відповідно. Також з метою забезпечення політико-правової, інформаційної та силової безпеки в зв'язку з часто невеликими розмірами підприємства користуються послугами сторонніх підприємств на принципах аутсорсингу.

В цілому можна зробити висновок, що середньостатистичне підприємство здійснює управління всіма елементами економічної безпеки. Однак в частині забезпечення фінансової безпеки функції головного бухгалтера обмежуються лише питаннями забезпечення правильного складання бухгалтерської звітності, забезпечення правильності розрахунку податків і зборів. Будь-якими іншими функціями, пов'язаними з управлінням фінансової складової економічної безпеки (наприклад, планування і контроль використання ресурсів, робота з контрагентами) даний працівник не займається в зв'язку з високою завантаженістю роботами, пов'язаними з бухгалтерським обліком і формуванням звітів.

Література:

1. Камлик М.І. Економічна безпека підприємницької діяльності. Економіко-правовий аспект : навч. посіб. К.: Атіка, 2005. 432 с
2. Пушкар Т.А. Теоретичні аспекти методології формування моделі розвитку будівельного комплексу регіону. *Научно-технический сборник «Комунальное хозяйство городов»*. 2011. № 70. 2011. С.98-106.

*Назаренко К.О., ст.гр. А-44,
Янченко Н.В., к.е.н., доцент кафедри економіки
Харківський національний університет будівництва та архітектури,
м. Харків, Україна*

Особливості будівництва як галузі економіки

Будівництво – це окрема незалежна галузь економіки, що слугує задля впровадження в дію нових, а також зміни, перебудови, ремонту будівель промислового та громадського призначення.

Основне призначення галузі будівництва полягає в появі умов для швидкого розвитку економіки України. Як галузь матеріальної промисловості, будівництво має багато характеристик, що є унікальними для цієї галузі. Особливості будівництва та архітектури можна пояснити характером його кінцевого продукту, унікальними умовами його виробництва, своєрідністю особливостей техніки, що використовується, технології, організації, керування і матеріально-технічного забезпечення [1].

Особливості будівництва є наслідком широкої різноманітності об'єктів, що споруджуються. До них відносять: виробничі, житлові та цивільні, соціально-побутові, транспортні, сільськогосподарські, об'єкти меліорації і водного господарства, магістральних трубопроводів, ліній електропередачі.

Будівництво як галузь економіки приймає участь у створенні особливих фондів для всіх галузей національного господарства. Продукцією нового будівництва є виробничі потужності і об'єкти невиробничого призначення. Під час введення в дію вони стають основними фондами. В їх створенні приймають участь і інші галузі економіки (промисловість будівельних матеріалів, металургія, машинобудування та хімічна промисловість та ін.). Архітектурні об'єкти, оснащені технологічним, енергетичним і іншим обладнанням та технікою, складають натурально-речовий зміст основних виробничих фондів.

До сфери капітального будівництва відносять також діяльність замовників, що розпоряджаються капітальними вкладеннями, джерелами яких є власні, позикові кошти підприємств, а також кошти державного бюджету [3].

У сфері нового будівництва прямо або побічно приймають участь понад 70 галузей економіки України, які забезпечують будівництво металом і металоконструкціями, цементом, лісоматеріалами, будівельною технікою, засобами транспорту, паливом і енергетичними ресурсами [5].

У будівництві використовується 50% продукції промисловості будівельних матеріалів, близько 18% металопрокату, 40% пиломатеріалів, більше 10% продукції машинобудівної промисловості.

Будівництво обслуговує практично всі галузі промисловості. Для доставки будівельних матеріалів, будівельних конструкцій і будівельної техніки використовуються практично всі види перевозок: легковий, залізничний, водний і повітряний [1, 3].

У будівельному процесі може бути виділено три етапи:

1. Підготовка будівництва.
2. Безпосереднє будівництво.

На будмайданчику відбувається поєднання всіх технологічних елементів будівельного процесу в результаті функціонування яких створюється будівельний продукт.

На цьому етапі формуються сукупні будівельні розтрати, матеріально-речові елементи об'єктів, їх архітектури, виразність і довговічність.

3. Реалізація будівельної продукції - введення будівельних об'єктів в експлуатацію і передача їх замовникам.

Три стадії кругообігу вкладень ресурсів:

- Виробництво як провідна форма утворення основних фондів.
- Реалізація в основних фондах.
- Підготовка наступного циклу відтворення з метою перетворення грошових фондів в виробничі.

Чим більше ступінь взаємодії всіх елементів відтворення в часі і просторі, тим вище економічна ефективність будівництва [6].

Підготовка відбувається за такими напрямками: техніко-економічні дослідження, проектування об'єкта та інженерно-технічна підготовка до

Секція 4. Економіка будівельного комплексу

будівництва. Всі напрямки мають свої завдання. У процесі техніко-економічних досліджень визначаються основні техніко-економічні показники майбутнього об'єкта, і оцінюється економічна доцільність його будівництва. На стадії проектування розробляються конструктивно-компонувальні рішення об'єкта, методи організації його будівництва і технологія виконання робіт, визначається кошторисна вартість будівництва. Після цього здійснюється інженерно-технічна підготовка до будівництва [1, 4].

Далі, коли здійснюється, безпосереднє будівництво, на будмайданчику з'єднують всі технологічні елементи будівництва, в результаті функціонування яких утворюється будівельна продукція, формуються сукупні фактичні витрати будівельного виробництва, матеріально-речові елементи будівель і споруд, їх архітектурно-будівельна виразність і якість.

Завершення об'єкта відбувається з реалізацією будівельної продукції: введення закінчених споруд в експлуатацію та передача їх замовнику як основних фондів.

Література:

1. Грабовський П. Г. Організація, планування та управління будівельною промисловістю. Підручник. / «Інформ», 2006. - 304 с.
2. Васильєв О. М. Управління будівництвом. - Л.: Будвидат, 1990.
3. Белковский В. С., Купрякова Е. М. - Організаційно-економічні проблеми технічного прогресу. М.: Висока школа, 1990. – 302 с.
4. Шеина С. Г. Стратегічне управління технічного житлового фонду: Монографія. – Ростов-на-Дону: РГСУ, 2008. – 196 с.
5. Payne G., Majale M. The urban housing manual. – London: Earthscan, 2004. – 134 p.
6. Новіков И. Т. Науково-технічний прогрес в будівництві. Видатництво: «М.: Будвидат», 231 с. 1990.

Назаренко К.О., ст. гр. А-44,
Янченко Н.В., к.е.н., доцент кафедри економіки
Харківський національний університет будівництва та архітектури,
м. Харків, Україна

Економічні аспекти застосування закордонного досвіду в еко-будівництві

В Україні експлуатація будівель вимагає дуже великих енерго- і ресурсовитрат. Актуальною проблемою стає раціональне споживання ресурсів і раціональне природокористування, знижує негативний вплив на середовище проживання людини - стандарти і критерії еко-будівництва. Країни Зарубіжжя, маючи обмежену кількість мінеральних, паливних, земельних ресурсів, активно рухаються в напрямку ресурсозбереження та енергоефективності будівель.

Стандарти еко-будівництва, як нормативно-правові документи, знайшли дуже широке застосування за кордоном в багатьох країнах світу. Застосування стандартів еко-будівництва широко підтримується і стимулюється державою шляхом економічного стимулювання розробок і розвитку технологій, зниження тарифів на енергоресурси, пільгового кредитування.

Офіційне формулювання стандартів еко-будівництва представлено в наступних системах: LEED (Leadership in Energy and Environmental Design - Лідерство в енергетичному та екологічному проектуванні); BREEAM (BRE Environmental Assessment Method - Метод екологічної оцінки компанії BRE Global); DGNB (Deutsche Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen - Німецька Рада з питань Сталого Будівництва); Оцінка еко-стійкості середовища проживання CAP-СПЗС; Система добровільної екологічної сертифікації об'єктів нерухомості «Еко-буд»; Сертифікація екологічно безпечних котеджних селищ EcoVillage. [1]

Кожна з представлених вище зарубіжних систем має ряд схожих критеріїв оцінки представлених на рис.1.

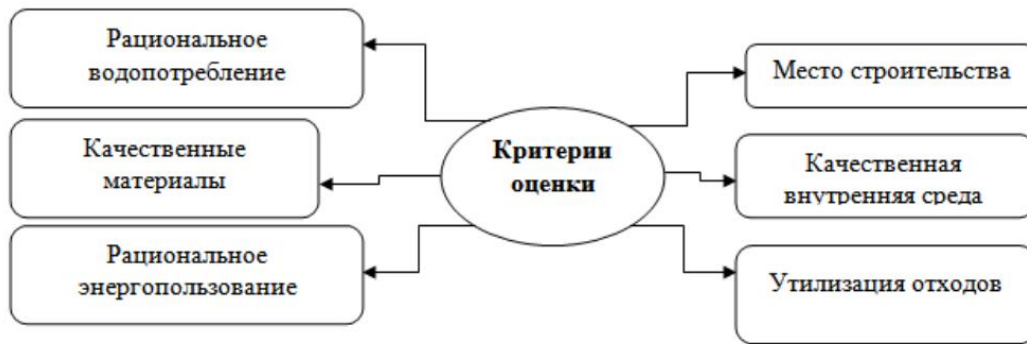


Рис. 1. Критеріи оцінки Міжнародних стандартів еко-будівництва

Аналіз еколого-економічної ситуації в нашій країні дозволив виділити ряд стримуючих факторів розвитку еко-будівництва: недосконалість законодавчої бази; відсутність методів економічного стимулювання; відсутність фінансових коштів для виконання всіх критеріїв, перерахованих в стандартах; не інформованість про технології ресурсозбереження; дорожня і економічний ризик.

Попри все сьогодні в Україні існує кілька десятків еко-будинків, які відповідають всім характеристикам міжнародних стандартів. Наприклад, екобудинки від «Арт Металл Україна», які сертифіковані відповідно до міжнародних стандартів оцінки екологічної ефективності будівель BREEAM [2].



Рис. 2. Будинки від «Арт Металл Україна»

Еко-будівництво - це майбутнє, яке вже настало. Воно враховує економію ресурсів, піклується про стан навколишнього середовища і здоров'я людини. Системи стандартів еко-будівництва підтримують передові і високотехнологічні технології, які дозволяють людині, що знаходиться в офісній будівлі і житловому будинку, відчувати себе комфортно. Одним мінусом серед всього цього є те, що не кожен забудовник може собі дозволити такий проект. На сьогоднішній момент еко-будівництво не орієнтоване на рядового орендаря і покупця, через економічну складову вартості будівництва. Здатність конкурувати на ринку будівництва безпосередньо залежить від економічної складової - вартості та ризиків.

Для ефективного впровадження передового досвіду еко-будівництва у нас в країні необхідно визначити допустимі межі ризику, а також розробити методичку нормативного регулювання та економічної підтримки з боку держави інвесторів цих проектів.

Таким чином, можна відзначити, що процес впровадження стандартів і критеріїв еко-будівництва вимагає точного науково-методичного та аналітичного обґрунтування і виконання дій щодо стимулювання ініціатив в цій галузі.

Література:

1. Абакумов Р.Г., Наумов А.Е., Малікова О.В. Методичні рекомендації з економічного відтворення житлового фонду на основі реконструкції будинків першого періоду індустріального домобудівництва // Вісник Білгородського державного технологічного університету ім. В.Г. Шухова. 2016. № 5. С. 179-183.

2. Абакумов Р.Г., Унежева В.А., Страхова А.С. Аналіз системних проблем житлово-комунального господарства України і застосування закордонного досвіду розвитку інноваційної діяльності в системі житлово-комунального господарства // Вісник Житомирського державного технологічного університету. 2016. № 6. С. 226-234.

Назаренко К.О., ст.гр. А-44,
Янченко Н.В., к.е.н., доцент кафедри економіки
Харківський національний університет будівництва та архітектури,
м. Харків, Україна

Поняття будівництва як виду економічної діяльності

Теперішній час характеризується розвитком техніки і технологій, високим рівнем матеріальної забезпеченості населення в цілому, і об'єктами будівництва зокрема. Для подальшого розвитку галузі та залучення коштів в будівництво потрібно розглядати цей вид економічної діяльності не стільки з позиції створення матеріальних благ, скільки з позиції будівництва об'єктів, що мають високу споживчу вартість, що забезпечують випереджальний розвиток територій і регіонів. В цьому плані необхідно переглянути поняття будівництва, як виду економічної діяльності, що дозволить сформулювати основні завдання стратегічного розвитку будівництва та визначити шляхи їх вирішення.

Будівництво, будучи галуззю матеріального виробництва, в якій створюються матеріальні блага, задовольняє певні потреби людини, особисті або громадські [2]. Тобто на нашу думку більш точно будівельну діяльність (будівництво), як вид економічної діяльності, слід трактувати як задоволення потреб людини в будівлях і спорудах шляхом виконання діяльності по зведенню, реконструкції, ремонту, реставрації, благоустрою об'єкта, знесенню, консервації незавершеного будівництвом об'єкта, що включає виконання організаційно-технічних заходів, в тому числі надання інженерних послуг в будівництві, підготовку дозвільної та проектної документації, виконання будівельно-монтажних, пусконаладжувальних робіт. У цьому визначенні полягають три головні характеристики будівництва, як виду економічної діяльності:

- задоволення потреб. Будівництво може виступати видом економічної діяльності тільки тоді, коли з'являється продукт, який би задовольняв ту або іншу потребу людини, продукт має споживчу вартість. І оскільки об'єкти будівництва мають тривалий життєвий цикл, то питання продажу, обміну

об'єктів будівництва - це питання часу. Крім того, навіть створений для власного використання об'єкт має споживчу вартість, оподатковується на нерухомість, виступає об'єктом застави, забезпечує задоволення потреб і економічних інтересів;

- об'єкти будівництва: будівлі і споруди. Будівництво, як вид матеріального виробництва створює об'єкти матеріального світу, які мають матеріально-речову форму і, як правило, тривалий життєвий цикл. Будівництво забезпечує створення будівель і споруд та відновлення їх споживчих властивостей, що втрачаються протягом життєвого циклу;

- види будівельної діяльності. До будівельної діяльності відноситься діяльність по зведенню, реконструкції, ремонту, реставрації, благоустрою об'єкта, знесенню, консервації незавершеного будівництвом об'єкта, що включає виконання організаційно-технічних заходів, в тому числі надання інженерних послуг в будівництві, підготовку дозвільної та проектної документації, виконання будівельно монтажних, пусканалагоджувальних робіт [1]. Докладний перелік видів будівельної діяльності чітко окреслює сферу будівництва, відокремлюючи від сфери технічної експлуатації, інвестиційної та виробничої діяльності, що дозволяє однозначно виділяти види діяльності, що становлять будівництво і йому супутні [6].

З урахуванням усього вищезазначеного пропонується наступне формулювання мети і завдань розвитку будівельного комплексу України: основною метою розвитку будівельного комплексу є створення сучасних енергоефективних та ресурсоекономічних, екологічно безпечних доступних і комфортних будинків і споруд, що відповідають зростаючим потребам населення в підвищенні якісних характеристик середовища життєдіяльності, нових конкурентоспроможних на внутрішньому і зовнішніх ринках будівельних матеріалів, що забезпечують високу якість будівель і споруд. У цьому визначенні цілей, на відміну від існуючого, встановлюється цільова орієнтація будівництва на задоволення потреб населення підвищенні якісних характеристик середовища життєдіяльності, що дозволяє оцінювати

Секція 4. Економіка будівельного комплексу

ефективність будівництва не тільки за технічними параметрами якості, таким як енергоефективність, ресурсоекономічність, екологічна безпека, а й за рівнем комфортності, естетичності, здатності задовольняти вимогам розвитку особистості і суспільства в цілому [4]. Ще однією відмінністю запропонованої автором мети від існуючої є формування вимог до будівельних матеріалів, не просто не поступатися своєю якістю європейським, а забезпечувати високу якість будівель і споруд. При цьому не встановлюється певних вимог порівняння якісних характеристик будівельних матеріалів з європейськими, японськими, американськими або іншими нормами. Конкурентоспроможність на внутрішньому і зовнішніх ринках визначає характеристики якості будівельних матеріалів, необхідні для успішного конкурування на різних ринках.

Уточнення поняття будівництва, як виду економічної діяльності, цілей і завдань будівництва необхідно для формування стратегії розвитку будівельного комплексу [3]. Воно розкриває соціально-економічну значимість будівництва, дозволяє сформулювати напрямки розвитку і розробити критерії оцінки його ефективності. В даний час, чітке формулювання завдань розвитку дозволяє в умовах різкого скорочення інвестицій визначати пріоритети для вкладення коштів в ті чи інші об'єкти будівництва, сформулювати перспективні плани і програми розвитку будівництва як в галузевому, так і в територіальному розрізі для організацій державного і приватного сектора економіки [5].

Література:

1. Грабовський П. Г. Організація, планування та управління будівельною промисловістю. Підручник. / «Інформ», 2006. - 304 с.
2. Васильєв О. М. Управління будівництвом. - Л.: Будвидат, 1990.
3. Белковский В. С., Купрякова Е. М. - Організаційно-економічні проблеми технічного прогресу. М.: Висока школа, 1990. – 302 с.
4. Шеина С. Г. Стратегічне управління технічного житлового фонду: Монографія. – Ростов-на-Дону: РГСУ, 2008. – 196 с.
5. Payne G., Majale M. The urban housing manual. – London: Earthscan, 2004. – 134 p.
6. Новіков И. Т. Научно-технический прогресс в строительстве. Видатництво: «М.: Будвидат», 231 с. 1990.

Розвиток економіки США в ХХ столітті і еволюція залізничного транспорту

Епоха монополізму, що почалася в США в 80-і роки ХІХ століття, демонструє зрощування банківського і промислового капіталу, демонструючи стрімке зростання залізничного бізнесу, який став однією з домінант розвитку американської промисловості. Втіленням цього процесу стали численні вокзали - копіювали кращі зразки європейської архітектури, або ж створені в стилі еkleктики і модерну, ставши невід'ємною частиною «американського пейзажу». Політика «великого кийка» проводиться владою в означений раніше період, також була потужним стимулом розвитку залізничного будівництва. Аж до настання епохи «масового автомобіля», яким стала «бляшана Ліззі» залізничний транспорт був поза конкуренцією. При цьому уряд цілеспрямовано за рахунок введення єдиних тарифів намагалося поставити даний сектор економіки під свій контроль, наскільки це можливо в умовах ринкових відносин [1].

У 1920 р федеральним урядом, яке в тому числі перебувало під враженням від темпів зростання американської економіки в період «Великої війни», був прийнятий «Закон про транспортні перевезення», який систематизував взаємини між найбільшими перевізникам і державою. Однак «золота доба залізниць» підходила до кінця, автомобільний транспорт і шосейні дороги вже почали витісняти локомотиви і залізничне полотно. Наступне десятиліття, що припадає, в тому числі і на Велику депресію можна трактувати як періоду щодо гармонійного співіснування двох цих видів транспорту, в першу чергу за умови високих цін на нафтопродукти. У той же час стійкий

Секція 4. Економіка будівельного комплексу

симбіоз вугільних концернів і залізничних підприємств, підтримуваний найбільшими виробниками чавуну і сталі, продовжував чинити опір. Програма проведення громадських робіт президента Рузвельта, пов'язана з будівництвом величезної кількості високоякісних доріг, завдала залізничного бізнесу нищівного удару. Якщо в 1925 р протяжність залізничної мережі США досягла свого «піку» - 420,1 тис. Км, то незабаром вона почала стрімко скорочуватися. Тим ні менш всі ці процеси супроводжувалися значною технологізацією виробництва, був впроваджений цілий комплекс інновацій: теплова і електрична тяга, нові вантажні вагони з підвищеною вантажопідйомністю, системи зв'язку та сигналізації, а також удосконалена технологія перевезень. Борючись за споживача в рекламних цілях, з'явився streamline, доповнивши формується образ «американської мрії» завдяки промислового дизайну символізував епоху [2]. Екстенсивний розвиток змінилося інтенсивним, що можна трактувати як другу фазу розвитку залізничного транспорту, підтримання сталого економічного розвитку, забезпечило перехід до третьої фази - формування спеціалізованих залізничних мереж, що забезпечувало зростання швидкості руху, масові вантажні перевезення з мінімальною собівартістю.

Розглянуті процеси забезпечили тимчасовий сплеск розвитку галузі в період Другої Світової війни, нок 1946 році масштаби залізничних перевезень в умовах відсутності у великих підприємств військових замовлень, в першу чергу на будівництво авіаносців, галузь йшов в глибоку кризу, пов'язаний з цілою серією шокували сучасників банкрутств.

Початок реалізації програми будівництва «Інтерстейт» в 1956 році, лише погіршило ситуацію, масштаби банкрутств і як відтік фахівців з галузі вже ставав загрозливим [3]. Політика Д. Ейзенхауера націлена на створення масштабної мережі автострад, здавалася багатьом аналітикам остаточним завершенням залізничної ери.

Наступні 70-ті роки стали періодом економічного дерегулювання транспорту. Прикладом цьому служить «Закон про відродження залізниць і реформи регулювання» (4-R) 1976, а також «Акт Стаггерса про залізничний транспорт» (Закон 96-488) 1980 р

Акт Стаггерса надав залізницям ряд прав.

В результаті, період з 1980-го по 1999 рр. називають «ерою Стаггерса», яка характеризується радикальною зміною з сфері залізничних перевезень: ліквідацією неефективних активів і оптимізацією економічної та комерційної діяльності. Так, відбулося зниження експлуатаційної довжини залізничних колій на 35%, зменшення кількості локомотивів - на 32% (було закуплено більш потужні локомотиви) і вагонів - на 27%; скороченням персоналу на 60%. Продуктивність праці - зросла в 2,5 рази. Посилився інтерес інвесторів до галузі: дохід на вкладений капітал зріс в 3,5 рази: з 2% в кінці 1970-х років до 8,4% в 2016 р

Логічним наслідком стало підвищення конкурентоспроможності залізниць в США. Вантажобіг залізниць збільшився в два рази (з 1351,4 млрд. Т-км в 1980 р до 2990,7 млрд. Т-км в 2008 р).

Однак при всіх цих позитивних змінах залізничний бізнес на даний момент вже не чинив прямого впливу на розвиток американської промисловості.

Можна виділити кілька тенденцій, які характеризують розвиток сучасного залізничного бізнесу в США:

1. Скасування державного регулювання залізничних вантажних тарифів, яка привела до зниження тарифів.

2. Зниження тарифів на ринку запустило «антивитратний механізм» в залізничних компаніях: вони змушені були знижувати собівартість - скорочувати неефективно використовувані ресурси, відмовлятися від нерентабельних видів діяльності і непродуктивних активів (в т.ч. за рахунок впровадження більш ефективної техніки і використання більш ефективних технологій).

3. Використання системи «горизонтальних» взаємодій незалежних один від одного перевізників і власників інфраструктури [4].

Незважаючи на наявність цілого комплексу негативних ефектів у розвитку залізничного транспорту в США в минулому столітті, можна зі значною часткою впевненості констатувати, що даний феномен безпосередньо вплинув на формування цілого комплексу потужних стимулів забезпечують процес індустріалізації американської економіки.

Література:

1. *Meyer B.H., MacGill C.M. History of Transportation in the United States before 1860. N.Y.1997. 12-13 с.*
2. *A short History of US Freight Railroads. AAR, 2009. 112-114с.*
3. *Саакян Ю.З., Трудов О.Г., Савчук В.Б., Алексеев Е.А., Куротченко И.В. Мировой опыт реформирования железных дорог. М.: ИПЕМ, 2008. 43-46с.*
4. *Fogel R.W. Railroads and American Economic Growth: Essays in Econometric History. P., 2002. 102-115с.*

*Осетян О.М., ст. викладач кафедри економіки та підприємництва,
Одеська державна академія будівництва та архітектури, м. Одеса, Україна*

Створення сприятливого інвестиційного клімату в Україні за допомогою державних програм

Будівництво є однією з небагатьох галузей промисловості, що безумовно сприяє позитивному розвитку економіки країни, яка в свою чергу має зацікавленість у її підтримці у вигляді державних програм. Як показує досвід багатьох розвинутих країн світу, створення дієвого нормативно-правового забезпечення та підтримка підприємництва у довгостроковій перспективі дають потужний поштовх розвитку безлічі галузей народного господарства.

Дослідження та впровадження світового досвіду має створити сприятливі умови для оптимізації діяльності будівельної галузі України. Так у лютому 2021 року був підписаний Закон «Про державну підтримку інвестиційних проектів із значними інвестиціями в Україні», у якому можливо виділити основні параметри:

- загальний обсяг державної підтримки не повинен перевищувати 30 відсотків від загальної планової суми інвестицій у проект;
- строк реалізації інвестиційного проекту не має перевищувати п'яти років;
- державна підтримка надається українським та іноземним проектам, якщо розмір інвестицій перевищує 20 млн. євро.

Перевагами цього документу можна вважати:

- безумовну визначеність держави щодо головних пріоритетів розвитку основних галузей промисловості, науки, освіти, культури, спорту та ін.;
- гарантії з боку Уряду України щодо дотримання прав інвесторів та виконання своїх обов'язків;
- надання практичної допомоги і супровід під час здійснення інвестиційного проекту у вигляді створення спеціальної урядової уповноваженої установи;

Секція 4. Економіка будівельного комплексу

- можливість надання інвесторам додаткових пільг у вигляді податкових канікул або зменшенні оподаткування окремих податків і зборів;
- спрощення процедури надання земельної ділянки державної або комунальної власності в користування (оренду) з можливістю в майбутньому придбання у власність інвестором;
- забезпечення інвестиційних проектів об'єктами суміжної інфраструктури;
- створення нових робочих місць із заробітною платнею, яка перевищує середню по галузі не менш ніж на 15%.

Можливо, цей Закон більшою мірою спрямований на підтримку масштабних проектів з іноземними інвестиціями, а не на використання внутрішнього інвестиційного потенціалу та розвиток малого і середнього бізнесу. Але безумовно, державна підтримка є запорукою вдалої оптимізації будівельної галузі та сприятиме більш ефективному залученню чималих інвестицій, прискорить процес євроінтеграції, так як сприятиме захисту прав інвесторів, зросте рівень конкуренції, що відіб'ється на підвищенні якості кінцевої продукції. Вважається, що втілення в життя цього документу сприятиме відновленню інвестиційної активності в Україні, а саме, дозволить в найближчі роки вдвічі збільшити залучення інвестицій у будівельну галузь після кризового 2020 року.

Також не варто забувати, що реформування та оптимізація будівельної галузі це складна системна задача по усуненню різних перешкод і створенню механізму підтримки на всіх етапах здійснення бізнес проектів: від моменту подачі і узгодження документів до введення в експлуатацію. Але всі райдужні перспективи можуть потьмяніти в сьогоdnішніх реаліях через ігнорування та невиконання усіма учасниками нормативно-правової бази.

Запорукою успішності впровадження в життя економічних реформ та поліпшення інвестиційного клімату України повинні стати реально і багаторазово здійснені інвестиційні проекти з позитивними результатами та відгуками про співпрацю держави та бізнесових структур.

*Ракицька С.О., к.е.н., доцент кафедри економіки та підприємництва,
Крецул М.М., бакалавр ННІ БІТ,
Одеська державна академія будівництва та архітектури, м. Одеса, Україна*

Прибутковість підприємств будівельної галузі України

Основою для прийняття управлінських рішень є економічні показники, які необхідні для планування і об'єктивної оцінки виробничо-господарської діяльності підприємства, а також для порівняння витрат і результатів на окремих стадіях відтворювального процесу. Важливе місце серед них має прибуток. Це вагомий показник ефективності виробничо-господарської діяльності, а також джерело формування бюджетних та фінансових ресурсів підприємства. Зростання прибутку свідчить про підвищення ефективності операційної діяльності. Аналіз прибутку дозволяє виявити основні тенденції розвитку, допомагає керівництву визначити подальшу стратегію підприємства, виявляє помилки в веденні господарської діяльності, а також розкриває резерви зростання прибутку і в цілому сприяє успішному функціонуванню підприємства.

Рівень прибутковості підприємства характеризують 2 показники: прибуток та рентабельність. Надалі проаналізуємо рентабельність операційної та всієї діяльності підприємств будівельної галузі України протягом 2019-2020 років (таблиця 1).

Таблиця 1

Рентабельність операційної та всієї діяльності підприємств будівельної галузі за 2019-2020 рр. [1]

	Рівень рентабельності (збитковості) операційної діяльності підприємств	Рівень рентабельності (збитковості) всієї діяльності підприємств
2020	2,0	1,1
2019	7,7	6,6

За даними таблиці 1 можна відмітити, що у 2020 році в порівнянні з 2019 роком рівень рентабельності операційної діяльності зменшився у 3 рази, а

Секція 4. Економіка будівельного комплексу

рівень рентабельності всієї діяльності підприємств зменшився у 6 разів, що може свідчити про падіння попиту на продукцію.

Зростання прибутку створює фінансову основу для здійснення розширеного відтворення підприємства та задоволення соціальних і матеріальних потреб власників і співробітників. За рахунок прибутку виконуються зобов'язання підприємства перед бюджетом, банками, іншими організаціями. Тому проаналізуємо фінансові результати підприємств будівельної галузі за 2019-2020 роки (таблиця 2).

Таблиця 2

Фінансові результати підприємств будівельної галузі за 2019-2020 рр. [1]

	Фінансовий результат (сальдо) до оподаткування (млн.грн.)	Підприємства, які одержали прибуток		Підприємства, які одержали збиток	
		у % до загальної кількості підприємств	фінансовий результат (млн.грн.)	у % до загальної кількості підприємств	фінансовий результат (млн.грн.)
2019	3638,3	78,9	4549,6	21,1	911,3
2020	1628,9	73,0	3366,8	27,0	1737,9

З таблиці 2 видно, що частка прибуткових підприємств у 2020 році в порівнянні з 2019 зменшилась та складає 73% , а збиткових – 27% відповідно. При цьому фінансовий результат до оподаткування будівельних підприємств у 2020 році зменшився у 2 рази (за фінансовими результатами до оподаткування будівельна галузь займає восьме місце станом на 30.09.2019 року, її прибуток становить 1,06% від фінансового результату всіх економічних галузей, що дорівнює 3638,3 млн грн).

Прибуток відіграє вирішальну роль в підприємницькій діяльності, оскільки безпосередньо впливає на можливість інноваційного розвитку, реконструкції та модернізації його виробництва. Отже, щоб підвищити свою прибутковість та збільшити економічну ефективність підприємства, треба використовувати такі альтернативи, які є дуже актуальними і можуть стати

привабливими для інвесторів. Загальними, «класичними» заходами підвищення прибутковості підприємств є:

- збільшення цін при збереженому значенні витрат (його можна збільшити підняттям цін на продукт; підняттям рівня продажів; збільшенням різниці між ціною і собівартістю товару.

- об'єднання одночасного збільшення цін та зменшення собівартості [2].

Можливості запровадження цих заходів обумовлюються сучасним станом кон'юнктури будівельного ринку. Зростання цін на житло обмежено реальним платоспроможним попитом населення. Наслідки економічної кризи 2014-2015 років – суттєве знецінення національної валюти, високий рівень споживчої інфляції і значне зростання тарифів на комунальні послуги – скоротили можливості населення щодо накопичення з метою придбання власного житла, а обсяги іпотечного кредитування ще не набули тих масштабів, які можуть суттєво вплинути на кон'юнктуру ринку житлової нерухомості. За оцінками НБУ, кредити банків фінансують менше 5% угод із придбання нового житла. Крім того, банки віддають перевагу роботі із вторинним ринком: лише близько десятої частини нових кредитів надається на житло в новобудовах. Це свідчить про високі ризики, які несе первинний ринок як для банків, так і для інвесторів у житло [3]. Реакцією покупців на зростання невизначеності через пандемію стало зниження купівельної активності під час карантину на 40%. За даними опитування НБУ [3], в III кварталі 2020 року баланс оцінок будівельниками власного фінансового стану значно погіршився порівняно з попереднім роком.

Також на кон'юнктуру ринку нерухомості впливала ажіотажна пропозиція у 2016 – 2017 роках, зумовлена зміною регуляторного середовища щодо посилення відповідальності забудовників. та боротьби з незаконними забудовами.

Підвищення собівартості будівництва житла та вимог до його якості із запровадженням з 1 вересня 2018 року нових державних будівельних норм (ДБН) [4] обумовлює зниження маржинальності забудовників і звужує волатильність цін на нерухомість.

Таким чином, сучасний стан будівельного ринку характеризує надмірна пропозиція, обмежений рівень платоспроможного попиту на житло і відносна стабілізація цін. Переважання нецінових факторів формування попиту і посилення конкуренції серед забудовників створює ситуацію, коли вони намагаються запропонувати покупцям найкращий варіант, що передбачає надання будівельному об'єкту максимально можливих переваг в порівнянні з конкурентами. Запровадження карантину ускладнює ситуацію у всіх сегментах будівельної галузі та негативно впливає на будівельну сферу. Всі ці фактори лімітують можливості підвищення прибутковості будівельних підприємств.

Відновлення рівня прибутковості підприємств будівельної галузі в цих умовах потребує ретельного економічного аналізу, оцінки поточної ситуації і прогнозування змін ринкової кон'юнктури, прийняття обґрунтованих управлінських рішень і ефективної мотивації персоналу.

Література:

1. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
2. Романова Т. В. Чинники, що впливають на збільшення прибутку підприємств України в сучасних умовах / Т. В. Романова, Є. О. Даровський // Ефективна економіка. – 2015. – № 4. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=3976>
3. Національний банк України. Звіт про фінансову стабільність. Грудень 2020 року. [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/FSR_2020-H2.pdf?v=4
4. ДБН Б.2.2-12:2018. Планування та забудова територій. Інформаційний бюлетень Міністерства розвитку громад та територій (Мінрегіону) України, № 52018. - Київ, Мінрегіон України, 2018. - 179 с.

*Ступнікер Г. Л., к.е.н.,
доцент кафедри економіки та підприємництва
Закінян Р. А., студент 3 курсу економічного факультету
Придніпровська державна академія будівництва та архітектури,
м. Дніпро, Україна*

Оцінка витрат будівельного підприємства на основі структурно-динамічного аналізу

Успішне функціонування підприємства в сучасних умовах і його позиція на ринку безпосередньо залежить від рівня витрат діяльності та є важливою умовою забезпечення її ефективності. Управління витратами є динамічним процесом, що ґрунтується на управлінських діях, спрямованих на досягнення високого економічного результату.

Загальні особливості управління виробничими затратами передбачають виконання всіх дій, які реалізуються під час управління будь-яким об'єктом, тобто розроблення і реалізацію рішень, а також контроль за їх виконанням [1]. Основною метою системи управління витратами є зміна існуючих норм і стандартів для скорочення витрат на оперативному, стратегічному і тактичному рівні. Оперативний рівень характеризується підтримкою запланованого рівня витрат. Тактичний рівень, в свою чергу, спрямований на скорочення витрат і збільшення прибутку в короткий термін. Істотною відмінністю стратегічного рівня від попередніх є створення конкурентних переваг на тривалий термін [2].

Для того, щоб підприємство мало позитивний ефект від діяльності і було здатне сформувати високу конкурентноспроможність, необхідно здійснювати постійний аналіз витрат підприємства. В цілях оцінки результативності управління витратами проведемо аналіз витрат за елементами операційних витрат підприємства ТОВ «Містобудівник-Дніпро» (табл.1).

Аналізуючи структуру комерційних витрат досліджуваного підприємства, до яких належать адміністративні, збутові та інші витрати, можна зробити висновок, що найбільш значним чином зросли витрати на збут (25 %). Однак

Секція 4. Економіка будівельного комплексу

при цьому підприємство вдалося суттєво скоротити інші операційні витрати - на 28%. Досить вагомим є також зростання доходу підприємства, що збільшився на 41%.

Таблиця 1

Аналіз комерційних витрат ТОВ «Містобудівник-Дніпро» у 2018-2019 рр.

Види витрат	2018		2019		Структура витрат, %		Темп зміни, %
	Сума, тис. грн	Рівень, %	Сума, тис. грн	Рівень, %	2018	2019	
Адміністративні витрати	14 733	3,1	31 532	3,1	22,9	25,5	46,7
Витрати на збут	7 610	1,6	45 957	4,6	11,8	37,1	16,6
Інші витрати	42 022	8,8	46 299	4,6	65,3	37,4	90,8
Разом операційні витрати	64 365	13,5	123 788	12,3	100	100	52,0
Чистий дохід від реалізації	475 111		1 006 653		-		41,2

Глибина і ефективність аналізу витрат визначається тим, які саме фактори виявлені й кількісно вимірні та як здійснено оцінку їхнього впливу на обсяги реалізації продукції. В процесі факторного аналізу було досліджено вплив складових, що входять до загальної суми комерційних витрат за методом ланцюгових підстановок (табл.2).

Таблиця 2

Вплив складових на загальну динаміку комерційних витрат ТОВ «Містобудівник-Дніпро»

Показник/ підстановка	Адміністративні витрати	Витрати на збут	Інші операційні витрати	Всього комерційні витрати	Різниця
0	14 733	7 610	42 022	64 365	-
1	31 532	7 610	42 022	81 164	16 799
2	31 532	45 957	42 022	119 511	38 347
3	31 532	45 957	46 299	123 788	4 277

Отже, за допомогою факторного аналізу можна побачити, що в більшій мірі на збільшення загального обсягу комерційних витрат вплинуло збільшення витрат на збут та адміністративних витрат. Менш значним чином на збільшення комерційних витрат вплинуло зростання інших операційних витрат.

Таким чином, за результатами проведених розрахунків можна зробити висновки, що у 2019 році у аналізованого підприємства зросли як операційні витрати, так і витрати за економічними елементами. Однак збільшення їх рівня не призвело до зменшення рівня чистого доходу, об'яг якого, навпаки, зріс, що дозволяє визнати діяльність ТОВ «Містобудівник-Дніпро» ефективною.

Література:

1. Радіонова Н. Й. Загальні аспекти управління виробничими затратами українських підприємств в умовах економічної кризи //
2. О. М. Гребінчук. Стратегічне, тактичне та оперативне управління виробництвом машинобудівних підприємств // Ефективна економіка. - 2018. - №10.

Тюлькіна К.О., доц., к.е.н., доц. каф. Економіки та підприємництва

Султан В.В., бакалавр ННІ БІТ

Одеська державна академія будівництва та архітектури

м. Одеса, Україна

Аналіз результативності діяльності будівельної галузі України в сучасних умовах

Однією з найважливіших галузей національного господарства є будівельна. Від неї залежить ефективність функціонування всієї системи господарювання країни. Будівельна галузь забезпечує населення не тільки житлом, а і робочими місцями, інженерними спорудами, а також є споживачем продукції інших галузей національного господарства, що сприяє розвитку підприємств, які безпосередньо займаються збутом будівельних матеріалів та наданням спеціалізованих будівельних послуг [1].

Під результативністю (англ. effectiveness) слід розуміти міру досягнення цілей процесу, послуги або діяльності; вона характеризує дієвість, досягнення, ступінь завершення системою потрібної роботи та реалізації встановлених цілей; її оцінюють як через досягнуті результати, так і наслідки, що спостерігають.

Діяльність підприємств будівельної галузі можна проаналізувати за допомогою обсягу виробленої будівельної продукції (табл.1).

Як видно з таблиці 1 обсяг продукції в будівництві поступово зростає на протязі 2018-2020 років (зі 141,2 млрд. грн. у 2018 році до 202,08 млрд. грн. у 2020 році), але в загальному обсягу при цьому зменшується частка будівель (з 47,3% у 2018 році до 39,9% у 2020 році) через зменшення обсягу житлових будівель, та підвищується частка інженерних споруд (з 52,7% у 2018 році до 60,1% у 2020 році).

Обсяг виробленої будівельної продукції за видами за період 2018-2020 рр. [2]

	Січень - грудень 2018р. (млн.грн)	Січень - грудень 2018 (%)	Січень - грудень 2019р. (млн.грн)	Січень - грудень 2019 (%)	Січень - грудень 2020р. (млн.грн)	Січень - грудень 2020 (%)
Будівництво	141213,1	100,0	181697,9	100,0	202080,8	100,0
Будівлі	66791,6	47,3	83589,3	46,0	80625,6	39,9
житлові	29344,8	43,9	33208,8	39,7	29083,6	36,1
нежитлові	37446,8	56,1	50380,5	60,3	51542,0	63,9
Інженерні споруди	74421,5	52,7	98108,6	54,0	121455,2	60,1

Свій вклад в зростання обсягів виробленої будівельної продукції зробило також підвищення індексів цін у будівництві на протязі розглянутих років (рис.1).

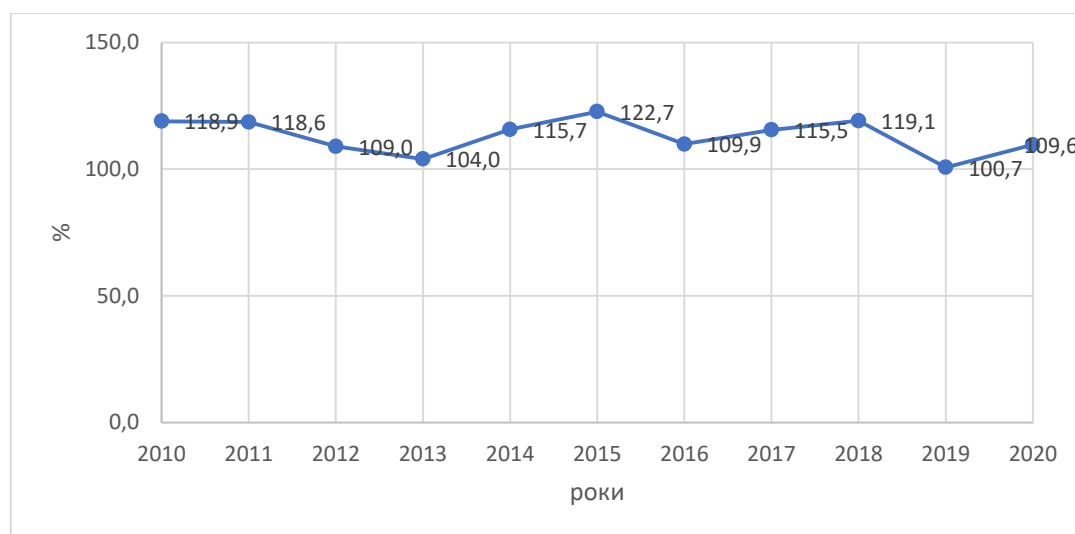


Рис.1. Індеси цін у будівництві у 2010–2020рр. [2]

Протягом 2018-2020 рр. відбулось значне зменшення площі житлових та нежитлових будівель на початок будівництва: зі 16706,1 тис.м² у 2018 році до 7439,1 тис.м² у 2020 році, тобто скорочення склало 55,4% (табл.2). Найбільш значне скорочення відбулося відносно початку будівництва житлових будівель (на 59,7%). Це може бути пов'язано зі скороченням попиту житла населенням та зниженням ділової активності будівельних підприємств.

Загальна площа житлових та нежитлових будівель на початок
будівництва у 2018-2020 роках [2]

	Житлові будівлі, тис.м ²	Частка від загальної площі, %	Нежитлові будівлі, тис.м ²	Частка від загальної площі, %	Усього, тис.м ²
2018	12873,6	77	3832,4	23	16706,1
2019	14700,7	73,5	5307,3	26,5	20008,0
2020	5194,4	69,8	2244,7	30,2	7439,1

Аналізуючи фінансові результати підприємств будівельної галузі можна відмітити, що частка прибуткових підприємств у 2020 році в порівнянні з 2018 роком практично не змінилась та складає 73%, а збиткових – 27% відповідно (табл. 3). При цьому фінансовий результат до оподаткування будівельних підприємств у 2020 році незначно підвищився (на 4,7%), що не перекиває розмір інфляції у 2019 та 2020 роках (4,1% та 5% відповідно).

Таблиця 3

Фінансові результати підприємств будівельної галузі за 2018-2020рр. [2]

	Фінансовий результат (сальдо) до оподаткування (млн.грн.)	Підприємства, які одержали прибуток		Підприємства, які одержали збиток	
		у % до загальної кількості підприємств	фінансовий результат (млн.грн.)	у % до загальної кількості підприємств	фінансовий результат (млн.грн.)
2018	1555,2	72,4	2730,5	27,6	1175,3
2019	3638,3	78,9	4549,6	21,1	911,3
2020	1628,9	73,0	3366,8	27,0	1737,9

Згідно опитуванню Конфедерації будівельників України, у зв'язку із впровадженням карантину по всій території України, 56,4% будівельних підприємств не припинили будівництво, 23,1% призупинили будівництво на декілька днів та 10,3% підприємств зупинили та ще не відновили роботи на будівельних майданчиках [3].

Майже три чверті опитаних повідомили про відкладення запуску нових проектів у зв'язку із введенням карантину:

- 48,7% лише проектів, що знаходяться на ранній стадії;
- 17,9% - проектів, що мали вводиться у експлуатацію цього року;
- 7,7% - проектів на стадії фундаментних робіт.

Лише у чверті (25,6%) роботи продовжуються згідно графіку.

Також впровадження карантину призвело до скорочення персоналу, нестачі будівельних матеріалів та збільшення цін на них, скорочення кількості угод з продажу нерухомості.

Отже, від результативності діяльності будівельної галузі залежить розвиток багатьох галузей країни. Не дивлячись на зростання обсягу виробленої будівельної продукції, сьогодні будівельний ринок України переживає не найкращі часи. Складна ситуація спостерігається майже у всіх сегментах будівельного ринку, що стримує інвесторів та примушує їх скорочувати фінансування проектів на різних етапах реалізації та відмовлятися від проектів, які ще перебувають на інвестиційній стадії. Відновлення роботи будівельних підприємств залежить від закінчення карантину, державної підтримки будівельної галузі та інвестиційних вкладень.

Література:

1. Оскома О. В. Аналіз стану та тенденції розвитку будівельної галузі України [Електронний ресурс] / О. В. Оскома, А. Р. Колосова, К. О. Засікан. // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2015. – С. 151–154. – Режим доступу до ресурсу: <http://global-national.in.ua/archive/8-2015/116.pdf>.

2. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.

3. Конфедерація будівельників України. Результати опитування КБУ «Як карантин змінив роботу будівельних компаній» [Електронний ресурс] / Конфедерація будівельників України – Режим доступу до ресурсу: <http://kbu.org.ua/index.php?id=1530>.

*Янченко Н. В.,
доцент кафедри економіки, канд. економ. наук, доцент
Коньшина К.А., студентка
Харківський національний університет будівництва та архітектури
м. Харків, Україна*

Вплив економічних чинників на архітектуру та містобудування

На сучасному етапі розвитку суспільства все більше зростає вплив економічних факторів на архітектуру та містобудування. Ще з давніх-давен архітектурою називалося мистецтво будівництва та проектування різних споруд, будівель і комплексів, які були необхідні для життєдіяльності людей. Однак вони повинні відрізнятися не тільки своїми технічними втіленням, а й нести в собі естетичне початок, завдяки чому і створюється загальна зв'язок, яка надає архітектурі цілісність. Естетика архітектури проявляється в її непорушною красі форм, внутрішньої гармонії, її мальовничості і пластичності.

Варто зазначити, що світ архітектури має тісний зв'язок з економікою. Економіка архітектурного дизайну належить галузі прикладної науки, яка за своїм статусом розроблена для аналізу, докази і пошуку оптимальних варіантів і раціональних напрямків в архітектурі та містобудуванні. [1] Тому можна вважати, що архітектура в певному сенсі формує економіку, а також архітектура створює економічну вартість. Пориви архітекторів з їх благими цілями досить часто прибувають до кінця з економічними втратами і економічні умови, в свою чергу, не завжди несуть користь архітектурі.

Сучасні прикладні економічні обчислення в принципі засновані на методах, розроблених фундаментальної економікою. І хоча економічна наука залишає карт-бланш для розвитку методів відділення, прикладні дослідження продовжують йти по шляху, прокладеному багаторічними періодами. Уже накопичено широкий науковий досвід, який, однак, повільно входить в практику економічної роботи інститутів дизайну.

Прикладна економіка, яка також заснована на здоровому глузді, повинна пристосуватися до реальних умов часу і місця. У дизайнерській практиці

економічні методи досить абстрактні. Вони зосереджені на дорогому індикаторі, тобто виключно на економічних можливостях клієнта.

Відомо, що в стародавні часи великі суми на будівництві були обговорені на публіці. Починаючи будівництво, архітектор закликав суму, яку він призначить клієнту. У ті дні надлишок початкової вартості для 25% був дозволений. Це називається "непередбаченими обставинами".

Якщо остаточна ціна не перевершила суму, про яку оголошують, то проблеми були відсутні. Але існував надлишок оцінки, що знаходиться під загрозою наслідків, що було небажано для архітектора. Крім цього перевитрата коштів було зібрано від автора проекту, а найголовніше - архітектор втрачав престиж. І з ним, природно, і його майбутні замовлення. В цілому у економічних впливів на архітектурі може бути багатомасштабного характеру.

Архітектурна форма була повністю ототожнена з прийняттям цієї резолюції "з економічно і технологічно оптимальним дизайном", тому результатом були монотонні гірські масиви безликих будівель, які тягнулися по всій країні. [3]

Інший тип впливу соціальних чинників на архітектурі пов'язаний з впливом іншої соціокультурного середовища. Але перш, ніж говорити про такий вплив, потрібно відзначити, що характер цього середовища повинен бути спочатку визначений, вони повинні бути асигновані, стратифіковані. Країна з розвинутою промисловістю відрізняється по великій щільності населення в її багатьох областях і великій кількості великих міст. Особливості їх умов життя вимагають більшого безліч будівель, ніж в будь-яких сільських районах. Тому великі індустріальні країни роблять більш значний внесок в європейську архітектуру, ніж країни головним чином аграрний. [2]

Можна зробити висновок, що архітектурні рішення та будівельні рішення полічені в залежності від економічних можливостей - державними або відомчими. Тому економіка, разом з соціально-економічними факторами, які вироблені ця організація, має прямий вплив на архітектурну практику відповідного періоду.

Література:

1. Архітектура. Короткий словник-довідник. / За загальною редакцією А.П. Мардера. - К. : Будівельник, 1995. - 334 с.
2. Рижов К. В. Найбільші монархи світу [Текст]: енциклопедичний довідник / К. В. Рижов. - М. : Вече, 2007. - 312
3. Жолтовський І. Про деякі ознаки великопанельного домобудівництва // Архітектура СРСР, 1953, № 7, с.

*Янченко Н. В.,
доцент кафедри економіки, канд. економ. наук, доцент
Криворотенко А.О., студентка
Харківський національний університет будівництва та архітектури,
м. Харків, Україна*

Переваги циркулярної економіки в галузі будівництва

Коли люди чують фразу «зелена будівля», вони часто асоціюють її з навколишнім середовищем [1]. Це означає менше матеріалів, менше забруднення і більше екологічних звичок. Ці структури з'явилися в той час, коли все більше людей приділяють особливу увагу охороні навколишнього середовища. Однак, хоча деякі люди зосереджені на екологічному дизайні, вони, можливо, повністю відсунули інші переваги в сторону. Зелене будівництво не тільки не завдає шкоди навколишньому середовищу, а й має економічні переваги. Одним з аспектів такого методу будівництва є повторне використання будівельних матеріалів.

З часів промислової революції у людей з'явилася можливість масового споживання і виробництва, що призвело до величезної кількості відходів. Навколишнє середовище не може підтримувати традиційні практики лінійної економічної моделі.

В даний час видобуток природних ресурсів йде нестійкими темпами. Організація Об'єднаних Націй (ООН) повідомляє, що видобуток первинних

матеріалів збільшився більш ніж в три рази за останні 40 років. У поєднанні з різким зростанням населення (очікується, що до 2050 року населення світу перевищить 9 мільярдів), людство спалює ресурси із загрозливою швидкістю.

Економіка замкнутого циклу не була в центрі уваги архітекторів і дизайнерів в минулому, оскільки такі фактори, як графік і бюджетні вимоги, мали першорядне значення. Зараз, коли виснаження природних ресурсів прискорюється, це стає все більш актуальним, починаючи з процесу специфікації. Рішення професіоналів в області дизайну можуть вплинути на стійкість у всій будівельній галузі.

Прийняття і правильне впровадження моделі економіки замкнутого циклу - філософська зміна способу ведення бізнесу - може вирішити поточні проблеми з негайними і довгостроковими вигодами. Замість традиційної системи «взяти, виготовити і викинути» кругова економіка являє собою регенеративний підхід із замкнутим циклом «взяти, виготовити і повторно використовувати». Це може допомогти всім учасникам ланцюжка поставок - від постачальників, виробництва і операцій до кінцевих споживачів - стати більш процвітаючими.

Перший крок до переходу від лінійної економіки до кругової - це повторне використання або переробка матеріалів. Будівельні відходи - одне з основних джерел утворення сміттєзвалищ. В круговій економіці використовуються системи із замкнутим циклом для відводу цих матеріалів зі звалищ – повторне використання продуктів, компонентів і матеріалів шляхом їх ремонту, відновлення або переробки [2]. При правильному застосуванні рециркуляція замкнутим циклом може збільшити термін служби продукту, який в оптимальному випадку став би нескінченно придатним для регенерації.

Потрібен час і обережність для забезпечення правильної утилізації матеріалів, однак підприємства економлять час, використовуючи найпростіші методи, такі як масова утилізація і неочищене делегування службам переробки, для досягнення своїх цілей, що може призвести до поганого планування утилізації відходів.

Секція 4. Економіка будівельного комплексу

Звичайні процеси зносу часто сприяють забрудненню великої кількості перероблених матеріалів. Метод масового знищення вимагає одночасного видалення всіх відходів. Коли будівельні матеріали утилізуються таким чином, вони часто забруднюються харчовими і рідкими відходами, що знижує шанси матеріалів на переробку. Зокрема, гіпсокартон і стельова плитка часто роздавлюються під час процесу, що негативно позначається на можливості вторинної переробки матеріалів і забруднює інші матеріали.

Масова утилізація також створює додаткові витрати для компаній з переробки, що, в свою чергу, призводить до знебарвлення місцевих ринків (тобто попит на регіональну переробку збільшується, але пропозиція послуг зменшується) і до збільшення майбутніх витрат на рекультивацію.

Коли компанії застосовують послідовні методи переробки, вони зміцнюють відносини з переробниками. Це допомагає гарантувати, що компанії застосовують належні методи утилізації, і зводить нанівець «невідомі» переробники, які можуть спричинити за собою більш високі оцінки витрат. Більш тісні відносини між підприємствами також можуть привести до зниження цін. На етапах торгів за проектами компанії, що підтримують постійні відносини з переробними підприємствами, можуть виграти тендери за допомогою екологічно чистих комерційних пропозицій.

Проінформованість та освіта мають вирішальне значення для підтримки практики замкнутої економіки і можуть застосовуватися у всіх секторах стійкого вибору продуктів. Стан сучасного світу закликає професіоналів в області дизайну, підрядників і власників будівель створити основу для стійкого майбутнього в структурі співтовариств.

Для кінцевих користувачів, які можуть призвести до значного розвитку ринку, прозорість є ключовим моментом в економіці замкнутого циклу. Заклики до більш екологічно і соціально відповідальних бізнес-ініціатив продовжують набирати обертів; в міру того, як молоде покоління потрапляє в робочу силу, основні цінності сталого розвитку будуть продовжувати зростати як пріоритет при прийнятті рішень про покупку [3]. Перехід до повної

прозорості продуктів дозволить кінцевим користувачам оцінювати кожну покупку з більш раціональним мисленням.

Планування рекультивації будівельних матеріалів на етапі знесення є пріоритетом, оскільки воно безпосередньо знижує внески у звалища і збільшує ймовірність того, що рекультивація буде проведена належним чином в межах тимчасових обмежень.

Фахівці в області дизайну можуть і далі підтримувати замкнуту економіку, обираючи екологічно чисті продукти, в тому числі досліджуючи продукти з переробленим вмістом і уникаючи продуктів з можливим вмістом летких органічних сполук.

У висновку можна сказати, що циркулярна економіка - це цілісне рішення, яке може бути реалізовано тільки при повному врахуванні всіх чинників. Споживачі, які не думають про стійкість, не звертаються за рекультивацією. Якщо відходи не утилізуються належним чином, виробники не можуть використовувати їх для майбутнього виробництва. Крім того, коли вибір матеріалу не передбачає прозорості, це обтяжує зусилля з утилізації і може бути проблематичним для споживачів.

Незважаючи на те, що таке будівництво приносить незліченні екологічні переваги, існує стільки ж економічних переваг. Переходячи на екологічно безпечні методи роботи та нові системи регенеративного використання матеріалів, підприємства можуть скоротити свої витрати, створити робочі місця і стимулювати економіку.

Література:

1. Архітектура. Короткий словник-довідник. / За загальною редакцією А.П. Мардера. - К.: Будівельник, 1995. - 334 с.
2. Дейлі Г. Поза зростанням. Економічна теорія сталого розвитку. К.: Інтелсфера, 2001. – 312 с.
3. Мочерний С.В. Методологія економічного дослідження. – Львів, Світ, 2001. – 416 с.

СЕКЦІЯ 5. МАРКЕТИНГ ТА МЕНЕДЖМЕНТ В **ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

Laur Inessa

*School of Business, Department of Business, History and Social Sciences,
The University of South-Eastern Norway (USN),
Vestfold, Norway*

Human resource acquisition strategies under the bootstrapping lens and eco-system stakeholders influence:

A study on high growth construction ventures in Sweden

Abstract

Bootstrapping can be seen as a desirable strategy used by entrepreneurs for acquisition, long-term and efficient use of resources. This mainly is relevant when other possibilities to get access to resources are limited. Traditionally bootstrapping is known as a strategy applied in financing. However, little is known about the use of bootstrapping strategies for handling human resource shortage. Theory highlights surrounded ecosystem as a determinant of bootstring strategies used by businesses.

The purpose of this article is to explore entrepreneurial choices of bootstrapping strategies for personnel acquisition as well as identify regional stakeholders influencing such choices. More specifically, the purpose is to be penetrated by the following research questions. 1) What kind of bootstrapping strategies do construction entrepreneurs choose for personnel acquisition? 2) Who are the regional stakeholders and how do they influence usage of bootstrapping strategies by entrepreneurs?

Relying on a survey with 136 supporting organizations and 20 interviews with entrepreneurs, this article rises a mix of entrepreneurial and stakeholders specific shaping the use of bootstrapping strategies in high-growth construction firms. In particular, the purpose of this article is to explore entrepreneurial choices of bootstrapping strategies for personnel acquisition as well as identify regional stakeholders influencing such choices.

The results reveal that entrepreneurs adopt a number of bootstrapping human resource acquisition strategies, where the internal and social mode of bootstrapping

are primary. In particular, traditional strategies via networking, borrowing, begging, scavenging and creative ones via poaching and sub-contracting relying on the relationships with stakeholders from the surrounded eco-system. The use of bootstrapping is reinforced by high building intensity and Norrköping's region less advantageous and unattractive geographic location. The choice of bootstrapping strategies is mainly influenced by a single or simultaneously several stakeholders from the ecosystem, where the role of the public sector and larger construction firms is significant.

The study contributes by widening understanding of different strategies for human resource management among high-growth low-tech firms. It also provides insights into a matter and degree of influences of the eco-system stakeholders on shaping entrepreneurial strategic preferences in regard to resource management.

Extended introduction – description of the construction sector

The construction sector is quickly growing due to development of new technologies and increased migration (MacKenzie et al, 2010, Persson & Engevall, 2008; Hardie, 2010). It causes an increased demand on buildings like living and office spaces as well as installations of new technical facilities (Agarwal et al, 2007, Abd-Hamid et al, 2015). This can be seen as a positive prerequisite leading to a larger number of new construction projects securing wellbeing of existing ventures and new start-ups (Starr & MacMillan, 1990; Staniewski et al, 2015). On the other hand, it causes problems in acquiring educated and/or experienced human resources (cf. Ang, 1992; cf. Grichnik et al, 2014). This problem was previously handled by exploitation of personal and professional networks, which seems to be exhausted and can no longer cover entrepreneurial needs in human resources in a full extent (Laur & Mignon, 2020). The construction entrepreneurs started moving towards effectivization and smart use of human resources to secure delivery of the projects; similarly as was done with financial means while start-up of their firms. Apart from that, other ways of human resource acquisitions have come to use via borrowing and hiring personnel (Hardie et al, 2010; Lockett et al, 2012; Abd-Hamid et al, 2015; Behling & Harvey, 2015; Winborg, 2015). However, these approaches to acquire

human resources represent a sporadic and chaotic practice (MacKenzie et al, 2010; Hardie, 2010, Coad et al, 2014; Armanios et al, 2017, Theodore et al, 2015).

Looking from traditional point of view the situation among construction entrepreneurs, when they do not possess all resources, but obtain these from external parties, can be related to resource dependence theory (Pfeffer and Salancik, 1978). Relying on this theory, the normal reaction of firms facing the resource shortage is to obtain limited resources from different channels and /or strategically by decreasing the use of the resources. *Bootstrapping* is known as an important resource acquisition strategy, which primarily associated with financial resources enabling the acquisition of other types of resources (Bhide, 2000; Brush et al., 2006). In this sense, bootstrapping refers to use of different methods to acquire financial resources without relying on long-term external debts (Winborg & Landström, 2001). For example, to use own money or family savings for starting-up new production line, to borrow the equipment rather than buying it. However, it could also be seen as a strategy for acquisition of other, than financial, resources (Harrison et al., 2004). Some scholars call for the need to investigate for instance human and physical resources acquisition though bootstrapping, reflecting the need to more profoundly explore non-financial bootstrapped resources (Salimath & Jones, 2011). In this sense, bootstrapping might also be noticed as a strategy for human resource acquisition, which has a potential to handle human resource shortages (cf. Pfeffer & Salancik, 1978; Ebben & Johnsson, 2006; Bruschi et al 2007; Ye, 2007).

From originally biological perspective, bootstrapping assumes interaction with surrounding and therefore yield a stability and resilience of the whole eco-system (Perry et al, 1989, cf. Pfeffer & Salancik, 1978). Eco-system concentrated around entrepreneurs within regional space, is sometimes called entrepreneurial eco-system (Uzunca et al, 2016, Gawer and Cusumano 2002; Autio and Thomas 2016). It includes a set of interdependent actors - as customers, component suppliers, firms, complementors, buyers, user communities, and universities (Stam & Spigel 2017; cf. De Angelis, 1986; Freeman, 1984). A variety firms make use of bootstrapping strategies though exploitation of relationships with these stakeholders (Harrison et al,

2004). However, such relationships possess a seed of dependency due to different goals perceived by each of the stakeholders (Haynie et al, 2010; cf. Davidsson, 2015). The entrepreneurial choice of bootstrapping strategies can be one of the matters, which reveals such dependency. One example can be that the regional policy-makers are interested in pushing local unskilled working force towards employment in the construction companies, which might not necessarily be the best solution for the entrepreneurs. There can also be other examples, which play facilitating and improving role in human resource acquisition for example via promotion of direct employment while studying. These examples point on stakeholders' influence is an underlying, but also hardly noticeable, factor behind the entrepreneurial choices for human resource acquisition. In order to apply strategically important bootstrapping strategies and simultaneously handling a dependency from eco-system stakeholders more knowledge is needed to be able to sustain a balance among these matters (Stam & Spiegel, 2017).

Therefore, *the purpose of this article is to explore entrepreneurial choices of bootstrapping strategies for personnel acquisition as well as identify regional stakeholders influencing such choices.* More specifically, the purpose is to be penetrated by the following research questions. 1) *What kind of bootstrapping strategies do construction entrepreneurs choose for personnel acquisition?* 2) *Who are the regional stakeholders and how do they influence usage of bootstrapping strategies by entrepreneurs?*

This study approaches the resource acquisition and stakeholders influence from organic growth perspective faced by businesses in general. The study's empirical focus is high-growth businesses within the construction industry located at Swedish less-privileged region as Norrköping. It strives to provide a crucial insight into the development process of rapidly growing businesses and to develop policy recommendations aimed at supporting such process. Bearing in mind that several regions face similar problems as in Norrköping, this study could be used as an illustrative example for solving resource acquisition problems.

*Pavlenko M.S, student
Khomenko L.M., PhD student
Sumy State University, Ukraine*

Scarcity marketing as an effective marketing tool (on the example of clubhouse)

Due to the oversupply of goods and the digital environment's active development, people have become choosier. That's why it is necessary to find more effective marketing tools. One of these is scarcity marketing.

The digital environment is developing every year; only in 2020 the number of Internet users increase to 4.54 billion; it is by 7% more than in 2019. On average, a person spends almost 7 hours a day on the Internet. It means that a person has a second whole life, spending this time online [1].

In a digital environment, it's hard to surprise someone with something. Everything seems quite simple, convenient, and affordable. A person gets everything he needs (food, clothes, transport) in two clicks. If the product is absent in one company, people can find it on other companies' sites in two clicks. If you think about it this way, then scarcity marketing has not been in the game for a long time, and it is worth forgetting about it. However, this is far from the truth. As it turned out, the presence of such extensive examples of goods makes people more choosy than limited goods [2].

The basic principle of scarcity marketing is fear, and fear motivates action. Two-day delivery, lack of goods at the point of sale and other services disagree the market "I want now". In fact, they have increased the effectiveness of the marketing scarcity. The product has become more affordable, but people are not ready to wait.

One of the reasons why the marketing scarcity works and is so strong is that it creates a sense of exclusivity. It makes a certain sense of social superiority in one group of people and absolute inferiority.

The advantages and disadvantages of scarcity marketing are presented in table 1.

Advantages and disadvantages of scarcity marketing, developed by the authors based on [3]

Table 1

Advantages of scarcity marketing	Disadvantages of scarcity marketing
the ability to separate from the market through positioning	damage to the business reputation if the product has a low cost
creating a cult following of a product or service	creating the illusion of lack can manifest itself as fraud
the ability to attract a new audience	actual loss of leads due to a sense of exclusivity
scarcity creates an interesting background that explains the reason for the shortage	the ability to scare away customers because of fear that makes a scarcity

The easiest way to create a sense of exclusivity and a desire to touch the product around you is to limit the availability of products and services, offer limited time, special services, or discounts for new customers.

The best example of scarcity marketing last time is the sensational Clubhouse.

The Clubhouse is a new social network that was created in the spring of 2020. In it, users can communicate only by voice. The platform is closed to the general public; you can get there only with friends who have already gained access to the application.

An explosion of interest worldwide is associated with Elon Musk, Mark Zuckerberg, and other celebrities on the Clubhouse platform. Even though the application is only on iOS and only in the early beta stage, the social network has already found its audience. In May 2020, this social network was valued at \$100; on February 11, 2021, the application was valued at \$ 1.4 billion [4].

Scarcity marketing plays a significant role when the demand is already formed or when demand starts to rise. In another way will be an intense fear of scarcity.

So, scarcity marketing is an effective tool, as demonstrated by the Clubhouse performance (Table 2).

To describe the consumer market's thinking in one word, it is "I want it here and now". This, in turn, enhances the effectiveness of scarcity marketing.

Comparison of the Clubhouse with other social media instruments, developed by the authors based on [5-12]

Table 2

Indicator	Clubhouse	Telegram	Facebook	WhatsApp
Release date	April 2020	August 2013	February 2004	May 2009
Check-in	Need invitation	Free	Free	Free
Number of users	8,09 million	500 million	2,6 billion	2 billion
Social network assessment	\$1,4 billion	\$30 billion	\$633,5 billion	\$18 billion
Platform	iOS	Android/iOS	Android/iOS	Android/iOS
Commercial	no	yes	yes	yes
Languages	Multilanguage	Multilanguage	Multilanguage	Multilanguage

Keep in mind that scarcity marketing will only work when everything works right. If you create a scarcity for a product with a low cost or widely available, all marketing will attract customers to other retail outlets.

But if the product is chosen correctly, then scarcity marketing will only increase interest and value. People will want to join a limited product or service; people will fight for it.

So, scarcity marketing can be as effective a marketing tool as other traditional and digital marketing. It allows you to work with existing demand, existing audiences and create new markets.

References:

1. Marketing Media Review. Digital-тренды 2020. Глобальный обзор от We Are Social и Hootsuite. *Marketing Media Review*. 2020. URL: https://mmr.ua/show/digital-trendy_2020_globalnyy_obzor_ot_we_are_social_i_hootsuite.

2. Бележенко Д. Маркетинг дефицита: это все еще работает? *Vc.ru*. 2019. URL: <https://vc.ru/marketing/63786-marketing-deficita-eto-vse-eshche-rabotaet>.

3. Coderlessons.com. Маркетинг дефицита: используйте страх нехватки, чтобы продавать больше. *Coderlessons.com*. 2019. URL: <https://coderlessons.com/articles/predprinimatelstvo/marketing-defitsita-ispolzuite-strakh-nekhvatki-chtoby-prodavati-bolshe>.
4. Appcraft.pro. Статистика Clubhouse. *Appcraft.pro*. 2021. URL: <https://appcraft.pro/blog/news/statistika-clubhouse/>.
5. Скобелев В., Ефимович Е. Аудитория Clubhouse. *rbc.ru*. 2020. URL: https://www.rbc.ru/technology_and_media/17/02/2021/602d13bc9a7947200e35a21c.
6. Скобелев В., Ефимович Е., Балашова А. Эксперты оценили число пользователей Clubhouse. *www.rbc.ru*. 2021. URL: https://www.rbc.ru/technology_and_media/11/02/2021/6022ad399a7947009a7acfa7.
7. Филипенко А. Дуров заявил о рекордном росте числа пользователей Telegram. *rbc.ru*. 2021. URL: <https://www.rbc.ru/society/12/01/2021/5ffdbad99a7947830441dd41>.
8. Lenta.ru. Число пользователей Facebook достигло трети населения планеты. *Lenta.ru*. 2020. URL: <https://lenta.ru/news/2020/01/30/facebook/>.
9. Гункель Е. Дуров объявил о массовом переходе пользователей WhatsApp в Telegram *Dw.com*. 2021. URL: <https://www.dw.com/ru/durov-objavil-o-massovom-perehode-juzerov-whatapp-k-telegram/a-56177808>.
10. Боброва Т. The Bell: Telegram отклонил предложение об инвестициях при оценке в \$30 млрд. *Vc.ru*. 2021. URL: <https://vc.ru/social/196874-the-bell-telegram-otklonil-predlozhenie-ob-investiciyah-pri-ocenke-v-30-mlrd>.
11. Истомина М. Facebook заработал более \$70 млрд за прошлый год. *Vedomosti.ru*. 2020. URL: <https://www.vedomosti.ru/media/news/2020/01/30/821799-facebook>
12. Сухов В. Whatsapp как бизнес: сколько зарабатывает на мессенджере Цукерберг. *moneymakerfactory.ru*. 2019. URL: <https://moneymakerfactory.ru/spravochnik/skolko-zarabatyivayut-na-whatsapp/>.

*Posternak I.M., Candidate of Technical Sciences, Associate Professor,
the Associate Professor Department of the Organization of Building,
the Odessa state academy of building and architecture, Odessa.*

*Posternak S.A., Candidate of Technical Sciences, Associate Professor,
the technical expert of private company "Composite", Odessa.*

Reducing of economic losses in the activities of the urban energy reconstruction complex

In urban planning, there is a tendency towards integration, both in the sphere of material production and in the sphere of management. Expanded reproduction requires a further increase in the level of division of labor, concentration and specialization of construction production, intensification of the exchange of the results of production and economic activities. Various complexes in the urban planning structure are one of the promising forms of integration. In the process of forming plans for the social and economic development of large cities, a situation is increasingly emerging when, to increase the efficiency of the financial, material and labor resources used, not only concentration of efforts is needed, but also new progressive forms of organization of construction production. We propose to create in urban planning reconstruction – Corporate scientific and technical complexes of urban planning energy reconstruction "CSTC T-PPR") [1].

From the standpoint of the management methodology, CSTC T-PPR is an economic object of a new class, which is called integration. Its specificity stems from its complexity, which implies:

a) a high level of coincidence of interests of the main production organizations that are part of the CSTC T-PPR while maintaining their industry affiliation and its corresponding inclusion in the sectoral systems of planning, financing, material and technical supply and management;

b) the relationship of economic activities, which determines their dependence in achieving both their own and industry-specific goals that form this complex;

c) territorially determined socio-economic unity, which is impossible without the implementation of a coordinated economic policy, free from opportunistic and departmental restrictions.

Any general process of managing an immovable historical building object consists of managing individual interrelated processes: organizational, labor, informational, etc. The generally accepted way of dynamically displaying them is a calendar plan, for the formation of which computer programs for project management are used. To implement the control function, data arrays on the actual performance of work are intended. Based on the control of the actual state of the work execution, regulatory influences are formed, which consist in the corresponding restructuring of the calendar plan (the law of the unity of analysis and synthesis). Thus, in addition to the fact that the schedule reflects the dynamics of work execution, it is itself a dynamically reconstructed structure. This allows with a certain frequency (day, decade, month), i.e. cyclically, repeat common control functions in a complex control process. The sequence of actions within each control cycle is reduced to the following sequence:

a) at time t , taking into account the initial conditions, the current schedule is formed;

b) to create a comparison base with subsequent possible changes to the current plan, its initial state is fixed as a reference;

c) at the time $t+\Delta t$, the actual work performed is recorded, i.e. the control function is implemented at predetermined points of the project (method of control by milestones);

d) comparison of the reference state of the work performed with their predicted state provides the basis for making a decision on adjusting the schedule for the future period;

e) then the control cycle is repeated in the range $t+\Delta t\dots t+2\Delta t$ until the end of the entire control process.

The complete completion of the management process is characterized in the schedule by fixing the actual performance of all work, both in terms of time and cost.

Naturally, the initial schedule and its actual implementation will differ, and the assessment of this difference according to one criterion or another will also be an assessment of the management as a whole.

The risk of untimely performance of work is one of the main reasons leading to cost overruns in the process of construction production, failure of contractual obligations, etc.

There are both subjective sources of losses and objective ones, i.e. those that practically do not depend on the subjects of management. The subjective sources of the risk of untimely performance of work include absenteeism, low qualification of performers, dishonesty of suppliers of equipment, materials, etc. In principle, the subject of project management can influence these sources by replacing performers.

Objective sources include the following:

- a fundamentally statistical definition of labor costs;
- unforeseen interruptions in work (for example, due to illness, physiological needs, etc.);
- the uncertainty of the scope of work arising from planning for aggregated indicators;
- acceptance of the hypothesis of uniform performance of work in time;
- influence of natural and climatic factors.

In practice, when determining the statistical characteristics of the risk of late execution of work, it is rather difficult to determine the statistical characteristics of all specific sources of risk. Therefore, in order to simplify this task, a more generalized approach is used.

It is required to determine with what probability the actual duration of work will exceed the planned duration and what price in this case will be paid. The statistical characteristics of risk are most fully described by the probability density distribution curve $f(t)$, which shows the probability of performing work in a time determined by the interval from t to $t+\Delta t$.

There are four known ways to reduce the economic losses associated with the possible occurrence of risks. Let us consider these methods in relation to the risk of untimely performance of work we are investigating:

1) resource reservation implies the presence of some reserve resources that can be used if there is a risk of untimely performance of work. In this case, external resources are included. The work may also have internal resources, which are called either full or free reserves of time. Connecting backup resources to work is called leased performance;

2) the diversification method implies the expansion (in this case, labor) activity in order to obtain a higher effect on other objects. At the same time, it is considered that the average risk for the object will be insignificant, since any average value takes into account both additional profit and additional costs. This method cannot be applied in the event that the occurrence of a risk at a separate facility is considered;

3) hedging of risk (in this case) implies the transfer of the cost of risk from one person to another. In particular, doing overtime work within a limited payroll lowers the wages for lesson and increases the pay for overtime. Risk hedging (in general) implies limiting its negative impact;

4) risk insurance implies the performance of work by some insurance construction organization if it is impossible to perform it by the main construction organization (then this is another form of rented productivity), or insurance of damage from untimely performance of work.

Analyzing possible ways to reduce the risk of late execution of work, we come to the conclusion that the most acceptable is risk hedging using overtime and rented productivity.

References:

1. 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. V. 1. Business economics and corporate management: innovation problem. pp. 6–8.

Use of communicative technologies on the formation of the image at the enterprise

Communication technologies play an important role in the activity of enterprises. With the help of these technologies, contact is established between companies, competitors, employees in the company and the community.

The image is formed in the course of communication processes as a result of symbolic interaction of social groups and the leader himself, who finds unique forms of their expression.

The image of the enterprise - is a formed association in the minds of certain groups of people, a specially created image on the market of products and services [3].

The positive image of the preview attracts all consumers and partners, ensuring the sale of products and increasing the competitiveness of the enterprise in the market. The company's reputation is quite vulnerable, and therefore it must be constantly maintained.

The main tasks of the image can be considered as follows:

- increasing the prestige of the company;
- introduction of new goods and services on the market;
- increase the effectiveness of advertising and other means of product promotion [1].

In order for the image to be positive, you need to follow different means of image formation:

- choose a corporate identity - this is the main means of formation, which makes the company cognitive;

- visual facilities - packaging, window dressing, offices, exhibitions, development of ad layouts;
- verbal facilities - is information that appears during language communication.

To form the image also use PR-measures that means to establish mutual understanding between the company and the public. These tools include:

- press conferences;
- exhibitions;
- show marketing;
- press tour;
- sponsorship events [1].

Advertising is the most common means of transmitting information, which helps to create a positive image of the enterprise. The purpose of advertising is not so much to convey to a wide consumer audience information about products and services of the enterprise, but also to build an artistic image of the company, which causes the buyer vivid impressions. Advertising is a paid form of non-personal presentation and promotion of goods and services with a clearly defined source of funding.

The following types of advertising are used:

- information - information about products, form, image of the enterprise;
- persuasive - information that convinces of the need to make a purchase, the benefits of products or services;
- - reminder - information that reminds of the product and its point of sale;
- reinforcing - is advertising, which after the sale of products assures buyers of the right choice;

Types of advertising distribution are:

- press - magazines, books, newspapers;
- print advertising - business cards, catalogs, postcards, posters;
- outdoor advertising - large posters;
- advertising in transport;
- screen advertising - slides, movies - and TV commercials;

- radio advertising.

When submitting advertising, the company needs to focus on a wide range of quality products and use a flexible system of discounts for regular customers [2, p. 132].

So, summarizing, we can conclude that the image of the enterprise - is its image, which exists in the minds of people. Starting to create an image, it is necessary to find out: the type of activity of the enterprise now and in the future; how the company's products differ from the products of competitors.

In the conditions of further intensive development of the communication sector of society, the role of the image of any enterprise will grow. Image becomes not only an image for a certain audience, but also an extremely important information product that is available to the whole society.

References:

1. Zhigalov V.T., Shimanovskaya L.M. - Fundamentals of management [Electronic resource]. - <http://osvita.ua/vnz/reports>.
2. Lukyanets T.I. [ed. manual] / T.I. Lukyanets. - 2nd ed., Ext. - K.: KNEU, 2003. - 440 с.
3. Shmorgun L.G. - Management of organizations [Electronic resource]. - <http://westudents.com.ua/glavy/44795-32-mdj>.

*Tarasenko A. V., 3-year student,
Kharkiv National University of Economics of Simon Kuznets,
Kharkiv, Ukraine*

Improvement of enterprise management in modern market conditions of economy

Today, for the successful entry of domestic enterprises into the world market, it is necessary to use modern technologies related not only to the process of production management, but also to the management of the activity of the enterprise. The application of the latest approaches, principles, methods, tools in the management of the enterprise to ensure its successful functioning in a competitive market environment is a major component of the success of the enterprise both in the domestic market and in the external.

Considering the features of enterprise management, first of all, it is necessary to determine the content of this category. According to L. Dyachenko, enterprise management is an economic category, which represents a special form of economic relations that affect a process, object or system in order to maintain its stability or to move it to another state according to the set goals. Modern enterprise management is an effective system that is able to quickly adapt the company to changes in its business environment. In such a system, profit should not be regarded as the main purpose of the enterprise, but solely as a result of the effective functioning of a properly built management system [1].

The main opportunities for improving the management system should be sought not in the attempts to modernize the existing system and not in the use of improving innovations, but in the introduction of innovations and innovative approaches to managing the activity of the enterprise.

Improving enterprise management is possible through such an aspect of its operations as cost management. Manage enterprise costs as follows:

- to distinguish basic concepts and procedures, cost management systems;
- identify existing problems of formation and control of costs at the enterprise;

– to formulate models of cost management taking into account the peculiarities of industry and enterprise;

– to create and improve the information system;

– adapt the workflow to the selected information system;

– adapt the workflow to the selected information system.

Another way to improve management can be to use a systems approach. A systematic approach to personnel management, which involves taking into account the interrelationships of individual aspects of personnel management and is expressed in the development of the ultimate goals, defining ways to achieve them, creating an appropriate management mechanism that provides comprehensive planning, organization and promotion of the HR system. As in modern conditions, the main element of the whole management system is the personnel, who can be both an object and a subject of management [2].

Improvement of the organizational structure of the enterprise means, first of all, the need to establish the optimal number and structure of the management apparatus of the enterprise, as well as the number of employees of production departments and units in accordance with the current rules, regulations and real needs of the enterprise, taking into account current market conditions.

It is also expedient to improve the system of planning, accounting and control over the main indicators of the enterprise activity through the introduction of an effective system of internal control, wide and comprehensive introduction of computer technology, the development of computer communication networks, the use of modern software: management technologies and information technologies. First of all, it concerns the system of organization of financial management, budgeting, management of financial flows and expenses.

Strategic planning makes significant adjustments to management methods, defining a plan for the future. This management concept emphasizes market conditions, as a management criterion. In our opinion, the use of strategic management system in the enterprise can lead to the following results:

– building system capacity to achieve the goals of the organization. This potential consists of: financial, raw materials and human resources within the organization; manufactured products (services) required by the market; formed positive image of the organization;

– defining the structure of the organization and its internal changes that provide sensitivity to changes in the environment and appropriate adaptation. The way to improve the management of production resources and inventories means the rational use of all types of material resources, the use of energy-saving technologies, the regulation of the use of inventories in accordance with progressive standards [3].

One of the areas of improvement of the management system is an object-oriented approach with a complete cycle of management in determining the organizational structure, new rights and responsibilities of employees, as well as the degree of responsibility for their positions of managers and specialists of different levels. Target object-functional structure of the management apparatus will allow competent, complex, compact and timely implementation of management processes, as it is required in a market economy). Objectives of management are resources: material, labor, financial, fixed assets, finished goods and other assets.

Measures to improve the enterprise management will significantly reduce the management apparatus by improving its organizational structure, determine the responsibility of employees, the organizational and production structure.

Therefore, for the more efficient functioning of domestic enterprises, the following factors should be taken into account when building a management system: the production process should be flexible enough to allow a rapid change in the range of products; to take into account the serious competition both in the domestic and the foreign market of products and to improve the quality of the products provided; to take into account the requirements for the quality of customer service and the time of execution of contracts, which regularly increase the requirements for the conditions of packaging, transportation, as well as more favorable bases of delivery; take into account changing demand patterns.

But there are a number of obstacles that impede their implementation into business entities, such as:

- The difficulty of receiving highly qualified assistance and advice, and the high cost of such services;
- Lack of financial capacity to build quality managerial potential;
- Low level of financial market development and personnel training;
- High level of bureaucratic procedures.

Therefore, in order to improve and create and operate a modern enterprise or organization management system, it is necessary to: apply modern management tools and methods within the chosen management concept, focus on the development goals and order of improving the integrated enterprise management system and its components to ensure effective decisions , as well as organizational, staffing and technical solutions; to improve the organizational structure of the enterprise, the enterprise management information system; to use the world experience, as well as to find ways of cooperation domestically with foreign partners to ensure the necessary level of quality of development of the management system at the enterprise.

References:

1. Dyachenko L.A. Sut ta osoblyvosti upravlinnya pidpryyemstvamy turystychnoyi sfery [Tekst] / L. A.Dyachenko // Visnyk Chernivetskoho torhovelno-ekonomichnoho instytutu. – 2011. – №1. – p.84-90.
2. Rohoza, M. YE. Upravlinnya promyslovymy pidpryyemstvamy: sotsialno-ekonomichni chynnyky ta osoblyvosti orhanizatsiyi: monohrafiya/ M. YE. Rohoza. – Poltava:RVTS PUSKU, 2005. – 281 p.
3. Balabanova L.V., Upravlinnya personalom: pidruchnyk / O.V. Sardak, L.V. Balabanova.– K.: Tsentr uchbovoyi literatury, 2011. – 468 p.

*Білявська Ю.В., к.е.н., доцент кафедри менеджменту,
Київський національний торговельно-економічний університет, м. Київ, Україна*

*Мовчан Т.С., магістрант кафедри менеджменту
зовнішньоекономічної діяльності підприємств,
Національний авіаційний університет, м. Київ, Україна*

Методичні аспекти оцінки ефективності операційної діяльності промислового підприємства

В сучасних умовах розвитку економіки спостерігається посилена увага топ-менеджменту підприємств до проблем підвищення ефективності виробництва, оскільки від їх управлінських рішень залежить, як зміцнення економічного потенціалу загалом, так і завоювання більш вигідних конкурентних позицій зокрема. Проте, у своїй господарській діяльності підприємства не завжди використовують стратегічні можливості підвищення ефективності операційної діяльності, вирішуючи повсякденні завдання.

Існує багато підходів щодо оцінки ефективності виробничої діяльності промислового підприємства. Наприклад, В.М. Білявський виділяє такі складові ефективності операційної діяльності підприємства, як [1]: економічність, яка визначає, наскільки ефективно були витрачені ресурси для виробництва і паралельно вказує на використання наявних потужностей; результативність, яка використовується для порівняння поточних досягнень підприємства з тими показниками, які могли б бути, у разі якщо б ресурсами управляли більш ефективно.

Тому, комбінація поліпшеного використання цих ресурсів і підвищеної результативності може призвести до зростання ефективності, яка визначається за допомогою ряду показників, а саме: фактичного значення виходу, поділеного на фактичного значення входу; більш високого значення виходу, поділеного на поточне фактичне значення входу; фактично поточне значення виходу,

поділеного на більш низьке значення входу; максимального виходу, поділеного на мінімальний вхід – більш високий рівень ефективності.

В статті [2], описуючи принципи ефективності операційної діяльності, виходять з припущення про те, що ефективна організація виробництва не має орієнтуватися лише на зниження виробничих витрат, а покликана забезпечити: досягнення підприємством стійкої виробничої діяльності, випуску продукції високої якості, спрощення виробничих і управлінських процедур, скорочення тривалості виробничого циклу і прискорення випуску продукції.

Слід відмітити, що розуміння ефективності в операційній діяльності не може бути вузьким, а потрібна певна декомпозиція конкурентних переваг підприємства. Разом з тим, поєднання економічності та результативності закладено у багатьох показниках, що визначають ефективність операційного процесу підприємства (наприклад, рентабельність).

Крім показників, що вимірюють результативність і затратоємність, існують й інші величини, що характеризують виробничу діяльність:

- *коефіцієнти, що характеризують рівень використання або освоєння виробничої потужності*: коефіцієнт використання проектної потужності та коефіцієнт використання виробничої потужності;
- *коефіцієнти, що характеризують ступінь використання обладнання, а саме*: коефіцієнт змінності роботи устаткування, коефіцієнт завантаження устаткування та коефіцієнт пропорційності;
- *показники, що характеризують віддачу виробничого апарату*: коефіцієнт ефективності використання виробничих площ, натуральний випуск продукції на 1 грн. вартості основних фондів, фондівіддача.

Так само можна виділити й інші показники ефективності, такі як: зміни в технічному рівні виробництва та якості робочої сили, підвищення рівня автоматизації виробничих процесів, зростання фондоозброєності праці, проникнення інформаційних технологій у сферу виробництва – так або інакше, змінюють технічний базис операційної діяльності і створюють можливості для зростання ефективності. Реалізація даних можливостей є недопустимою без

організаційно-управлінського аспекту операційної діяльності. Саме організація виробництва і підсистема управління покликані створити всі необхідні організаційні та соціально-економічні умови, які спричиняють досягнення ефективності виробництва. В зв'язку з цим відзначимо, що слід формувати таку операційну стратегію, яка б орієнтувала менеджмент підприємств на вирішення завдань зростання ефективності. Важливу роль у підвищенні ефективності виробництва відіграє прискорення процесів освоєння виробництва нових видів продукції і удосконалення внутрішньофірмової підсистеми забезпечення якості. Важливим аспектом у цьому випадку, виступають питання управління вартістю заходів з підвищення ефективності виробництва і якості виробництва продукції. Необхідним аспектом зростання ефективності операційної діяльності має стати збільшення чисельності управлінського персоналу, який володіє спеціальними навиками у виробничій сфері, має досвід імплементації нової техніки і технологій, знає принципи організації виробництва і праці –оскільки прискорюються темпи технологічного прогресу та відбувається динамічна зміна технологічних циклів.

Слід зазначити, що однією з умов підвищення ефективності виробництва є прискорення виробничих процесів за рахунок скорочення тривалості виробничого циклу [3]. Скорочення трудомісткості продукції, скорочення технологічних перерв під час виробничого процесу, оптимізація маршрутів руху предметів праці, зменшення часу налагоджування устаткування і контрольних операцій дозволяє зменшити тривалість операційного циклу.

Наразі, операційна діяльність є основним бізнес-процесом підприємства. Відштовхуючись від якого, не можна не згадати те, що деякі автори представляють операційний цикл підприємства у вигляді таких блоків, як: контроль внутрішнього і зовнішнього середовища, коригування стратегії розвитку, контроль відповідності операційних цілей, побудова або оптимізація бізнес-процесів. Тут важливим складовим ефективності стає управлінський ресурс [4].

Таким чином, розглянутий перелік методичних підходів щодо оцінювання ефективності операційної діяльності підприємства не є вичерпним. Сформоване

на сьогоднішній день різноманіття різнопланових критеріїв і оцінок ефективності операційної діяльності підприємств є доволі суттєвим. Разом з тим, є необхідність у формуванні науково-обґрунтованого і доведеного до кількісної визначеності інструментарію економічної оцінки операційної діяльності промислових підприємств з урахуванням нестабільності і невизначеності зовнішнього середовища. Оцінка ефективності операційної діяльності має спиратися на: ступінь досягнення стратегічних цілей, ступінь зниження втрат і обмежень, загальну результативність, зміни задоволеності партнерів та приватних показників ефективності виробництва. Основним недоліком же зазначених показників є їх переважно грошовий вираз, що не дозволяє розкрити і оцінити ряд об'єктивно присутніх аспектів виробничої діяльності підприємств.

Література:

1. Білявський В.М. Методичні підходи до оцінювання ефективності функціонування системи операційного менеджменту підприємства. *Вісник Східноукраїнського національного університету ім. В. Даля*. 2013. № 8 (197). Ч. 2. С. 31–37.
2. Білявська Ю.В., Силкіна Ю.О. Якість торговельного обслуговування як елемент операційної системи підприємства. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки»*. 2017. Т. 1. Вип. 22. С. 81-85.
3. Білявська Ю.В., Ромат Є.В. Організація майбутнього в контексті еволюції менеджменту та маркетингу. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки»*. 2019. Вип. 33. С. 80-85.
4. Білявський В.М. Характеристика теоретико-методологічних засад управління системою операційного менеджменту. *Торгівля та ринок України*. 2013. Вип. 36. С. 16–24.

*Василенко Д.В., студентка кафедри маркетингу та міжнародного менеджменту
Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара
м. Дніпро, Україна*

Методи стимулювання збуту та їх розвиток в Україні

Ринок на сьогодні перенасичений одноманітними товарами, через це утворилася жорстка цінова конкуренція між виробниками цих товарів. У виробників з'явилася потреба в тому, щоб ефективно заохочувати споживачів купувати саме їхній товар. Цю потребу реалізує стимулювання збуту. Стимулювання збуту - це використання короткострокових заходів, які розраховані на швидке реагування ринку, яке виражається у збільшенні обсягів продажу певного товару. В залежності від етапу життєвого циклу товару стимулювання збуту може переслідувати різні цілі:

- за впровадження товару на ринок ставиться ціль змусити зробити першу покупку;
- за зростання товару на ринку ставиться ціль залучити нових клієнтів до покупки;
- за зрілості товару ставиться ціль захистити свої позиції на ринку;
- за виходу товару з ринку ставиться ціль зберегти аудиторію та отримати максимальний прибуток.

Стимулювання збуту в Україні налічує багато різних методів. Наприклад, парфумерні компанії користуються таким методом стимулювання збуту, як поширення зразків товару, у вигляді смужок, з різними ароматами парфумів. Компанії, що займаються продажем дорогих та технологічних товарів користуються таким методом стимулювання збуту, як купони, що дають своєму власнику право на знижку при придбанні наступного товару. Магазин «Смартс» широко використовує даний метод стимулювання збуту [1]. Компанії, які займаються продажем продовольчих товарів часто використовують пільгову ціну на кілька упаковок, як метод стимулювання збуту. «АТБ-Маркет» часто користується цим методом, особливо при продажі шоколадок [2].

Компанії, які займаються продажем косметичних товарів часто використовують премію, як метод стимулювання збуту. EVA постійно користується цим методом [3]. Туристичні компанії використовують сувеніри (календарики, ручки, блокноти, кружки, брелоки та інше з фірмовою символікою, їх завданням є нагадування клієнту про фірму, її товари), як метод стимулювання збуту. Такий метод стимулювання збуту, як демонстрація товару використовується майже всіма торгівельними компаніями, він полягає в тому, що товар зображують або подають його в різних місцях продажів, наприклад на прилавках магазинів, на вікнах, на стендах тощо.

Інтернет-магазини найчастіше обирають такий метод стимулювання збуту, як встановлення граничного терміну, тобто коли пропозиція залишається в силі тільки певну кількість часу, це стимулює споживача прийняти рішення про покупку в найкоротші терміни. Безкоштовний вступ до клубу, як метод стимулювання збуту останнім часом став дуже поширеним, його часто використовують косметичні бренди такі як: AVON, Oriflame, YVES ROCHER та інші. Останнім часом такий метод стимулювання збуту, як залучення клієнтів споживачами став популярним у сфері послуг, від косметичних процедур до водійських курсів. Сутність цього методу полягає в тому, що клієнту, який придбав товар, пропонують залучити до покупки своїх знайомих за певну винагороду.

Отже, на сучасному етапі розвитку стимулювання збуту в Україні, кількість методів стимулювання збуту на ринку продовжує збільшуватися та є тенденція до збільшення їх інтенсивності.

Література:

1. Офіційний інтернет-магазин Смартс. URL: <https://smarts.ua/ua/>
2. Офіційний онлайн-магазин АТБ. URL: https://zakaz.atbmarket.com/?gclid=CjwKCAjwgZuDBhBTEiwAXNofRAE9RtzLfwXQqLR9l-PVskju7mqn1YNtDqBYLt85KHeKOсBJ92TYCBoCQzMQAvD_BwE
3. Офіційний сайт EVA.UA. URL: <https://eva.ua/ua/>

*Власенко Н.А., к.т.н.,
доцент кафедри менеджменту, маркетингу і туризму
Херсонський національний технічний університет, м. Херсон, Україна*

Деякі екологічні рішення, направлені на забезпечення конкурентоспроможності регіону

Все більшого значення у світі набувають моделі сталого розвитку, зеленої економіки, застосування яких сприяє забезпеченню конкурентоспроможності регіону. Тому для України, як сучасної європейської країни, набуває актуальності пошук нових ідей і підходів щодо питання ефективного функціонування економіки на засадах сталого розвитку. Це викликає необхідність у розробці нової системи екологічного управління, спрямованої на забезпечення конкурентоспроможності регіону.

Мета: дослідження деяких екологічних рішень, направлених на забезпечення конкурентоспроможності регіону.

Людство – єдині жителі Землі, які залишають після себе величезну кількість відходів. Земля захащена мільярдами тон відходів, процес розкладання яких сильно шкодить навколишньому середовищу. Терміни розкладання відходів досягають тисячі років [1, 2]. За прогнозами вчених до 2025р. кожний міський житель у світі буде генерувати 1,42 кг твердих побутових відходів у день (що за рік складе 2,2 млрд. тон сміття). Згідно з оцінками щороку тільки для виробництва пластикових пляшок для води людство використовує близько 1,6 мільйона барелів нафти. На відходи з пластику припадає понад 80% морського сміття. Окрім заподіяння шкоди навколишньому середовищу, морське сміття завдає економічного збитку таким видам діяльності, як туризм, риболовля та судноплавство.

Як правило, терміни розкладання виробів із пластику можуть досягати тисячі років. Інший шокуючий факт, якщо скло викидається на смітники, воно буде розкладатися протягом мільйона років. А згідно з іншими даними, скло взагалі не розкладається в природі. Тому процес світового соціально-

економічного та урбаністичного розвитку призводить до наслідків, що можуть у найближчій перспективі виявитися згубними для екосистем, які формувалися багато років поспіль.

Враховуючи модель сталого розвитку імідж та конкурентоспроможність країни багато в чому залежать від утилізації відходів і є результатом цілеспрямованої політики (в тому числі – сприянню науковим дослідженням та створенню прогресивних методів переробки відходів).

В Україні найпоширенішим способом поводження з відходами життєдіяльності є складування їх на полігонах, загальна площа яких становить майже 3 тис. га. Більша частина полігонів працює в режимі перевантаження, 80% з них не відповідає вимогам екологічної безпеки. Тому проблема утилізації відходів в країні стоїть дуже гостро.

Цікавим досвідом утилізації пластикових відходів є використання у будівництві цеглин Ecobricks, виготовлених винятково із пластмасових відходів. Такі цегли можна використовувати для будівництва будинків, створення оформлення зелених зон [3].

Ecobricks – порожні пластикові пляшки, наповнені відходами – чистим і сухим використаним пластиком, є міцним і надійним будівельним матеріалом (рис. 1). Ці цегли являються багаторазовими й екологічно чистими. Ecobrick використовують для створення конструкцій, які можуть прослужити роки або десятиліття. Заповнена пляшка повинна відповідати чітким вимогам.

Для того щоб зробити Ecobricks не потрібні спеціальне обладнання або складні навички, і це робить їх надзвичайно доступним будівельним матеріалом. Інструкції з будівництва представлено кількома мовами й розташовано у відкритому доступі.

Проте, будівництво із пластику – це велика відповідальність. Ключовий момент при будівництві з використанням екоцеглин – пластик, що попадає в навколишнє середовище. Він може бути токсичним, тому будівельні методи повинні забезпечувати його повний захист.



Рис.1. Стіна з EcoBricks

Наступним цікавим вирішенням проблеми є приклад, коли упаковку було створено спеціально для того, щоб потім її можна було використовувати знову, але вже в іншій сфері. В 1963р. компанія Heineken випустила партію пива в скляних пляшках, яка була названа «Heineken WOB (World Bottle)» або «Всесвітня пляшка» [4]. Було створено 100 тис. пляшок у формі цеглини (висотою 350 та 500 мм). Цих розмірів було достатньо, щоб пляшки-цеглини можна було «зв'язати» між собою при зведенні стін. По суті, більша пляшка – цеглина, а маленька – половина цеглини. Пляшки-цеглини укладалися одна на одну, як звичайні цеглини й скріплювалися цементним розчином з додаванням силікону. Краще «зчеплення» забезпечували «бульбашки», а заглиблення на дні ставало основою «замкового механізму»: горлечко однієї пляшки вставлялося в дно іншої (рис. 2). По розрахункам на будинок розміром 3 на 3 м потрібно було 1000 пляшок. На жаль пляшка-цеглина була дорожча й складніша у виробництві, що вплинуло на ціну товару. Крім того, квадратну пляшку було незручно тримати, що теж стало причиною низького попиту. У підсумку, в 1970р. було припинено дане виробництво. І нехай експеримент із пляшками-цеглинами потерпів крах, але він був прикладом того, як потрібно мислити при випуску товару. Якщо заздалегідь продумати утилізацію упаковки, то стане можливим підтримувати чистоту на Землі. Тому постійний пошук шляхів утилізації відходів буде сприяти «зацикленню петлі» життєвого циклу товарів за рахунок підвищення рівня утилізації і повторного використання, та

отримання користі як для навколишнього середовища так і для економіки регіону в цілому, що в свою чергу буде сприяти зростанню його конкурентоспроможності.



Рис. 2. «Зчеплення» пляшок-цеглин

Отже, можна зробити висновок, що модель сталого розвитку «озеленення» економіки поки що не отримала розповсюдження в Україні. Однак для зростання конкурентоспроможності країна повинна розглядати всі можливі шляхи сталого розвитку. Крім того якщо кожний житель візьме на себе відповідальність за сортування й відправлення на переробку власних відходів, то проблема глобального забруднення практично буде вирішена.

Література:

1. Сколько лет «живут» отходы. URL: <http://www.kpl32.ru/?page=38&news=1612>
2. Сроки разложения разных видов отходов. URL: <http://trashcomp.com/news/Sroki-razlozhenija-raznyh-vidov-othodov>
3. Ecobricks. URL: <https://en.wikipedia.org/wiki/Ecobricks>
4. Строительный эксперимент компании Heineken. URL: <https://zen.yandex.ru/media/utilizaciya/pivo-v-kirpichah-ili-kirpichi-iz-butyllok-piva-stroitelnyi-eksperiment-kompanii-heineken-5ebbb8551c59fc5465a68527>

Гайдукова О.О., аспірант

Чернівецький національний університет ім. Ю. Федьковича,

м. Чернівці, Україна

Реклама: ефективний інструмент реалізації продуктів харчування через мережу Інтернет

За сучасних умов, що склалися в економічній, соціальній та політичній сферах життя, досить складно спрогнозувати та спроектувати економічно вигідне та вдале ведення власного бізнесу. А, особливо, якщо мова йде про відкриття нового бізнес-проєкту. Відповідно ж це питання стосується підприємств харчової промисловості, адже вони знаходяться в досить не вигідних умовах конкуренції: терміни доставки, особливості та умови доставки, логістика, терміни та умови зберігання тощо. Саме тому важливу роль в регулюванні даних питань відіграє адекватна та своєчасна реклама.

Питанням дослідження ролі та впливу реклами на вибір кінцевого споживача при купівлі продукції харчової промисловості займалися такі вчені, як: Капінус Л.В., Семененко К.Ю., Грищенко Т.І. Враховуючи той факт, що процес цифровізації за умов тотального світового карантину захопив усі сфери економічного, політичного, культурного, освітнього життя, а можливості рекламного контенту активно використовуються продавцями та виробниками, то дослідження в цій сфері призведуть до виходу на новий рівень реалізації товарів та послуг, які активно пропонуються в мережі Інтернет.

На сьогодні реклама, як поняття включає в себе різноманітні спектри дії та застосування: «тизерна» реклама, відеореклама, реклама в соціальних мережах та мобільних додатках, реклама із використанням контенту блогерів тощо. Також активно використовуються маркетплейси, наприклад Prom.ua. Це український маркетплейс, проєкт ІТ-компанії EVO. На його платформі підприємці самостійно створюють інтернет-магазини і/або розміщують свої товари в загальному каталозі. Для покупців тут зібрано більше 100 мільйонів товарів [1]. Також великі продовольчі компанії створюють власні веб-сайти,

Секція 5. Маркетинг та менеджмент в діяльності підприємства

такі як: кондитерська фірма «АВК» - www.avk.ua; кондитерська фірма «Рошен» - roshenstores.com; ПАТ «Чернівецький хлібокомбінат» в складі українського холдингу ТОВ «ХК «Хлібні інвестиції» - http://hlebinvest.com.ua/uk/our_bakeries/chernivtsy; ФРМ Рівненського хлібозаводу ТМ «Рум'янець» - <https://rumianets.ua> тощо. Існують вже перші мобільні додатки, які дають можливість малим приватним домогосподарствам та фермерам пропонувати власну продукцію – «Продукти» на базі платформи Android [2].

Здійснюючи дослідження в сфері впливу реклами, як ефективного інструменту реалізації продукції харчової промисловості, зосередили свою увагу на виробництві хліба та хлібобулочних виробів, адже хліб на українській землі завжди буде одним із затребуваних та першочергових товарів купівлі-продажу незважаючи на будь-яку епідеміологічну, економічну, політичну, військову та соціальну ситуації в країні.

Отже, в Чернівецькій області, для прикладу, налічується 47 підприємств різних форм власності, які займаються виробництвом хліба та хлібобулочних виробів (з них 27 безпосередньо у місті Чернівці). У Рівненській області – 42 підприємства, з них 20 – безпосередньо в місті. У Одеській області – 158 підприємств, з них 103 безпосередньо у місті [3] (табл.1).

Таблиця 1

Кількість підприємств, які виробляють хлібобулочні вироби та їх роздрібний товарооборот

Область	Площа, км ²	Населення, ос	Підприємства, які виробляють хлібобулочні вироби, од	Роздрібний товарооборот хлібобулочних та борошняних кондитерських виробів у 2020 році, тис.грн	Середній товарооборот, який припадає на підприємство, тис.грн.
Одеська	33310	2 377 230	158	2055891,6	13012,0
Рівненська	20047	1 152 961	42	339762,2	8089,6
Чернівецька	8097	901 632	47	147058,3	3128,9

Джерело: складено автором на основі [3],[4], [5].

За даними Державної служби статистики України найбільший товарооборот хлібобулочних виробів із трьох досліджуваних областей, відповідно, був зафіксований у Одеській області та найменший у Чернівецькій області (табл. 1). Проте, якщо проаналізувати кількість підприємств, які виробляють хлібобулочні вироби по Чернівецькій та Рівненській областях, то найбільше їх зафіксовано саме на Буковині, де територія та населення менші. Аналізуючи дані приблизного середнього товарообороту за рік по підприємству спостерігаємо у співвідношенні до території та населення регіону, що у Рівненській області цей показник значно вищий, не зважаючи на кількість підприємств, які здійснюють роздрібну торгівлю хлібобулочними виробами у Чернівецькій області.

Одним із інструментів, який забезпечив умови розвитку та нарощування товарообороту хлібобулочних виробів у Рівненському регіоні, є, на нашу думку, – ефективна реклама. Кваліфіковано спроектована та направлена на адекватну реакцію кінцевого споживача, реклама забезпечує збільшення ринкового попиту, що в свою чергу дає можливість виробникам виходити на нові ринки збуту та нарощувати грошові надходження у кількісному та вартісному еквіваленті. Для прикладу, досліджуючи Інтернет-ресурс ФРМ Рівненського хлібозаводу - ТМ Рум'янець, вбачаємо активне використання візуалізації процесу виробництва хлібобулочних виробів [6], що сприяє активізації:

- смакових рецепторів споживача;
- приємних спогадів із дитинства, пов'язаних із моментами споживання свіжого хрусткого хліба;
- бажання скоштувати саме цей виріб;
- бажання придбати дану продукцію.

І в результаті кінцевий споживач із задоволенням зупинить свій вибір саме на продукції цього товаровиробника завдяки психологічно-спрямованій рекламі, яка досягається шляхом візуалізації процесу виробництва.

Цифровізація стала невід’ємним атрибутом сучасного життя. Товаровиробник, який має на меті збільшувати обсяги продажів, та, навіть, залишатися повноправним суб’єктом на ринку продовольчих товарів, повинен кардинально змінювати вектори реалізації продукції та інструменти впливу на свідомість та бажання кінцевого споживача придбавати той чи інший продукт. В цих тенденціях особливо значущу роль відіграє саме реклама. Також, адекватно побудована та конкретно-цілеспрямована, реклама дасть можливість для українських товаровиробників виходу та освоєння нових світових ринків збуту.

Література:

1. Prom.ua. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Prom.ua> (дата звернення 24.03.2021).
2. Додатки в Google Play «Продукти». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://play.google.com/store/search?> (дата звернення 24.02.2021).
3. Бізнес - Гід. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://business-guide.com.ua/enterprises> (дата звернення 1.04.2021).
4. Список областей України за чисельністю населення. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://uk.wikipedia.org> (дата звернення 5.04.2021).
5. Державна служба статистики України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення 4.04.2021).
6. Хлібозавод ТМ «Рум’янець». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.rumianets.ua/> (дата звернення 5.04.2021).

Годованюк А.В.

викладач кафедри фінансів та економіки

Подільський спеціальний навчально-реабілітаційний

соціально-економічний коледж

м. Кам'янець-Подільський, Україна

Сучасний маркетинг в діяльності підприємства

Модернований маркетинг зобов'язаний ґрунтуватися на стрімкому, хисткому плануванні новацій, в фокусі котрих повсякчас мусить бути споживач. Сучасні продукти створюють новочасні ринки, а на існуючих ринках сприяють відтіснити суперників. Якщо пріоритети часто віддавалися мінімізації ризику виходу на ринок з сучасним продуктом, то зараз пріоритети зміщуються у сторону пришвидшення виходу на ринок, прагнення бути на ньому ініціатором, що найчастіше має більший сегмент ринку. Утрати від запізного виходу на ринок вміють достатньо перевищувати втрати від недостатньої ефективності сучасних продуктів [4, с. 203].

Максімаркетинг – це варіант модернізованого маркетингу, котрий формулює підхід до комерційного процесу в умовах інновацій та нових технологій. Максімаркетинг – це метод покращення до найбільшого торговельного обороту і доходів шляхом вибіркового поділу та притягнення до процесу реальних потенціальних покупців і клієнтів. Максімаркетинг аналізується як стратегія інтерактивного маркетингу, цілеспрямована на підняття розподілу і доходу за сприяння селекційного взаємодіяння з виразними потенційними покупцями і клієнтами, а також спонукання їх до діяльності у цьому взаємодіяння.

Розбіжна ознака максімаркетингу основана на перспективі отримання повної інформації про кожного потаємного покупця завдяки комп'ютерним базам даних, які повсякчасно поновлюються і містять ґрунтовну рекомендацію споживача, залучаючи його поведінкові атрибути [3, с. 142].

Ефективність максімаркетингу залежить від певних факторів:

Секція 5. Маркетинг та менеджмент в діяльності підприємства

- метод розроблення банку даних найперспективніших потенціальних клієнтів;
- виробництво прийому мотивування респондента до розмови і включення мотиву в популяризацію;
- сумлінна розробка інформації про власну пропозицію, що повідомляється тому, хто відреагував на рекламування;
- виготовлення прийому переконання у вчиненні екстреної купівлі;
- забезпечення дуже прикладної конфігурації реалізації купівлі.

Провідна умова талану максімаркетингу ґрунтується у виробництві банку даних найперспективніших рецисивних клієнтів [2, с. 346].

Від'ємні напрями та обмеження, притаманні даному типу торговельної діяльності, що пов'язано провідним чином з етичного боку питання, такі:

- використання адресних реєстрів, телемаркетинг, нав'язливість інформаційної телевізійної реклами нерідко рахуються нашестям в приватне життя людей;
- телемагазини користуються арсеналом способів натиску на психіку людини;
- в явних поштових листах зустрічається безумовне ошуканство стосовно цін або характеристик предмету реклами.

Як методологія ринкового функціонування маркетинг віднаходить грандіозне використання в різних видах підприємництва. Передусім ведеться мова про те, що маркетингова діяльність обіймає отакі галузі ринку, як товарна, грошово-фінансова, трудова; такі види товарів, як фізичні блага і послуги; подібні види покупців, як фінальні купці, фірми-споживачі; подібні галузі бізнесу, як, приміром, індустрію, сільське господарство, торгівля, будівництво, транспорт, банки, страхування, побутові послуги, спорт, культура, освіта; такі галузі ринку, як внутрішня, зовнішня. Побіля з бізнесом правила і методи маркетингу докладно використовуються і в некомерційній практиці (маркетинг ідей, маркетинг місць, маркетинг осіб, маркетинг організацій тощо).

Будучи комунікацією між підприємством та оточуючою сферою, маркетинг еволюціонував, розгортається і удосконалюватися під дією змін, які чиняться в умовах відтворення, виконання суспільного продукту і діяльності капіталу [1, с. 456].

В умовах сьогочасного маркетингу вільно виділено нові перспективи розвитку маркетингу, а саме:

– «зверхмаркетинг» – насиченість зусиль на виготовлення комплексної пропозиції, котра підтримує вирішення одночасно декількох питань покупця, а не просто задоволення однієї потреби;

– «мультимаркетинг» – багатоканальний товарорух;

– «турбомаркетинг» – зменшення часу на виготовлення сучасного товару, на належну реакцію підприємства на наявний попит.

Отже, модернізований маркетинг в Україні перебуває в процесі становлення. В систематичності маркетингу є багато питань, за котрих маркетингові служби на українських виробництвах працюють з незначною ефективністю. Існує ряд тіньових дій, що роблять українські бізнесмени: довільне вживання західних методик, несистемне вживання незв'язаних частин маркетингу, ототожнення маркетингу тільки з рекламуванням, нетворчий підхід до маркетингової діяльності, орієнтація лише на короткотермінову перспективу.

Нинішній маркетинг ґрунтується на стрімкому, хисткому плануванні новинок. Маркетингові зусилля повинні спрямовуватись на розроблення та пропозицію такого продукту, про котрий покупець ще не знає. В середині новацій постійно мусить бути споживач. Для того, щоб відати власного споживача, радять використовувати CRM-технології. Виробництвам варто уділяти чималу увагу питанням зростання підприємництва, але такому, який би помагав росту ринкової вартості фірми, присутності вільних коштів та припустимому ризику ведення цього бізнесу [4, с. 205].

Під час вирішення отаких питань серйозну роль відіграють дослідження теорії та методології маркетингу, а також підготовка фахівців сучасного

профілю, що використовують модерні підходи, інструменти для рішення маркетингових задач фірми в нинішніх реаліях українського підприємництва. Наступні дослідження варто скерувати на мотивацію стратегій маркетингу, найактуальніших для українського бізнесу.

Література:

1. Гаркавенко С.С. Маркетинг: Підручник. К.: Лібра, 2012. 712 с.
2. Дудла І.О. Захист прав споживачів: навч. посібник. К.: Центр учбової літератури, 2017. 448 с.
3. Лилик І.В. Маркетинг в українській економіці: монографія. К.: КНЕУ, 2018. 243 с.
4. Череп А.В., Абліцова Т.С. Розвиток сучасного маркетингу та вимоги до нього. Вісник Хмельницького національного університету. 2009. № 1. С. 202 – 205

Горобей К.Р., студентка

ЖТЕФК КНТЕУ

Мосієнко О.В., викладач

*Житомирський торговельно-економічний фаховий коледж
Київського національного торговельно-економічного університету,
м. Житомир, Україна*

Роль та розвиток Інтернет маркетингу

Актуальність проблеми. З переходом людства у нову епоху почався стрімкий прогрес у галузі інформаційних технологій, вплив яких настільки виріс, що з'явилась інноваційна технологія – інтернет-маркетинг. З огляду на сучасні події пов'язані з глобалізацією економічних процесів та появою світової пандемії COVID-19, у багатьох продавців (виробників) виникла необхідність перелаштувати власні бізнеси з офлайн-специфіки на онлайн, щоби втримати, або розширити ринки збуту та відповідати очікуванням

користувачів. Важливим етапом інноваційного розвитку став інтернет-маркетинг. Він охоплює інформаційний менеджмент, PR, роботу з клієнтами та продажі. І в наш час є невід'ємним напрямком маркетингової компанії. Саме тому тематика розвитку інтернет-маркетингу є актуальною та зумовила мету написання статті.

Метою статті є теоретичні основи сучасного розвитку інтернет-маркетингу, як інноваційної технології. Проблематиці розвитку інноваційних технологій у маркетингу присвятили свої праці такі дослідники, як: С. Ілляшенко, І. Єпіфанова, Є. Пересунько та ін.

Основний матеріал. Інтернет-маркетинг, як і традиційний маркетинг, скерований на просування товарів та послуг для зростання продажів та отримання більшої бази користувачів для компанії [1]. На сьогоднішній день інтернет став правою рукою для будь-якої господарської діяльності (виробництво, комерція, або фінанси), освітнього процесу, побутових питань та інших сфер життя людини.

Завдяки новим інтернет-технологіям, можна зробити велику кількість справ не встаючи з свого робочого крісла та не виходячи з власної оселі. Величезні потоки інформації, висока швидкість життєвих процесів і постійне зростання вимог до рівня загальної освіти не дозволяють сучасній людині обходитися без надійних і всеосяжних джерел даних, які здатна надати нам мережа Інтернет. Сьогодні користувач, не задумуючись, вводиться в пошуковик те, що його цікавить, і відразу ж отримує запитувані дані. Інтернет є не тільки ідеальним джерелом інформації, але і прекрасним способом маркетингової комунікації. З'явившись в середині 20 століття, він з величезною швидкістю перетнув усю планету павутиною кабельних і бездротових з'єднань. Найбільш відомим комунікаційним сервісом в Інтернеті вже багато років залишається E-mail (електронна пошта), що дозволяє не тільки спілкуватися з користувачами з різних куточків планети, але і відкриває доступ до безлічі додаткових сервісів. За останні роки темпи розвитку українського сегменту Інтернету є одним із найвищих в Європі. В абсолютних показниках (12 млн.

Секція 5. Маркетинг та менеджмент в діяльності підприємства

осіб) кількість інтернет-користувачів в Україні вже перевищує кількість населення багатьох країн Європи [2]. Україна за рівнем використання Інтернет входить до числа десяти найбільш інтернетизованих країн Європи.

Інтернет є великим і безграничним майданчиком для будь-яких маркетингових комунікацій (email-розсилки, робота в соціальних мережах, пряма реклама, яка з'являється після кліку на сайті). В основі інтернет-маркетингу лежать 3 основних складових, які його від відрізняють класичного маркетингу: інтерактивність – її можна підтримувати у будь-який спосіб: через соціальні мережі, через налаштування трафіку сайту; таргетування – це механізм, який дозволяє націлювати інформацію саме на ту аудиторію, яка потрібна; веб-аналітика – дозволяє зрозуміти, які саме дії та кроки дозволили збільшити зацікавленість товарами, послугами або заходами в залежності від напрямку діяльності [3].

Збільшення кількості користувачів глобальних комп'ютерних мереж вже сьогодні робить рекламу в Інтернеті потужним зряддям формування громадської думки і потужним засобом впливу на формування споживчих запитів людей. Рекламні інструменти в Інтернеті розвиваються неймовірними темпами. Сучасні телекомунікаційні засоби забезпечують безперебійний та високошвидкісний доступ користувачів до мережі Інтернет та безперервний доступ до рекламної інформації від текстового повідомлення до медійного контенту. Можливості анімованого зображення та відеороликів значно збільшують вплив медійної реклами на споживачів.

Інтернет дає можливість обирати споживачів реклами за певними територіальними, віковими, соціальними та іншими критеріями, а медійна реклама стає все популярнішою та широко вживаною.

Основною перевагою, яку має інтернет-реклама в порівнянні з іншими способами рекламних звернень, полягає в тому, що Інтернет – це віртуальне середовище, в якому зібрано в єдине ціле масиви інформації про всі види та аспекти буття людини, від її первинних потреб у їжі до вищих потреб саморозвитку. При бажанні, через Інтернет можна отримати бажаний продукт

харчування чи медитувати разом з групою. Саме через свої всеосяжні властивості Інтернет по праву став першим у списку носіїв інформації, що формують та впливають на споживчі потреби, витіснивши теле- і радіомовлення, а інтернет-реклама обіцяє стати найбільш затребуваним і дієвим способом сповіщення людей про товари або послуги.

Висновок. Отже, на даний момент Інтернет займає і відіграє важливу роль у житті людини. Він відкрив такі можливості для людей, про які людина навіть і не мріяла. Можна виконувати багато функцій онлайн і не виходячи із свого будинку. А основною ціллю інтернет-маркетингу є перетворити відвідувача мережі в потенційного споживача. Враховуючи сучасні тенденції глобалізації світу, поглиблення міжнародного поділу праці, а також налагодження спільного виробництва та значного технічного прогресу, все більшого значення набувають такі поняття, як інформаційна економіка та електронна комерція, пов'язані насамперед з розвитком маркетингових інтернет-технологій.

Література:

1. Ілляшенко С. Маркетинг інновацій і інновації в маркетингу / С. Ілляшенко. – К: Університетська книга, 2008. – 616 с.
2. Єпіфанова І. Ю. Інноваційний потенціал підприємства: сутність, складові та фактори впливу [Електронний ресурс] / Єпіфанова І. Ю., Гладка Д. О. // Економіка та суспільство. – 2018. – №14. – С. 354-360. – Режим доступу: <http://economyandsociety.in.ua/>
3. Пересунько Є. С. Місце і роль інноваційної діяльності в системі економіки / Є. С. Пересунько // Формування ринкових відносин в Україні. – 2007. – №6 (73). – С. 84-88.

*Жмай О. В., член правління
громадської організації «Молодіжна організація "Енектус"
при Одеському національному університеті імені І. І. Мечникова»
м. Одеса, Україна
Тащи Е. Б.,
студентка II курсу спеціальності «Менеджмент»
Одеський національний університет імені І. І. Мечникова
м. Одеса, Україна*

Розвиток сучасних технологій керівництва персоналом ділового підприємства

Одним з найважливіших складових елементів успішного менеджменту підприємства є управління персоналом, оскільки персонал виступає об'єктом управління, який має можливість самостійно координувати свої дії, приймати рішення і критично оцінювати вимоги. В цілому, управління персоналом – це система взаємозалежних, організаційно-економічних і соціальних заходів по створенню умов для нормального функціонування, розвитку та ефективного використання потенціалу робочої сили. Але основною сутністю управління персоналом є те, що персонал розглядається не лише як засіб виконання роботи, а й цінність компанії, її перевага, яку треба активно розвивати, підвищувати кваліфікацію та навчати для досягнення стратегічних цілей.

Цілями управління персоналом підприємства є:

- підвищення конкурентоспроможності підприємства в ринкових умовах;
- підвищення ефективності виробництва та праці, а саме досягнення максимального прибутку;
- забезпечення високої соціальної ефективності функціонування колективу.

Таким чином, управління персоналом – це частина системи менеджменту, що стосується працюючих співробітників та їх взаємовідносин в рамках підприємства. Управління персоналом здійснюється заради реалізації двох великих і взаємопов'язаних цілей: підвищення ефективності діяльності організації і якості трудового життя персоналу [1].

Також можна підкреслити, що ефективність управління персоналом та повна

реалізація поставлених стратегічних цілей фірми більшою мірою залежить від системи управління співробітниками, вибору технологій розвитку персоналу підприємства та методів взаємодії з людьми. Мистецтво управління людьми проявляється у тому, наскільки гнучко, доцільно та ефективно керівники використовують різноманітні методи, їхні комбінації з урахуванням конкретної виробничої ситуації [2].

На сучасному етапі розвитку суспільства підвищується значення інновацій, в тому числі інноваційно-соціальних технологій в управлінні персоналом, тому що в умовах високої глобалізації та науково-технічного прогресу нове покоління потребує сучасних підходів для стимулювання та продуктивності працівників.

Застосування сучасних технологій керівництва персоналом впливає на забезпечення конкурентоспроможності підприємств та створення конкурентних переваг завдяки правильному використанню інтелектуальних ресурсів і трудового потенціалу працівників. Отже, ефективне управління персоналом залежить від обрання технології і методів, які базуються на наступних принципах: єдність мети, організаційна єдність та умовна відокремленість (психологічне ставлення до працівника як до особистості та індивідуальності). Технологія управління персоналом – це мистецтво та наука управління людьми, певна взаємодія суб'єкта та об'єкта управління, тобто вплив керівника на дії працівників з метою досягнення найкращого результату підприємства.

Персонал-технології визначаються як засіб управління кількісними та якісними характеристиками персоналу, що забезпечує взаємодію інтересів працівників і компанії з метою ефективного функціонування організації [3].

Дослідивши тенденції українського та закордонного досвіду, в умовах інноваційної парадигми активно впроваджуються такі персонал-технології:

1) Сучасні технології під час підбору та наймання персоналу:

- Рекрутинг персоналу – це підбір кваліфікаційних кадрів середньої ланки кадровими агентствами з урахуванням особистих і професійних якостей кандидатів, надаючи об'яви в засобах масової інформації.

Секція 5. Маркетинг та менеджмент в діяльності підприємства

- Хедхантинг персоналу – це підбір висококваліфікованого фахівців, ключових і рідкісних кадрів вищої ланки з урахуванням особистих та професійних якостей, використовуючи прямі методи пошуку. Ця технологія є досить молодого і поширена в компаніях, які знаходяться на стадії стабілізації або на стадії інтенсивного розвитку.
 - Скрининг персоналу – це підбір допоміжних та обслуговуючих кадрів нижньої ланки з урахуванням формальних ознак, а саме: освіта, вік, стаж роботи. Основним об'єктом є резюме.
 - Лізинг – це підбір тимчасового персоналу, одна з форм рекретингу, яка передбачає надання лізингодавцем лізингоотримувачу робочої сили на короткий термін. Серед переваг лізингу виступають можливості швидкої зміни працівників у разі невиконання своїх обов'язків та спрощення законодавчої процедури найму на роботу.
- 2) Сучасні технології мотивації персоналу та підвищення кваліфікації і навчання персоналу :
- Коучинг персоналу – це система принципів та прийомів, що сприяють розвитку потенціалу особистості та вдосконаленню професіоналізму. Це найкращий спосіб, щоб знайти найефективніші шляхи досягнення цілей на підприємстві.
 - Гейміфікація – технологія, що базується на ігрових механізмах та дозволяє мотивувати і одночасно навчати персонал.
- 3) Сучасні технології створення умов праці та контролю процесу:
- Реінжиніринг – активізація інноваційних бізнес-процесів підприємства для підвищення ефективності роботи персоналу. Серед основних переваг такого підходу виділяють простоту проведення оптимізації як самих процесів з точки зору їх організації, синхронізації та взаємоузгодженості, так і ресурсів, що споживаються процесами, особливо людських.
 - Контролінг – це сукупність методичних та консультаційних методів, які сприяють прийняттю оптимальних управлінських рішень на засадах

підвищення гнучкості та удосконалення процесів управління персоналом. Основною метою є координація персоналу на досягнення поставленої мети [4].

Також на сьогоднішній день відомо, що емоційний інтелект (EQ) працівника є базою формування колективного EQ для всієї організації, що сприяє підвищенню продуктивності та мотивації персоналу. Саме тому розвиток сучасних технологій управління персоналом орієнтований на особисту ефективність кожного працівника, що є одиницею колективу, його оцінку та вдосконалення використання людського потенціалу.

Література:

1. Деслер Г. Управление персоналом / Г. Деслер; пер. 9-го англ. изд. — 4-е изд. - М. : Лаборатория знаний, 2020. – 802 с.
2. Мігус І. П., Черненко С. А. Сучасні підходи до оцінки персоналу суб'єктів господарювання з позицій економічної безпеки. *Бізнес Інформ.* №10, 2013. с. 357-363.
3. Иванкина Л.И. Управление персоналом : учебн. пособ. / Л.И. Иванкина. – Томск : Изд-во Томского политех. ун-та, 2009. – 190 с.
4. Третьяк О. П. Сучасні персонал-технології у системі управління персоналом на підприємстві. *Науковий вісник НЛТУ України.* Вип. 24.4. 2014. – с. 389-397.

*Жмай О. В., член правління
громадської організації «Молодіжна організація "Енектус"
при Одеському національному університеті імені І. І. Мечникова»,
Філатова М. О., студентка II курсу спеціальності «Менеджмент»
Одеський національний університет імені І. І. Мечникова
м. Одеса, Україна*

Аналіз корпоративної культури компанії Netflix

У Кремнієвій долині розташовані штаб-квартири багатьох компаній, що входили в різний час в список Fortune 1000, в тому числі Apple, eBay, Facebook, Google, Intel, Xerox. Але дещо відрізняється від інших компанія Netflix, яка вже 24 роки ефективно виконує свою головну місію - розважати весь світ.

В своєму кодексі корпоративної культури Netflix Culture вона заявляє про важливість людей перед процесами. Це ж твердження є й у відомому Agile Manifesto [1], який був розроблений в 2001 році і знайшов відгук і застосування далеко за межами ІТ-індустрії.

Значення корпоративної культури неможливо переоцінити, це один з найефективніших засобів залучення і мотивації співробітників. При цьому вона може давати організації досить багато конкретних матеріальних вигод [2].

Щодо корпоративної культури Netflix, можна виділити сім її ключових аспектів [3]: 1) реальні цінності; 2) «команда мрії»; 3) свобода і відповідальність; 4) контекст замість контролю; 5) один напрямок, без жорсткого зв'язку; 6) інакомислення; 7) розвиток і просування.

Реальні цінності - це те, що компанія Netflix оцінює в співробітниках, за що обирає їх та просуває. Корпоративна культура містить чіткий опис 10 основних якостей і особистих навичок працівників: розсудливість, комунікації, допитливість, сміливість, пристрасть, самовідданість, інноваційність, включеність в роботу, чесність і вплив. Такий комплекс особистих якостей співробітників дає можливість зрозуміти, підходите ви цій компанії чи ні, а також є необхідним для забезпечення наступної цінності компанії під назвою «команда мрії».

«Команда мрії» - це команда, в якій всі члени є дуже ефективними співробітниками, а також видатними фахівцями в своїй справі [3]. Компанія Netflix стверджує, що для гарного робочого середовища не обов'язково мати у себе в офісі настільний футбол або особистого шеф-кухаря, достатньо забезпечити комфортну взаємодію між співробітниками, довіру між ними і домогтися ефекту синергії. Особливістю компанії є те, що вона надає членам, що пішли з команди, гарну вихідну допомогу, яка дозволяє таким співробітникам розвиватися в інших справах. Компанія піклується про розвиток власних працівників, тому заохочує їх високою заробітною платою до досягнення їх особистої вершини в певних навичках і уміннях.

Компанія Netflix має цікавий підхід до визначення важливості співробітників в команді. Для цього вони використовують тест на утримання. Компанія проводить аналіз: якщо один з членів команди вирішить піти в іншу фірму, чи буде менеджер утримувати його від цього? Якщо менеджер не став боротися, щоб утримати підлеглих, то їм швидко і шанобливо видається щедра вихідна допомога [3]. Цей тест підтверджує важливість взаємодії всіх співробітників, довіри між ними і почуття причетності до команди.

Те, що є найбільш спірним аспектом в корпоративній культурі Netflix - це свобода. Компанія надає своїм співробітникам велику свободу, владу і інформацію в підтримку їх рішень. Це породжує почуття причетності і відповідальності, які допомагають досягати високих результатів. Головна філософія Netflix - люди важливіше процесу, тому в компанії заохочуються ініціативи і самостійне прийняття рішень співробітниками. Також співробітники мають достатньо свободи в питаннях відпочинку і одягу, тому що кінцевий результат безпосередньо не залежить від зовнішнього вигляду працівників, а якісний відпочинок сприяє відновленню енергії і генерації нових ідей.

Кращі менеджери шукають спосіб, як отримувати високі результати, створивши відповідний контекст, а не жорстко контролюючи своїх підлеглих [3]. Компанія Netflix активно підтримує самостійне прийняття рішень

Секція 5. Маркетинг та менеджмент в діяльності підприємства

співробітниками, а керівникам вони залишають завдання створення контексту, тобто забезпечення релевантною і правильною інформацією для прийняття рішень. Згідно корпоративної культури, менеджери не повинні звинувачувати співробітників в неправильних рішеннях, перш за все вони повинні переглянути створений контекст і поліпшити його.

Ефективність команди, яка працює в одному напрямку, але без жорсткого зв'язку, в першу чергу залежить від високорезультативних людей і правильного контексту [4]. Такий вибір командної роботи дає можливість компанії сформулювати одну загальну стратегію і визначити цілі. Діяльність керівництва в такому випадку спрямована в основному на стратегічні завдання, а окремі підрозділи будуть працювати в одному напрямку, що сприяє більш швидкому досягненню необхідного результату.

Для прийняття відповідальних рішень менеджери обробляють величезну кількість інформації, цікавляться думками інших і використовують власну інтуїцію. Щоб отримати більше інформації та думок, компанія Netflix стимулює інакомислення своїх співробітників. Керівництво вільно приймає думки, що суперечать їх власним, і аналізує думки всіх співробітників.

Для отримання повної інформації про поточні справи в компанії Netflix проводяться регулярні виконавчі збори [4]: 1) щомісячні збори топ-7 керівників для обговорення найбільш важливих стратегічних і організаційних питань; 2) щоквартальні зустрічі топ-90 керівників, що складаються з презентацій і сесій з розгляду стратегічних питань, конкурентних загроз і політики компанії; 3) дводенні збори з 500 кращих співробітників компанії, в тому числі щоквартальний огляд бізнесу та презентації. Директора, присутні на цих зборах, повинні спостерігати, але не впливати на обговорення і не брати участь в ньому, щоб побачити команду компанії в дії та простежити їх думки.

Компанія Netflix підтримує і просуває талановитих людей, своїх же працівників вона називає «зірками» і дотримується концепції, що хороші команди утримують свої найкращі таланти. Компанія пропонує своїм співробітникам можливість постійного розвитку і вдосконалення. Якщо Netflix

не може дати своїм співробітникам розвиток і просування по посаді, то вони не утримують таких співробітників, а дають можливість їм розвиватися в інших компаніях. Таким чином, працівники відчувають свою важливість для компанії, її інвестиції в розвиток – це допомагає їм стабільно показувати високі результати і діяти відповідно до цілей компанії.

Розглянувши всі принципи корпоративної культури Netflix, можна переконатися в її унікальності. Сама компанія виділяє такі власні особливості [3]: заохочення самостійно прийнятих рішень співробітниками; відкритий і широкий обмін інформацією; надзвичайна відвертість один з одним; просування і збереження високоефективних людей; уникнення правил.

Компанія Netflix не використовує звичайні методи контролю та не проводить стандартні перевірки. Менеджери компанії переконані, що створення бюрократії і складні ритуали вимірювання продуктивності не покращують її. Замість цього компанія орієнтується на власних співробітників і забезпечує їм комфорт роботи в команді. Netflix піклується про розвиток своїх співробітників і відповідально підходить до набору персоналу, виходячи з виділених компанією основних якостей співробітників.

Література:

1. Manifesto for Agile Software Development. URL <https://agilemanifesto.org> (дата звернення: 03.04.2021).
2. Urinov B. Review of the trends of management: corporate culture or organizational behavior //Архів наукових досліджень. – 2020. – Т. 33. – №. 1.
3. Netflix Culture. URL: <https://jobs.netflix.com/culture> (дата звернення: 03.04.2021).
4. Larcker D. F., Tayan B. Netflix Approach to Governance: Genuine Transparency with the Board //Rock Center for Corporate Governance at Stanford University Closer Look Series: Topics, Issues and Controversies in Corporate Governance No. CGRP-71. – 2018. – С. 18-24.

*Значек Р.Р., к.т.н., ст. викл. кафедри маркетингу, підприємництва і торгівлі
Токарчук К.О., студентка кафедри маркетингу, підприємництва і торгівлі
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса, Україна*

Маркетинг та логістика в агропромисловій сфері

Маркетинг – це передача інформації для збільшення попиту на продукт або послугу. Головними суб'єктами, що зв'язують продовольство і сільське господарство, є фермери або виробники, посередники, переробники продуктів харчування і споживач.

Однією з багатьох проблем, з якими стикається сільськогосподарський маркетинг в країнах, що розвиваються, є прихована ворожість до приватного сектору та відсутність розуміння ролі посередника.

Говорячи про сільське господарство фермери часто вважають маркетинг своєю головною проблемою. Хоча вони здатні виявляти такі проблеми, як низькі ціни, відсутність транспорту і високі післяжнивні втрати, вони часто погано підготовлені для виявлення потенційних рішень. Методи сільськогосподарського маркетингу є в кожній частині «агробізнесу». Маркетинг використовують у невеликих фермах, корпоративних фермах і колективах; при виробництві сільськогосподарської техніки, пестицидів для сільськогосподарських культур і худоби; продавці кормів і насіння; та інші [1].

На великих та малих підприємствах маркетингова діяльність вимагає створення структури та кваліфікованих виробників. Це може бути група маркетологів-аналітиків, відділ або сектор у складі іншої управлінської структури. Діяльність маркетологів має пошуковий, дослідницький характер. Тому вона тісно пов'язана із підприємницькими здібностями, вмінням правильно проводити дослідження і приймати управлінське рішення. Ефективний сільськогосподарський маркетинг вимагає здатності аналізувати складні ринкові дані, використовувати їх для виявлення змін попиту і розробки переконливих аргументів для кількох аудиторій з метою збільшення попиту, котрий значно залежить від маркетингової логістики. Маркетингова логістика містить планування, впровадження і контроль над фізичними потоками

матеріалів і готової продукції від місць виникнення до місць призначення з метою ефективного задоволення запитів покупців [2].

Транспортна функція в агробізнесі полягає головним чином в тому, щоб зробити продукт доступним там, де він необхідний, без необґрунтованого збільшення загальної вартості продукту. Адекватне виконання цієї функції вимагає розгляду альтернативних маршрутів і видів перевезень з метою досягнення своєчасності, підтримки якості продукції та мінімізації транспортних витрат.

«Зелена логістика» - це приклад соціально-корисного, ділового і дохідного симбіозу екології та економіки, який задовольняє таким умовам, як збереження навколишнього середовища і зростання рентабельності сільськогосподарської діяльності.

Модернізація сільського господарства країни і надалі вимагатиме величезної кількості приватних секторних інвестицій. Як і інші галузі, сільське господарство буде продовжувати розвиватися в міру впровадження нових технологій, у тому числі геноміка та інформаційно-комунікаційні технології. Можливості та ризики, які створюють ці зміни, можуть найкраще керуватися приватними підприємствами з метою інновацій та створення нової продукції та ринку збуту, тому що суспільний інтерес і безпечне постачання їжі завжди буде на першому місці [3].

Отже, метою маркетингової логістики у процесі функціонування аграрного підприємства під час виходу на зовнішній ринок є задоволення запитів і вимог покупців та отримання на цій основі прибутку.

Література:

1. Економіка і підприємництво, менеджмент: навч. посіб. / [С.М. Рогач, Т.А. Гуцул, В.А. Ткачук та ін.]. Київ, 2015. 726 с.
2. Кошова Л.М. Ткач І.В. Маркетингова логістика аграрних підприємств під час проведення зовнішньоекономічної діяльності. Вісник Одеського національного університету. Серія: Економіка, 2017. Т. 22. Вип. 11. С. 23-27.
3. Косарева Т.В. Аграрна логістика: сутність та багатоаспектність. Економіка АПК. 2008. №10. С.37-43.

*Ізюмцева Н.В., к.е.н.
доцент кафедри менеджменту, бізнесу та професійних комунікацій
Савьолова Т.О., магістрантка
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна
м. Харків, Україна*

Ідентифікація стадії життєвого циклу підприємства, як запорука ефективного менеджменту

Підприємства виникають, зростають, досягають успіхів, слабшають і в кінцевому підсумку припиняють своє існування, якщо в процес не втручається вище керівництво. Деякі з них існують дуже довго, такі як, готель «Нисияма Онсэн Кэйункан» заснований у 705р. в Японії, але ніхто не живе в стані незмінності. Підприємства, незважаючи на досягнуті успіхи або високі темпи зростання, не позбавлені ризику краху, тому аналіз їх життєвого циклу залишається актуальним. Знання поточного етапу розвитку організації в її життєвому циклі має важливе значення в процесі стратегічного управління та допомагає менеджерам та керівникам вживати необхідні превентивні заходи.

Проблематику життєвого циклу підприємства (надалі ЖЦП) та питання теорії управління змінами вивчали чимало науковців, а саме: Н. Абдикеев, І. Адізес, У. Барнетт, П. Друкер, М. Камерон, Дж. Коттер, К. Левін, М. Хаммер, Дж. Ходкінсон, Дж. Чампі, В. Катько, Н. Широкова та інші.

Теоретичне підґрунтя ЖЦП бере початок з біологічних наук, а отже, і з життєвого циклу організму. В процесі розвитку підприємства аналогічно живим істотам проходять певні етапи свого життєвого циклу, під час якого вони повинні постійно адаптуватися до мінливих умов навколишнього середовища і брати на себе нові ролі у відповідь на дії конкурентів. Така закономірність еволюції компаній знайшла своє відображення в теорії ЖЦП, яка являє собою сукупність стадій розвитку, котрі проходить фірма на шляху її існування.

На сьогоднішній день різними авторами сформовано чимало моделей ЖЦП, які відрізняються чисельністю, змістовністю і послідовністю етапів.

Нижче (табл.1) представлені результати порівняльного аналізу декількох моделей ЖЦП і відповідності етапів, запропонованих кожним з авторів, зі стадіям «оригінальної» моделі, в основу якої було покладено авторські бачення етапів ЖЦП, а саме: весна (народження), літо (зростання), осінь (стабільність), бабине літо (друге літо), зима (занепад) та вічна мерзлота (ліквідація).

Таблиця 1

Порівняльний аналіз моделей життєвого циклу підприємства

Модель	Зміст стадії	Авторське бачення стадій *
1	2	3
А. М.. Штангрет, О. І. Копилюк 5 стадій		
Зародження	Зародження ідеї; аналіз ринку; створення первинної структури	Весна
Становлення	Збільшення обсягу виробництва; розвиток ринку збуту; нарощування потужностей; ускладнення організаційної структури	Літо
Призупинення зростання	Зниження темпів економічного зростання; невідповідність організаційної структури вимогам бізнес-середовища	Осінь
Спад		Зима
Банкрутство та ліквідація	Банкрутство	Вічна мерзлота
І. Адізес 10 стадій		
Доглядання	Зародження ідеї	Весна
Дитинство	Орієнтація на дії; брак системи; одноосібне ухвалення рішень	
Давай-давай	Зростання продажів; ринковий успіх; брак менеджменту	Літо
Юність	Делегування обов'язків; зміна керівництва; переорієнтація цілей компанії	
Розквіт	Ріст продажів, прибутку; креативність - розвивається та контролюється	Осінь
Стабільність	Висока лояльність клієнтів і співробітників, партнерів, суспільства.	
Аристократизм	Спад інтересу до освоєння нових ринків; акцент на минулих здобутках, росте формалізм	Зима
Рання бюрократія;	Внутрішні конфлікти; криза менеджменту	
Бюрократія	Наявність великої кількості процедур та правил; відсутність почуття контролю у керівництва	
Смерть	Відсутність ресурсів для винагородження членів команди	Вічна мерзлота
Д. Ліппіт, В. Шмідт 3 стадії		
Народження	Особистий контроль; влада сконцентрована в руках однієї особи	Весна
Юність	Командне ухвалення рішень; постановка завдань і цілей; акцент на досягненні стабільності	Літо
Зрілість	Акцент на адаптації; подальше зростання	Осінь

Закінчення табл. 1

1	2	3
Д. Міллер, П. Фрізен 5 стадій		
Народження	Створення продуктово-ринкової стратегії; високий рівень централізації; інвестиції	Весна
Зростання	Функціональна структура; зниження централізації; швидке зростання; сегментація ринку	Літо
Зрілість	Консерватизм в ухваленні рішень; зниження інновацій	Осінь
Відродження	Дивізійна організаційна структура; зростання інновацій; диверсифікація товарів та послуг	Бабине літо
Занепад	Консервативність в ухваленні рішень; зниження інновацій; зниження прибутку	Зима

Джерело: сформовано автором на основі опрацювання наукової праці [2]

Примітка: * – розробка автора

Як видно з таблиці не всі автори вважають, що ЖЦП являється відрізком у якого є початок і кінець розвитку організації. Даний погляд прослідковується лише в моделях І. Адізеса та А. М. Штангрета і О. І. Корилюка, де компанія народжується, розвивається та вмирає, тоді як інші автори розглядають існування окремих криз на різних етапах ЖЦП, подолання яких може почати новий життєвий цикл.

Використовуючи модель сучасного вченого-практика Іцхака Адізеса, який досліджує проблеми управління компанією на різних етапах ЖЦП, визначимо на якій стадії знаходиться АТ «Ощадбанк» - український комерційний банк. Аналізуючи табл. 2 можна зробити висновок, що на даний час АТ «Ощадбанк» знаходиться на стадії стабільності, під час якої спостерігається високий рівень інтегрованості з клієнтами, співробітниками, партнерами та суспільством. Відомо, що стабільність – період короткочасний. Після нього компанія або розвивається далі, або деградує. Можна припустити, що керівництво банку своєчасно усвідомило це, та почало підживлюючи його «вітамінами», які пропонує І. Адізел. У даний період компанія має всі типи «вітамінів» - Р, А, І, Е, де (Е) енергія підприємця, (Р) результат, адміністрування (А), інтеграція (І). З часом Е стає менше, через що і може зупинитися розвиток.

Виявлення стадії життєвого циклу АТ «Ощадбанк»

Стадії ЖЦП за І. Адізес	Опис зміни стадій	Авторські стадії ЖЦП
Доглядання Дитинство	1991р. з проголошенням незалежності України Ощадбанк відокремлюється від Ощадбанку СРСР та стає Державним спеціалізованим комерційним ощадним банком України. 1999р. Перетворення на Відкрите акціонерне товариство «Державний ощадний банк України», єдиний банк в Україні на який поширюється державна гарантія повернення 100% вкладів фізичних осіб.	Весна
Давай-давай	2011р. Отримання ліцензії НБУ на право здійснення банківських операцій. 2014-15 р. Найбільші за історію існування збитки (2014р.- 8,5 млрд. грн, 2015р.- 12,2 млрд. грн.)	Літо «сонячне затемнення»
Юність	2015—2016 р. Ощадбанк провів ребрендинг та зміну маркет-стратегії.	
Розквіт Стабільність	2018р. Міжнародний арбітраж ухвалив рішення про стягнення з РФ на користь Ощадбанку 1,3 млрд. дол. США. I місце в номінації «Технологічний банк». Премія FinAwards 2019 10.08.2020р. відстроєння своїх права у суді на знак «Сбербанк». I місце серед провідних банків України. Рейтинг «50 провідних банків України 2020» в рамках Financial Club Awards. II місце в номінації «Кращий фінансовий чат-бот». Премія PaySpace Magazine Awards 2020 від PaySpace Magazine.	Осінь

Джерело: сформовано автором на основі опрацювання джерел [1]

Таким чином, для забезпечення майбутньої стабільності та повторних розквітів необхідна підтримка всіх «вітамінів» на сталому рівні, особливо «Е», яке забезпечується шляхом інтервального оновлення керівництва та активних маркетингових кроків з приводу розробки та впровадження нових технологій і послуг, таких як, вигідні кредитні програми чи популярні зараз платіжні онлайн-сервіси.

Отже, якщо компанія правильно визначить стадію ЖЦП, усвідомить свої майбутні проблеми і прийме превентивні заходи, це забезпечить їй стабільний розвиток і процвітання на довгі роки, а, можливо, і на "вічність", оскільки, на відміну від живих організмів, компанія може і не померти ніколи.

Література:

1. Офіційний сайт АТ«Ощадбанк». URL: <https://oschadbank.ua/ua> (дата звернення: 20.03.2021).
2. Матюшенко О. І. Життєвий цикл підприємства: сутність, моделі, оцінка. Проблеми економіки. 2010. № 4. С. 82-91.

Кібук А. М.

ТОВ АЛАН - ЛТД, м. Одеса, Україна

Ширяєва Н.Ю., к.т.н., доцент кафедри менеджменту і маркетингу

Радчук Є. В., здобувач першого рівня ОП Менеджмент

Одеська державна академія будівництва та архітектури, м. Одеса, Україна

Розвиток менеджменту будівельної діяльності на прикладі АЛАН - ЛТД

Анотація. Під час теоретичного огляду інноваційного менеджменту в будівництві узагальнено недоліки, які гальмують ефективність підприємств будівельної галузі та їх здатність до інновацій. Аналізується можливість концентрація на впровадженні соціально - інноваційної стратегії в будівництві.

Вступ. Теоретичний огляд тенденцій інноваційного менеджменту в будівельній галузі дозволяє зробити висновки, що сьогодні світ інвестує майже 14 відсотків світового внутрішнього валового продукту в інфраструктуру та нерухомість [1]. Зацікавлені сторони у сфері інноваційних науково-дослідних розробок, включаючи архітекторів та інженерів-будівельників, є більш численними та широко розповсюдженими, ніж в більшості інших галузей. Їм необхідно професійно та оперативно спілкуватися онлайн, управляти змінами (відхиленнями). Застарілі інфраструктурні активи, зростаюче населення та потреби економічного розвитку зумовлюють зусилля країн, зокрема в Україні, спрямовувати більше фінансування на транспорт, енергетику та інші системи, що каталізують відновлення та зростання інфраструктури та нерухомості, у тому числі міської соціально-значимої.

Виклад основного матеріалу. Відповідно до Стратегії розвитку сфери інноваційної діяльності України на період до 2030 року, основними ключовими словами терміни є «інноваційна діяльність», «інновація» та «інноваційний проект», у тому числі соціально-інклюзивного значення. Під час досліджень виявлено позитивні та негативні тенденції в будівельній галузі (рис. 1).

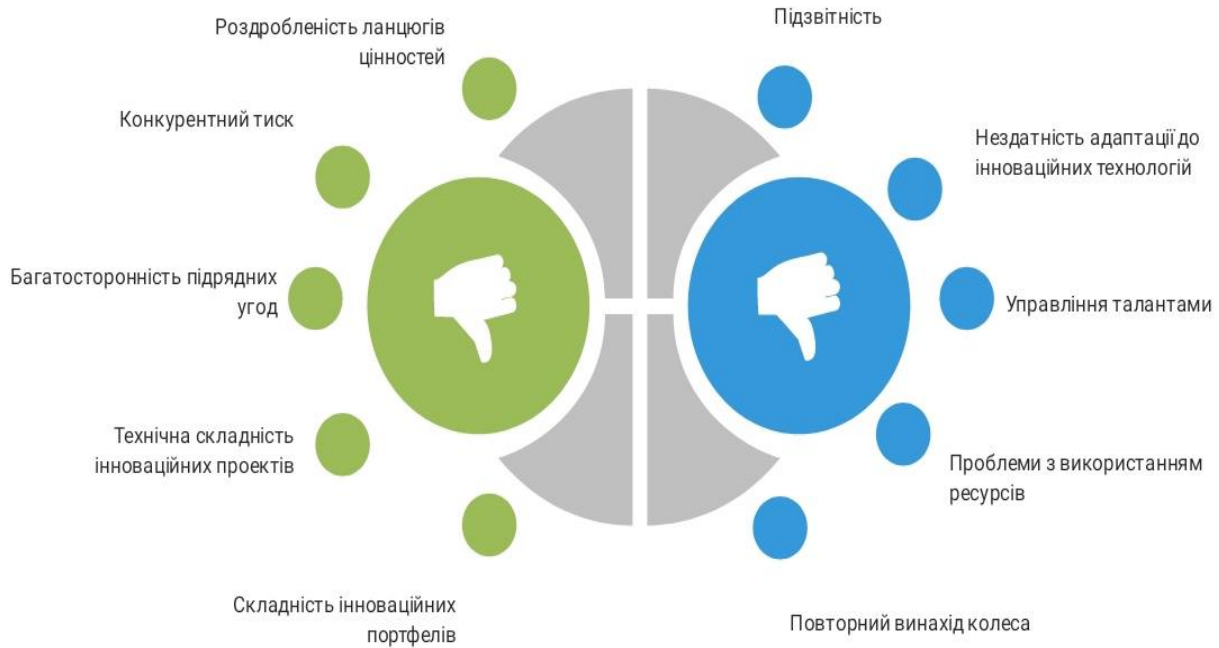


Рис. 1. Негативні тенденції в будівельній галузі

Серед позитивних інновацій, наприклад, модульне будівництво, використання дронів, картографування та геоінформаційних системи, будівельні матеріали – самолікувальний бетон, кінетичні дороги, фотоелектрична глазур, роботизація та інші. До негативних віднесено складність та затримку фінансування інноваційних проєктів, нездатність адаптації до інновацій. За даними Global Innovation Index у глобальному рейтингу інновацій зі 129 країн-учасників Україна посідає 47 місце, але це середня цифра. У структурі інноваційних показників, на жаль, Україна займає і передостанні місця. Позитивним трендом в Україні є активна співпраця Міністерства освіти і науки з Міністерством цифрової трансформації, які визначають пріоритетні напрями з метою впровадження наукових розробок і стимулювання інноваційної діяльності закладів вищої освіти, у тому числі ОДАБА. Результати вчені публікують в кандидатських та докторських дисертаціях, монографіях, фахових статтях.

Аналіз АЛАН ЛТД у цілому показує задовільний стан інноваційного розвитку, це підвищення валюти балансу, зменшення коефіцієнту зносу,

задоволеність споживачів. Високий індекс ринкової потужності (3,4) свідчить, що підприємство динамічно розвивається. Показники фінансової стійкості: індекс FinScore C/2,1; фінансовий ризик - середній, підприємство має достатню фінансову міцність, рентабельність та зростання продажів на 45%.

Висновки. Теоретичний огляд виявив прогалини у наукових дослідженнях щодо визначення кореляції результативності інноваційної діяльності підприємств будівельної галузі від впровадження цифрових систем якості для аналізу дієвості всіх елементів системи якості. По результатах теоретичних та аналітичних тенденцій на перспективу пропонується соціально-інноваційна стратегія. По-перше, для зміцнення зв'язків у системі «наука - вища освіта - бізнес» підприємству пропонується брати участь в національному опитуванні щодо очікувань зростання інноваційного індексу. По-друге, приймати участь у тендерних пропозиціях, наприклад, з будівництва реабілітаційного центру для дітей з особливими потребами у м. Южне Одеської області. Загальна вартість з будівництвом та устаткуванням плюс ПДВ складе близько 55 млн. гривень. По-третє, розроблення та затвердження Програми підприємства як офіційного документа для проведення співбесіди з потенційними кандидатами на вакантну посаду з коротким переліком запитань людей з особливими потребами, також прописати спеціальні допоміжні засоби та умови праці, які забезпечує АЛАН ЛТД. Таким чином, в результаті впровадження проектних заходів в АЛАН ЛТД очікується покращання стану якості інноваційного менеджменту та зростання обсягу продажів на 15%.

Література:

1. Ширяєва Н.Ю. Проблеми та завдання виробничо-технологічних систем в менеджменті будівельних підприємств. *Економіка сьогодні: проблеми моделювання та управління*. матер. X міжн.наук.-практ.інтернет - конф. 19 - 20 листопада 2020 р. Полтава: Полтавс. унів-т екон. і торг. 2020. 355 с. С. 264 - 266.

*Куценко А.О., бакалавр кафедри менеджменту і маркетингу
Ажаман І.А., д.е.н., професор
Телічко Н.А., к.е.н., доцент
Одеська державна академія будівництва та архітектури
м. Одеса, Україна*

Теоретичні основи стратегічного розвитку персоналу

Ефективне функціонування організації визначається, насамперед, ступенем розвитку її персоналу. Розвиток персоналу – багатогранне та складне поняття, що охоплює широке коло взаємопов'язаних психологічних, педагогічних, соціальних, управлінських та економічних проблем. З'ясування його сутності передбачає визначення змісту таких ключових понять, як розвиток, особистість, гармонійний розвиток особистості, професійний розвиток особистості.

На даний час вчені розглядають стратегічний менеджмент як управління підприємством, засноване на людському потенціалі, як його основу, яка зосереджує виробництво на споживчому попиті, робить гнучкі корективи та своєчасні зміни, що відповідають викликам навколишнього середовища. З огляду на це можна стверджувати, що успіх процесу розробки та реалізації стратегії значною мірою залежить від повної мобілізації та ефективного використання трудового потенціалу підприємства, оскільки останнім часом персонал став ключовим фактором забезпечення розвитку підприємств. Якщо в оперативному управлінні працівники розглядаються як ресурс підприємства, тобто співробітники є виконавцями окремих робіт і функцій, то для стратегічного управління персонал представляє головну цінність підприємства та джерело його успіху. Стратегія управління персоналом є однією з функціональних стратегій підприємства, логічним продовженням стратегічного управління. Доказом цього є чітке практичне співвідношення стратегічних рішень щодо діяльності компанії із системою управління персоналом, оскільки працівники є організаторами та виконавцями всіх робіт.

Формування системи управління персоналом можливе при упорядкованості сукупності взаємопов'язаних елементів (підсистем), однією із підсистем якої є підсистема розвитку. К.О. Любимова, провівши модифікацію запропонованих О.В. Крушельницькою та Д.П. Мельничук функціональних підсистем системи управління людськими ресурсами представила наступний склад реалізації системи управління персоналом підприємства [2]:

- підсистема розвитку організаційної структури та культури управління;
- підсистема загального та лінійного менеджменту;
- підсистема стратегічного менеджменту;
- підсистема інформаційного забезпечення та маркетингу;
- підсистема правового забезпечення управління;
- підсистема кадрового діловодства та управління рекрутинговою діяльністю й обліком персоналу;
- підсистема управління трудовими відносинами та забезпечення нормативних умов праці;
- підсистема управління стимулюванням та мотивацією персоналу, оплатою праці;
- підсистема управління розвитком персоналу;
- підсистема управління соціальним та сталим розвитком.

Таким чином, підсистема управління розвитком персоналу вміщає підготовку, перепідготовку та підвищення кваліфікації.

Управління розвитком персоналу на підприємстві здійснює безпосередньо служба РП (відділ кадрів). Перш ніж приймати рішення про вкладення грошей та зусиль у персонал, необхідно оцінити:

- потреби підприємства в кадрах відповідно до обраних цілей, завдань та стратегії розвитку;
- існуючий рівень знань, умінь та практичних навичок персоналу;
- фактичний трудовий потенціал підприємства з його потребами.

Після проведення такої оцінки компанія визначає: кількість працівників, які дотримуються обраної стратегії і які не потребують перекваліфікації чи

перепідготовки; кількість працівників, які повинні пройти професійну перепідготовку, підвищення кваліфікації або підвищення кваліфікації у зв'язку зі зміною стратегії розвитку підприємства; кількість працівників, яких доведеться прийняти на роботу та навчити або звільнити для ефективної реалізації обраної стратегії [4, с. 64].

Управління розвитком персоналу слід розглядати не тільки з точки зору потреб підприємства, а й особистості, оскільки співробітник, оцінюючи свої можливості відповідно до вимог посади, подбає про розвиток своїх здібностей, розширюючи свої знання, навички та практичні навички кар'єрного росту, розширення повноважень, підвищення заробітної плати, самовдосконалення і підвищення конкурентоспроможності.

Відомий вітчизняний вчений, професор Й.С. Завадський зазначає: «Функції менеджменту – це види цілеспрямованої діяльності щодо керованого об'єкта, зумовлені кооперацією і поділом праці всередині управлінського персоналу». Також, слід погодитись з автором, що «...кожній функції властиве замкнуте коло робіт (під функцій), що об'єднуються спільністю значення і виконують певну роль у менеджментській діяльності» [5, с. 51]

Американський вчений М. Армстронг, використовуючи підходи Б. Бернса та Дж. Уолтона наводить перелік узагальнених основних функцій стратегічного управління, де виділяються наступні функціональні напрями стратегічної роботи на підприємстві [1, с. 50]:

- здійснення всього обсягу організаційної діяльності, включаючи встановлення корпоративних цілей і визначення меж дій;
- відповідальність за взаємодію підприємства із зовнішнім середовищем;
- забезпечення функціонування внутрішніх процесів, структур і процедур, які мають сприяти виконанню підприємством поставлених цілей;
- узгодження діяльності підприємства з його ресурсною базою на основі оцінки обсягів необхідних ресурсів чи для використання можливостей, або для захисту від зовнішніх загроз;
- придбання, скорочення або перерозподіл ресурсів;

Секція 5. Маркетинг та менеджмент в діяльності підприємства

– переведення складних і динамічних зовнішніх і внутрішніх факторів, які впливають на підприємство, в структурований набір зрозумілих, чітко сформульованих повсякденних задач.

За результатами проведеного дослідження чітко виокремлюються функції, які можна віднести як до загальної системи організаційного менеджменту, так і специфічні функції, які розкривають сутність і умови функціонування саме системи стратегічного управління господарюючими суб'єктами. Наприклад, до загальних функцій стратегічного управління можна віднести наступні: діагностичну, планування, прогностичну, цільовизначення, контрольну, пізнавальну, навчальну, координаційну, комунікативну.

Серед принципів стратегічного управління виокремлюють [3]:

– принцип перспективності, що зорієнтований на довготривалі можливості підприємства; рекомендований для забезпечення ефективного стратегічного планування та прогнозування, оскільки стратегічні недоліки надзвичайно важко коригувати оперативними методами;

– принцип пріоритетності – топ-менеджмент підприємства, зобов'язаний перманентно дотримуватися вибраної стратегії, підпорядковуючи власні оперативні та тактичні дії стратегічним пріоритетом;

– принцип реалізації, за яким поставлені цілі та орієнтири повинні відповідати наявним на підприємстві ресурсам (фінансовим, матеріальним, інформаційним, технологічним, іншим) та зовнішньому середовищу;

– принцип поетапності та циклічності передбачає, що стратегія запроваджується за етапами: вирішення довгострокових завдань здійснюється через реалізацію середньо- і короткострокових ініціатив;

– принцип комплексності проявляється в універсальному аналізі та обліку інформації, що дає змогу швидко та своєчасно реагувати на зміни внутрішнього та зовнішнього середовища.

Поряд з перерахованими принципами також виділяють принципи гнучкості, результативності, ефективності, організації стратегічного обліку та

контролю, пріоритетності людського фактору, теоретико-методологічної обґрунтованості форм і методів стратегічного управління.

На сучасному етапі економічного розвитку та управління серед дослідників немає єдиної думки щодо визначення поняття "розвиток персоналу". Переважна більшість авторів, які досліджували цю проблему, обмежують цю концепцію виключно професійним розвитком. Структурою процесу розвитку персоналу вважають мотивацію працівників, навчання, планування кар'єри, адаптацію працівників до виробництва. Структура процесу розвитку персоналу є неповною і повинна доповнюватися такими факторами, як пошук і відбір працівників, оцінка та сертифікація персоналу, орієнтація працівників та оптимізація морально-психологічного клімату в компанії. Вивченню основних функціональних характеристик системи стратегічного управління не приділяється достатня увага у зарубіжній та вітчизняній науковій та фаховій літературі. Отже, всі функції, які має виконувати стратегічне управління компанією, повинні бути класифіковані відповідно до основних характеристик існуючих десяти наукових стратегічних шкіл.

Література:

1. Армстронг М. Стратегічне управління людськими ресурсами: Пер. з англ. Н.В. Грінберга. М.: ІНФРА М, 2002. 328 с.
2. Любимова К.О. Атрибутивність управління розвитком персоналу підприємств, 2012. 115 с.
3. Бабій І.В. Аналіз наукових поглядів у формуванні стратегічного управління підприємством: Вісник Хмельницького національного університету, 2016. С. 7–9 .
4. Крамаренко В.І., Холода Б.І. Управління персоналом фірми : навч. посібник .Київ : ЦУЛ, 2003. 272 с.
5. Завадський Й.С. Менеджмент: Підручник для студ. екон. спец. вищ. навч. закл.: У 2 т. Т. 2. - К.: Вид-во Європ. ун-ту, 2002. 640 с.

Співвідношення понять «маркетинг відносин» та «партнерський маркетинг»

Функціонування ринку товарів промислового призначення в сучасних умовах характеризується тяжінням до ситуацій, в яких учасники ринку взаємозацікавлені у здійсненій трансакції. Така зацікавленість цілком зрозуміла в контексті взаємовідносин «продавець – покупець», в яких продавцем виступає підприємство постачальник, яке є або виробником необхідної продукції промислового призначення, або посередником. Покупцем в таких відносинах виступає промислове підприємство, яке використовує заготовувану промислову продукцію для виробництва. Вочевидь, що доволі комфортно почуваються обидві сторони у випадку, коли одна сторона має постійного клієнта, який забезпечує вагомий обсяг збуту, натомість інша сторона має постійного надійного постачальника високоякісної продукції. Таку схему відносин сьогодні часто називають «партнерським маркетингом».

М. Стаюра, Н. Чухрай, Н. Хтей, Р. Патора, О. Телетов стверджують, що «Партнерський маркетинг – це процес створення, підтримання і розширення тісної співпраці з клієнтами та іншими партнерами підприємства, який передбачає орієнтацію підприємства на індивідуальне обслуговування кожного споживача, враховуючи його специфічні потреби і особливості» [1, с. 138; 2, с. 5; 3 с. 339]. Втілення в життя механізмів та принципів партнерського маркетингу передбачає спільні маркетингові зусилля усіх функціональних служб підприємства. Головним завданням партнерського маркетингу можна визначити надання клієнту довготермінової цінності і, як наслідок, формування високого рівня лояльності покупців.

Трактування партнерського маркетингу передбачає відносини не лише в межах контексту «продавець – покупець», згадуються також «інші партнери» підприємства. Вбачаємо такі можливі формати відносин підприємства з іншими партнерами – «виробник-посередник», «виробник-постачальник», «виробник-виробник», «посередник-посередник», «постачальник-виробник-посередник», «компанія-інститут маркетингової інфраструктури».

Однак, бачимо, що в нинішньому науковому контенті присутні такі поняття як «маркетинг відносин», «маркетинг взаємодії», «маркетинг співпраці», «маркетинг партнерських відносин». Виникає просте запитання, чим ці всі поняття є відмінні? Чи не складається ситуація, за якої різні науковці використовують різні поняття для позначення одних і тих процесів та явищ.

Ми зробимо спробу максимально просто відповісти на ці питання. «Маркетинг відносин», «маркетинг співпраці», «маркетинг взаємодії» - ми розглядаємо як поняття-синоніми, суттєвої відмінності між ними ми не вбачаємо, так само синонімами вважаємо поняття «маркетинг партнерських відносин» та «партнерський маркетинг». В той же час вважаємо за доцільне використовувати в науковому дискурсі поняття «маркетинг відносин» та «партнерський маркетинг». Що ж їх відрізняє?

Найбільш придатним для трактування маркетингу відносин вважаємо визначення С.В. Чернишевої, згідно якого «Маркетинг відносин – це маркетингова діяльність підприємства, що спрямована на формування та підтримку довгострокової системи його внутрішніх та зовнішніх відносин з метою одержання спільної вигоди усіма учасниками взаємодії» [3, с. 8].

Із двох розглянутих тлумачень категорій видно, що партнерський маркетинг є орієнтований на взаємовідносини із зовнішніми суб'єктами – посередниками, постачальниками, інфраструктурними підприємствами, в той час як маркетинг відносин, окрім згадуваних суб'єктів включає і внутрішні відносини. Таким чином, вбачаємо за доцільне визначити маркетинг відносин як явище, яке складають «партнерський маркетинг» та «внутрішній маркетинг» (або «маркетинг персоналу»).

Література:

1. Стаюра М. Партнерський маркетинг і логістичне обслуговування. Галицький економічний вісник. 2010. №3(28). с. 138-145.
2. Телетов О.С. Концептуальні засади застосування партнерського маркетингу на промисловому підприємстві. Вісник СумДУ. Серія «Економіка», 2008, №1. С. 5-13.
3. Чернишева С.В. Маркетинг відносин в системі управління підприємством. Автореферат. Донецьк, 2008. 21 с.
4. Чухрай Н.І., Хтей Н.І., Патора Р. Партнерський маркетинг у постачанні: світовий і вітчизняний досвід. Вісник Національного університету «Львівська політехніка». 2004. № 499: Логістика. С. 339–346.

Новаковська А. Р., студентка
Дніпровський національний університет ім. Олесь Гончара,
м. Дніпро, Україна

Дефініція поняття «якість продукції»

Значення поняття «якість продукції» змінюється з розвитком науково-технічного прогресу та еволюції поглядів численних науковців, що досліджують якість з різних сторін. У літературі поняття якості продукції трактується по-різному. Протягом досить великого проміжку часу багато дослідників намагалися дати визначення якості. Особливу увагу вивченню та дослідженню теоретичних основ якості продукції приділили такі вчені: Арістов О.В., Вакуленко А.В., Джуран Дж., Золоткін В.М., Кросбі Ф., Олійник О.В., Тагуті Г., Фейгенбаум А., Шаповал М.І., Шишкова Г.М. та інші. У роботах цих вчених ґрунтовно розглянуто підходи до визначення якості продукції, методи оцінки рівня якості, організаційні аспекти та системи управління якістю. Але єдиної думки щодо формування поняття якості продукції серед авторів немає.

Джуран Дж. визначає якість продукції як відповідність призначенню. Фейгенбаум А. визначає якість продукції за сукупністю складних ринкових, технічних та експлуатаційних характеристик виробу, завдяки яким останній відповідає очікуванням споживача. Харрінгтон Дж. визначає якість продукції як задоволення або перевищення вимог споживача за прийнятною для нього ціною [5]. Значну увагу технічним характеристикам у визначенні якості продукції приділяє Строїтелєв В.Н.: основна складова визначення з орієнтацією на споживача полягає в тому, що «якість об'єкта визначається тільки після певного впливу його на людину». Слід також зазначити, що ступінь корисності об'єкта при його впливі на людину або придатність задаються в процесі виробництва за допомогою технічних характеристик. Отже, якість формується тільки під час виробництва, а взаємодія з людиною дозволяє лише виявити закладений у продукції рівень якості. Якість об'єкта Строїтелєв В.Н. розглядає як результат процесів створення об'єкта й досконалості його властивостей і

характеристик, розвитку «духовного» рівня людини, впливу суспільної думки. Золоткін В.М. та Глічев А.В. [2] у своїх працях, пов'язують якість продукції із споживчою вартістю, що виявляється в процесі використання продукції. У політичній економії корисність чи споживчу вартість товару розуміють, як його здатність задовольняти потреби. Тому визначення якості продукції як споживчої вартості варто трактувати, як здатність задовольняти потреби чи відповідати вимогам споживачів. Мошенський С.В., Олійник О.В., вважають, що якість продукції — це сукупність властивостей продукції, що обумовлюють її здатність задовольнити певні потреби споживачів. Але дослідниками не було враховано, які саме потреби необхідно задовольнити, максимальні потреби, чи потреби мінімального характеру. На думку авторів потреби залежать від самого споживача та його купівельної спроможності [1].

У навчальному посібнику «Основи стандартизації, управління якістю і сертифікації» Шаповал М.І. дає наступне визначення даного поняття: якість продукції — сукупність характеристик об'єкта, які стосуються його здатності задовольнити установлені та передбачувані потреби [6]. У роботах цього вченого досить ґрунтовно розглянуто підходи до визначення якості продукції як відповідності вимогам споживачів та рівня технічних характеристик продукції. Однак дослідження проблеми не можна вважати повним, оскільки не існує єдиного підходу до тлумачення поняття якості продукції. Сучасні визначення дефініції наведено в табл.1.

Таблиця 1

Сучасне трактування дефініції «якість продукції»

Автор	Сутність дефініції
Міжнародна організація по стандартизації [3]	Сукупність властивостей і характеристик продукції чи послуг, що додають їм здатність задовольняти обумовлені чи передбачувані потреби.
Держстандарт 15467-79 [4]	Сукупність властивостей продукції, що обумовлює її придатність задовольняти певні потреби відповідно до її призначення.

За результатами аналізу літературних джерел поняття «якість продукції», на мою думку, найбільш влучно сформулював Шаповал М.І., який пояснює цей термін як сукупність характеристик об'єкта, які стосуються його здатності задовольнити установлені та передбачувані потреби. Дане поняття є найближчим до сучасних. Також, близькими до його пояснення були Мошенський С.В., Олійник О.В., Фейгенбаум А. Вони говорили про те, що якість продукції – це певна сукупність характеристик, властивостей товару, що відповідає очікуванням чи задовольняє потреби споживача. В зазначених визначеннях, як видно з табл. 1, є багато спільного. Поняття якості продукції — це своєрідний баланс між властивостями та характеристиками продукту і його можливістю максимально задовольнити потреби та очікування споживачів. Термін «якість продукції» характеризується як динамічна категорія, що розвивається, оскільки сприйняття якості споживачами поступово змінюється, а технічні можливості виробництва вдосконалюються.

Література:

1. Т. Бубела. Що ж таке якість товару? / Т. Бубела, Т. Бойко, П. Столярчук // Стандартизація, сертифікація, якість. — 2005. — № 4 — С. 51-54.
2. А.В. Гличев. Основы управления качеством / А.В. Гличев — М.: Издательство АМИ, 1998. — 478 с.
3. Системи управління якістю. Вимоги : ДСТУ ІСО 9001-2001. — К.: Держстандарт України, 2001. — 24 с.
4. Управление качеством продукции. Основные понятия. Термины и определения: ГОСТ 15467-79 — М.: Изд-во стандартов, 1991. — 77 с.
5. Харингтон Дж. Управление качеством в американских корпорациях / Дж. Харингтон — Пер. с англ. — М.: Экономика, 1990. — 296 с.
6. М.І. Шаповал. Менеджмент якості / М.І. Шаповал — К: Знання, 2003. — 475 с.

*Рибак О.В., к.т.н., доцент кафедри маркетингу
Николаєв Д.П., студент кафедри маркетингу
Одеський національний політехнічний університет
м. Одеса, Україна*

Місце інтернет-маркетингу в сучасному бізнесі

На сьогоднішній день користувачі все частіше і з великим задоволенням витрачають гроші в Інтернеті, тому саме тут потрібно шукати майбутніх покупців. Час звичайної реклами минув – люди від неї втомилися і більше їй не довіряють, вона вже не настільки актуальна, натомість інтернет-маркетинг надає нові способи розповісти світові про ваш продукт.

Інтернет-маркетинг вперше з'явився на початку 1990-х років, коли текстові сайти почали розміщувати інформацію про товари. Через деякий час інтернет-маркетинг переріс у дещо більше, ніж продаж інформаційних продуктів: зараз йде торгівля інформаційним простором, програмними продуктами, бізнес-моделями і багатьма іншими товарами і послугами. Такі компанії, як Google, Yahoo та інші, підняли на новий рівень і сегментували ринок інтернет-реклами, пропонуючи малому та середньому бізнесу послуги з локальної реклами. Рентабельність інвестицій зросла, а витрати вдалося знизити. Цей тип маркетингу став основою сучасного капіталізму, що дозволяє будь-кому, у кого є ідея, товар або послуга, досягти максимально широкої аудиторії.

Використання словосполучення «інтернет-маркетинг» зазвичай передбачає застосування стратегій маркетингу прямого відгуку, які традиційно використовуються при прямих поштових розсилках, радіо і в телевізійних рекламних роликах, тільки тут вони застосовуються до бізнес простору в Інтернет [1]. Ці методи дуже ефективні при використанні в мережі Інтернет, завдяки можливостям точно відстежувати статистику, помноженим на можливість перебувати у відносно постійному контакті зі споживачами, включаючи B2B або B2C (бізнес-споживач) сектор.

У порівнянні з іншими видами медіамаркетингу (друкованими матеріалами, радіо і телебаченням), інтернет-маркетинг зростає дуже швидко. Він завойовує велику популярність не тільки у бізнесу, але і звичайних користувачів, які хочуть просунути свій веб-сайт або блог і заробити на ньому. Тим не менш, у розвинених країнах витрати на Інтернет-маркетинг і рекламу становлять близько 5% від загальних рекламних витрат [2]. Інтернет-маркетинг надає потенційному споживачеві можливість отримати інформацію про товар, а також купити його. Однак, якщо в мережі не буде відповідної інформації або користувач її не знайде, то, швидше за все, він придбає товар у вашого конкурента. Крім того, використання інтернет-маркетингу економить гроші як на персоналі, який займається продажами, так і на рекламі. А головне, що інтернет-маркетинг дозволяє розширити діяльність компанії з локального ринку на національний і міжнародний ринок. При цьому як великі компанії, так і малі, мають більш врівноважені шанси в боротьбі за ринок.

В інтернет-маркетингу є три основні переваги, які відрізняють його від традиційного маркетингу:

- Інтерактивність. В Інтернеті можна безпосередньо взаємодіяти з аудиторією, підтримувати зв'язок з клієнтами і контролювати ситуацію.
- Таргетування. Це механізм, що дозволяє виділити з усієї наявної аудиторії тільки цільову і показувати рекламу саме їй.
- Веб-аналітика. Вона допомагає зрозуміти, які дії виявилися максимально ефективними і залучили на сайт більше відвідувачів, що потім конвертувалися в покупки.

Інтернет-маркетинг включає в себе такі елементи системи як:

- медійна реклама;
- контекстна реклама;
- пошуковий маркетинг в цілому і SEO зокрема;
- SMO та SMM;
- прямий маркетинг з використанням e-mail, RSS тощо;
- вірусний маркетинг;

- партизанський маркетинг.

Інтернет-маркетинг справив величезний вплив на низку ділових сфер, включаючи музичну індустрію, банківську справу, ринок портативних електронних пристроїв (мобільні телефони, плеєри тощо), так званий "блошиний ринок" і головне – на рекламу. Все більша кількість банків пропонують свої послуги в режимі онлайн. Онлайн-банкінг є більш зручним для клієнта, оскільки позбавляє необхідності відвідувати кожен раз банк або його філії. У США на сьогоднішній день близько 50 мільйонів людей користуються послугами онлайн-банкінгу. Онлайн-банкінг є одним з найбільш швидкозростаючих секторів інтернет-бізнесу. З усіх користувачів Інтернету близько 44% користуються послугами інтернет-банкінгу [3].

Інтернет-аукціони завоювали популярність, відтак блошині ринки борються за виживання. Унікальні речі, які раніше можна було знайти на народних ринках, тепер продаються на онлайн-аукціонах. Також розвиток аукціонів сильно вплинув на ціни на унікальні та антикварні речі. Якщо раніше інформацію про ціну знайти було важко, то тепер можна подивитися ціну на аналогічну річ на аукціоні. І мати хоча б загальне уявлення про вартість товару, так як завжди можна дізнатися, за скільки продавалася та чи інша річ. Все більше і більше продавців подібних товарів ведуть свій бізнес онлайн, не виходячи з дому. Ефект всесвітньої мережі на рекламну індустрію був і залишається справді величезним. Рекламодавці почали активно змінювати свої уподобання і сьогодні Інтернет-реклама вже займає більшу ринкову нішу, ніж реклама на радіо (в розвинених країнах) [4]. Інтернет-маркетинг досить сильно вплинув на сектор B2B, і цей вплив з кожним днем посилюється.

На сьогоднішній день складно знайти велике індустріальне підприємство, яке не просуває себе в мережі. Тенденції зростання можна легко побачити і по постійному розширенню торгових інтернет-майданчиків, а також збільшенню їхньої кількості. Торгові онлайн-майданчики вже давно перестали бути дошками оголошень, з яких вони і виростили. Сьогодні деякі з них перетворилися на великі корпорації, що надають цілу низку маркетингових послуг.

Переваги Інтернет-маркетингу полягають не лише в тому, що є можливість чіткого охоплення цільової аудиторії. Він пропонує гнучке управління рекламними комунікаціями. При цьому навіть достатньо скромний рекламний бюджет гарантує максимальну віддачу. Для поточної економічної ситуації Інтернет-маркетинг стає мало не панацеєю в рекламі. І це справедливо для різних сфер бізнесу. До складу Інтернет-маркетингу входять пошуковий маркетинг, банерна і контекстна реклама, e-mail-маркетинг, вірусний маркетинг. При цьому вірусний маркетинг можна назвати найбільш креативним методом прихованої реклами. Вірусним називають контент, який буде досить цікавий користувачам, завдяки чому здійснюється його передача від одного користувача до іншого, так що компанії навіть не доводиться вкладати кошти на розміщення. Однак не для всіх брендів можна використовувати даний вид інтернет-реклами.

Популярність Інтернет-маркетингу зростає не тільки серед бізнес-компаній, але і серед звичайних користувачів мережі. Розглянуті вище методи непошукового інтернет-маркетингу найкраще працюють в комплексі з пошуковим просуванням. Непошукове просування теж може бути досить ефективним, проте саме по собі навряд чи зможе створити постійний потік трафіку протягом тривалого терміну.

Література:

1. Котлер Ф. Основи маркетингу / Ф. Котлер [пер. з англ.]. – М: Вільямс, 2007. – 646 с.
2. Летуновська Н.Є. Маркетингові дослідження як інструмент визначення стратегічних напрямів інноваційного розвитку промислового підприємства у сфері товарної політики / Н.Є. Летуновська, Л.О. Сигида. – Бізнес-інформ., №4, 2019. – С. 97-105.
3. Коротков В. Маркетинг у бізнес-середовищі / В. Коротков. – Генеза, 2018. – С. 15-156.
4. Войчак А.В. Маркетинговий менеджмент: Підручник / А.В. Войчак. – К. : КНЕУ, 2018. – 268 с.

Теоретичні аспекти формування системи стратегічного управління

Дослідження формування системи стратегічного управління в будівельній компанії пов'язано з важливістю удосконалення існуючих форм стратегічного управління, пошуком та формуванням нових систем стратегічного управління, підвищенням конкурентоспроможності підприємства, можливістю опанувати нові види діяльності, а також просування компанії на нові ринку збуту для довгострокового розвитку компанії.

Термін "стратегічне управління" було введено в 1960-1970-х роках для ілюстрації різниці між існуючими організаціями на виробничому рівні та керівництвом на найвищому рівні. Стратегічний менеджмент - це організація, яка спирається на людський світ як на основу підприємства, зосереджується на виробничій діяльності на основі потреб споживачів, легко реагує та якнайшвидше змінює структуру бізнесу.

Цілі стратегічного управління:

- Підприємство – незалежна бізнес-одиноця, створена державним органом, здатна задовольняти суспільні та індивідуальні потреби за допомогою різних видів діяльності;

- Стратегічні бізнес-напрямки – бізнес-напрямки компанії, які можуть бути залучені в певний тип ринкової діяльності. До них відносяться: підрозділ компанії, кілька товарних груп, товар/бренд. Унікальність за наступними параметрами: певний вид продукції, особливі потреби, які можуть бути задоволені, група споживачів, конкурентна перевага компанії (наприклад, такі SGP на фабриці "Overseas": експериментальний магазин, магазин "Small Series", швейне підприємство);

- Область стратегічного управління – стратегічно важливі частини бізнес-середовища, які представляють собою пов'язаний продукт (послугу), групу споживачів (потреби) або компанії, які мають деякі загальні характеристики.

Предметом стратегічного управління є:

- 1) рішення, пов'язані з галузевими цілями;
- 2) рішення по окремих елементах організаційно-економічних процесів підприємства (якщо вони необхідні для досягнення мети, але відсутні або недостатні);
- 3) проблеми і рішення, пов'язані з неконтрольованими зовнішніми факторами.

Основними точками управління компанією є три важливих моменти:

1. В якому стані знаходиться компанія? (Інформація для аналізу минулих, нинішніх і майбутніх ситуацій);
2. Ким ви хочете бути через 3, 5, 10 місяців? (Перспективи на майбутнє: навіщо намагатися ставити цілі);
3. Як домогтися бажаних результатів? (Існуючі або доступні ресурси, системи управління, організаційна структура та співробітники, тобто реалізація обраної стратегії, яка може бути комбінацією двох попередніх систем). Проблема вибору стратегії полягає в тому, що вони виконуються одночасно в плануванні (інфраструктурі) компанії. Коли одночасно реалізується стратегія компанії з метою поліпшення конкурентної ситуації, розвивається база активів.

Суть стратегічного управління полягає в розробці та реалізації стратегії розвитку бізнесу, заснованої на моніторингу та постійної оцінці змін в його діяльності, для ефективної роботи в нестабільному середовищі.

Стратегія - це прогнозована реакція компанії на зміни в зовнішньому середовищі, обрана стратегія для досягнення бажаного результату.

Стратегія - це комплексний план дій, що визначає пріоритети ресурсів для досягнення кінцевої мети, яка визначається виходячи з попиту, клієнтів, продукції, конкурентних переваг.

Секція 5. Маркетинг та менеджмент в діяльності підприємства

Стратегічне управління включає п'ять завдань:

- 1) стратегічне планування;
- 2) організація реалізації стратегічних планів;
- 3) координація дій по реалізації стратегічних цілей;
- 4) стимули для досягнення стратегічних результатів;
- 5) контроль процесу реалізації стратегії.

Стратегічне планування включає в себе виконання таких задач як прогнозування, розробка стратегії і складання бюджету. Бачення надається до розробки стратегічних планів на основі аналізу безлічі внутрішніх і зовнішніх факторів (умов) компанії для прогнозування потенціалу розвитку і оцінки ризиків. Регулярне прогнозування дозволяє розробити надійну модель, що визначає стратегію компанії.

Умовно для прогнозування використовуються три виміри:

- 1) час (як далеко ми хочемо заглянути вперед?);
- 2) напрямок (які майбутні тенденції?);
- 3) розмір (наскільки важливі будуть зміни?)

За результатами прогнозу менеджмент формулює місії (напрямки бізнесу, глобальні цілі), визначає перспективи розвитку та розробляє стратегію. Стратегічні цілі підприємства об'єднуються з результатами окремих підрозділів шляхом розробки необхідних програм дій і бюджету. Бюджет включає видатки за програмою і розподіл ресурсів.

До стратегії відносяться:

- вдосконалення підприємства;
- впровадження інновацій (нові процеси, типи правил і положень, зв'язок з клієнтами, інновації, нові технології, доступ до нових продуктів);
- придбання, або розширення підприємства.

Важливі області в прийнятті рішень:

- середовище;
- орієнтація на довгострокові і успішні підприємства;
- проблеми з навчальним планом (більшість систем не працюють)

- мета моніторингу;
- волатильність і високий ризик.

Інновація - це процес, в ході якого ідея або стратегія розробляються за допомогою фінансового плану (Б. Твісс). Інноваційна діяльність - діяльність, спрямована на використання і просування результатів досліджень і розробок, а також впровадження нових конкурентних і виробничих продуктів (Закон про об'єднання (Розділ 1), 04.07.2002 № 40-IV).

Всі розглянуті аспекти актуальні для діяльності будь-яких організацій, що прагнуть просування на нові ринку збуту для довгострокового розвитку. Це доводить необхідність застосування широкого спектру досліджень та розробки прийомів формування систем стратегічного розвитку, що потребуватиме поєднання певних елементів, що має створити умови для досягнення цілей у як у короткострокові, так і довгострокові періоди.

Література:

1. Ансофф И. Стратегическое управление. М.: Экономика, 2007. 303 с.
2. Балабанова Л. В. Стратегічне маркетингове управління комерційною діяльністю підприємств : монографія; Донецький нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. І. Туган Барановського. Донецьк : ДонНУЕТ, 2011. 181 с
3. Длігач А. О. Стратегічне маркетингове управління : монографія. Київ : Алерта, 2012. 270 с.
4. Клейнер Г. Б. Стратегия предприятия. Москва, 2007. 436 с.

*Фоміна Ю.С., бакалавр ННІ БІТ
Ажаман І.А., д.е.н., професор
Гронська М.В., к.е.н., доцент
Одеська державна академія будівництва та архітектури
м. Одеса, Україна*

Сутність стратегічного управління

Вступ. Стратегічний менеджмент з точки зору загального менеджменту можна розглядати як сукупність конкретних процесів прийняття управлінських рішень щодо формування мети та визначення цілей організації, вибору стратегій її діяльності та середовища.

Стратегічне управління є важливим функціональним ресурсом оптимізації діяльності підприємства, який би мав спростити складні структури управління та взаємодії між рівнями владної вертикалі в такий спосіб, аби діяльність підприємства мала внутрішньо збалансований характер між стратегічними і тактичними засадами управління.

Основні результати досліджень. Ріком народження концепції стратегії підприємства можна вважати 1911 рік - саме тоді в Гарварді почали викладати курс ділової політики. Однак протягом наступних майже 40 років стратегія зводилася в основному до формулювання здорового глузду в засобах до існування виробництва.

Таким чином, термін «стратегічний менеджмент» («стратегічний менеджмент») почали використовувати тільки на рубежі 60-70-х років з метою, щоб розрізнити поточне управління на рівні виробництва та управління, яке здійснюється на вищому рівні. Більш того, необхідність проведення такої відмінності була викликана, перш за все, змінами в умовах ведення бізнесу [2].

Стратегічний менеджмент виконує велику кількість завдань, пов'язаних зі стратегічним аналізом, впровадженням, розробкою та контролем за реалізацією стратегій підприємства.

Формування стратегічного управління як самостійного напрямку дослідження та управління пройшло чотири етапи: складання бюджету та

контроль; довгострокове планування; стратегічне планування; стратегічний менеджмент [3].

Суть стратегічного управління полягає у формуванні уявлення про ринок і вироблення загального уявлення про перспективи організації на цьому ринку. Формування такої ідеї базується не стільки на аналізі достовірної інформації про ринок, скільки на обґрунтуванні прийнятних гіпотез. Використання гіпотез замість надійної і відповідної інформації для визначення перспективних напрямків діяльності організації продиктовано тим, що стратегічне управління здійснюється в умовах дефолту.

З точки зору загального менеджменту, стратегічне управління не є окремим компонентом організації або функціональної підсистеми. Стратегічне управління в організації грає роль конкретних процесів, які повинні забезпечувати його життєздатність в певній перспективі і умовах, які можуть виникнути у зовнішньому середовищі. Отже, його не можна розглядати окремо від тактичного і лінійного (оперативного) управління організацією. Це одна система управління, яка відрізняється за змістом і складністю процесів управління організацією, що працює на ринку товарів або послуг.

Для виконання своєї місії в суспільстві організація повинна піклуватися про свою конкурентоспроможність. Це обов'язкова умова стабільної присутності на ринку будь-якої організації. Конкурентоспроможність - це особиста синтетична характеристика організації, яка демонструє її здатність протистояти іншим організаціям (конкурентам) і вести успішну боротьбу за ринки ресурсів і продажів товарів. Конкурентоспроможність організації - це синтетичний показник, що залежить від внутрішнього потенціалу, обраної стратегії і механізму їх використання для досягнення цілей.

Інтуїтивна оцінка впливу зовнішнього середовища використовується для вирішення стратегічних завдань.

Механізм реалізації стратегічних завдань орієнтований на оперативне управління. Конкурентні переваги формуються не за рахунок стратегій, а за рахунок використання ситуацій, що виникають на ринку. Існування на

конкурентному ринку забезпечується за рахунок гнучкості управління і швидкої орієнтації в ситуаціях. Необхідність стратегічного управління в таких організаціях прямо пропорційна ступеню невизначеності проблем, що виникають під впливом зовнішнього середовища.

Зовсім іншою є модель стратегічного управління великим підприємством. Для неї характерна реалізація всіх етапів стратегічного управління, але є особливості реалізації цих етапів, що впливають з нової парадигми стратегічного управління. Ці особливості пов'язані з визначенням місії і формуванням системи цілей, розробкою стратегій досягнення цілей і механізмом реалізації стратегій.

Визначення місії та формування системи цілей організації - один із процесів стратегічного управління. Він складається з трьох підпроцесів: визначення місії; формування стратегічних цілей; формування короткострокових цілей роботи. У моделі стратегічного управління ці процеси пов'язані зі стратегічним плануванням. Формування місії і цілей пропонується проводити після детального аналізу стратегічних проблем, що виникають в діяльності організації та її зовнішнього середовища. Такий підхід використовувався на етапі, коли існувала методологія стратегічного планування. Потім ці процеси були пов'язані зі стратегічним плануванням, як реалізацією цільового підходу, який тоді пропонував П. Друкер.

Стратегічні проблеми, пов'язані з аналізом, впливають із стратегічних цілей роботи. Пошук умов для досягнення реальних цілей вимагає аналізу стратегічних проблем.

Розробка стратегій досягнення цілей на основі існуючих методологій також не виглядає новою парадигмою стратегічного управління. Сучасна методологія базується на ретельному стратегічному аналізі (перспективний) для розробки детальних стратегій для всієї діяльності організації. Ці процеси стосуються стратегічного планування, яке розглядається як функція стратегічного управління. Ця концепція суперечить теорії приватного управління.

Для розуміння процесів формування стратегій діяльності організації необхідно визначити ключові елементи цих процесів. Розробка стратегії - це обґрунтування гіпотез щодо бажаних результатів, які хотіли б отримати керівники організації в умовах, коли зовнішнє середовище змінює спосіб сприйняття керівниками організації. Потім стратегія повинна вказувати особливості поведінки організації у зовнішньому середовищі, розкривати логіку та послідовність дій її керівництва. Основною гіпотезою є поведінка конкурентів, які також працюють майже в тому ж зовнішньому середовищі, що і організація. Справжні наміри конкурентів ретельно приховуються, тому організація обґрунтовує гіпотезу про поведінку конкурентів у густому тумані, а керівництво змушене приймати рішення на дуже високому рівні невизначеності. Виходячи з ієрархічної концепції розробки стратегії, відповідні дії конкурентів можна неправильно зрозуміти і недооцінити.

Реалізація обраних стратегій не відбувається одночасно. Правильність прийнятих стратегічних рушень може бути визначена тільки після того, як об'єкт управління отримає результат. Як правило, отриманий результат не збігається з задуманою стратегією, а показує тільки реалізовану стратегію. Зрозуміло, що керівництво організації, оцінюючи реальний стан навколишнього середовища та власний потенціал, приймає відповідні рішення, щоб відповідати параметрам розробленої стратегії. Ці рішення можуть або компенсувати відхилення від стратегії, або коригувати цю стратегію. Вибір того чи іншого напрямку - це рівень невизначеності при прийнятті управлінських рішень. В таких умовах діяльності організацій виникає необхідність перегляду концепції розробки стратегій [1].

Ієрархічний принцип розподілу стратегій може бути складений як через деприваційні організації, так і шляхом відкриття. В інших організаціях не можливо побачити різкий перехід від однієї (старої) стратегії до інноваційної. Це ранній перехідний період у пошуках шляхів досягнення довгострокових цілей. Отже, розробка нової стратегії буде розглядатися паралельно поточній стратегії.

Висновки і пропозиції. Стратегію слід розглядати як дуальний процес — формування стратегії та її реалізація. Впровадження стратегічного управління є процесом: від формування намірів до відстеження наслідків і впливу певного стратегічного плану; трансформації цілей, проголошених у стратегічному плані, у результати, який супроводжується застосуванням правил, тлумаченням нормативних актів, дотриманням законів і наданням послуг населенню. Стратегія повинна відповідати інтересам організації і сторін, зацікавлених у її діяльності, середовищу, в якому функціонує організація, а також її ресурсам, можливостям і компетенціям. Стратегічне управління — це спільні зусилля команди та органічна єдність цілей, завдань і ресурсного забезпечення для досягнення прогресу в суспільному розвитку.

Література:

1. Бортейчук, Р. Місце та роль стратегічного управління в діяльності органів державної влади [Текст] / Р. Бортейчук // Зб. наук. пр. НАДУ. – К. : НАДУ, 2009. – Вип. 1. – С. 21 – 31.
2. Пономаренко В.С. Стратегія розвитку підприємства в умовах кризи: [монографія] / В.С. Пономаренко, О.М. Тридід, М.О. Кизим. – Х.: Видавничий Дім «ІНЖЕК», 2010. – 328 с
3. Забродська Л.Д. Стратегічне управління: реалізація стратегії: [навчальний посібник для студентів економічної спеціальності] / Л.Д. Забродська – Харків: Консул, 2010. – 208 с

*Шевчук О.А. , к.е.н., доцент кафедри теоретичної та прикладної економіки,
Кокідько Б.С., студент інституту прикладного системного аналізу,
Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»
м. Київ, Україна*

Суспільство споживання та його наслідки для майбутніх поколінь

Суспільство споживання – суспільні відносини, у яких суспільство заохочує людей до масових покупок товарів та матеріальних благ та пов’язане з переходом до системи суспільних цінностей [1]. В такому суспільстві люди частіше замінюють речі на “нові” та більш удосконаленні товари, що, у свою чергу призводить до збільшення неконтрольованого зростання кількості побутових і промислових відходів, що загрожує навколишньому середовищу.

На теперішній час, проблеми споживання та їх вплив - посідають головне місце в наукових дослідженнях та дискусіях. Особливістю цього процесу є те, що він функціонує на межі економічної та духовної сфер життя, тому і привертає увагу експертів з різних галузей.

Для більш повного розуміння результатів нашого дослідження виділимо кілька основних напрямків аналізу суспільства споживання: економічний, маркетинговий, соціологічний, психологічний та культурологічний.

Споживання як концепція захисту прав споживачів та найважливіший напрямок в системі ринкових відносин, основні права споживачів та державна політика їх захисту перебувають у центрі уваги суспільства з моменту згадки терміну ще в 1920х-1930х роках [1]. Слід зазначити, що з того часу, масове споживання змінювалось разом з розвитком капіталізму, який супроводжувався економічним зростанням, технічним прогресом та процесом соціальних змін. Відтак, в основі споживання виступили наступні економічні чинники: збільшення доходів, зменшення тривалості робочого дня, поява середнього класу та зосередження на індивідуалізації продукції тощо. Іншими словами,

домінантою розвитку споживання стали: створення різноманітних продуктів у великій кількості та підтримування їх якості, а найголовніше – підтримання постійного попиту на них.

Дослідники зосередились на вивченні різних видів споживання, серед яких доцільно виділити:

1. показне, демонстративне споживання, в основі якого виступають ірраціональні чинники, зокрема, бажанням підкреслити свою приналежність до певної соціальної групи [2];
2. залежне споживання, де в основі вибору товару лежить прагнення до соціальних відмінностей. А, оскільки підтримка таких відмінностей є життєвою умовою існування сучасної цивілізації, потреба завжди залишається незадоволеною [2];
3. споживання конкретних груп товарів на прикладі референтних груп. Варто зазначити, що референтні групи впливають на людей, як найменше, трьома шляхами. По-перше, індивід стикається з новими для нього проявами поведінки і способами життя. По-друге, група впливає на відносини індивіда і його уявлення про самого себе, оскільки він, як правило, прагне «вписатися» в колектив. І, по-третє, група підштовхує індивіда до комфортності, що може вплинути на вибір конкретних товарів і марок [3].

У той же самий час, зростання масового виробництва, необхідність збуту виробником усе більшої кількості (у тому числі неякісних товарів), усвідомлення споживачами необхідності захисту своїх прав на ринку стають соціально-економічними передумовами формування споживацтва як суспільного явища.

З одного боку, споживання як «ідеологія» цілком заслуговує на критику. По-перше, життя багатьох людей зводиться до того, що вони відшуковують більш нові товари, активно міняють старе на нове. По-друге, в якості порадників щодо вибору товарів виступає молодше покоління. З іншого боку, споживання - це сучасний громадський рух, метою якого є отримання задоволення від процесу покупки чи отримання послуг та боротьба за якість

цих товарів та послуг. Водночас, відбувається так звана криза «споживчої культури», яка має всі шанси трансформуватися в "кризу буття", що охоплює різні сфери життя: моральність, економіку праці, політичну активність, екологію [4].

Відтак, можна стверджувати, що на сьогоднішній день всі дослідження суспільства споживання зосереджені лише на констатації і критиці змін, що відбуваються. Але виразної моделі виходу з ситуації, що склалася ще не було запропоновано. Однак, вже зараз можна стверджувати, що наслідки процесу споживання мають здебільшого негативний вплив нівелювати які, з огляду на відсутність дієвих методів доведеться майбутнім поколінням.

Література:

1. Музыченко А. В., Назарова Н. С., Стрижова И. А. Общество потребления в эпоху глобализации: социально-политические аспекты: монография. Одесса: Печатный дом, 2014. 196 с.
2. Жадан В.Б. К проблеме ценностей общества потребления. *Гуманітарний часопис*. 2016 . Вип. № 1. URL: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&2_S21P03=FILA=&2_S21STR=gumc_2016_1_9
3. Северин-Мрачковська Л.В. Консьюмеризм: морально-етичний вимір, *Гуманітарний вісник ЗДІА*. 2016. Вип. №66. URL: http://www.zgia.zp.ua/gazeta/gvzdia_66_101.pdf
4. Козловский В.В.. Общество потребления: социальные и культурные основания. *Журнал социологии и социальной антропологии*. 2011. Вип №5 URL: https://www.hse.ru/data/2012/03/10/1266339743/2011_5_consumption.pdf

Протиставлення акторами функціонально-вартісного аналізу негативних рольових інтерпретацій позитивним інтерпретаціям окремих маркетингових характеристик вартості об'єктів аналізу

Функціонально-вартісний аналіз було створено у 1947 році, але його постійно вдосконалюють та оновлюють, адаптуючи до нових ситуацій використання, бо технології не стоять на місці, а активно розвиваються, задовольняючи життя людей. Кожен день ринок намагається дати споживачеві щось нове, якісніше, корисніше, більш функціональніше та менш затратне, на забезпечення чого й спрямовано використання функціонально-вартісний аналізу. Саме тому у дослідженні, метою якого є удосконалення та підвищення точності проведення ФВА, було поставлено ряд завдань щодо участі у ФВА різних акторів та врахування їхніх рольових інтерпретацій функціональності та вартості (частина результатів послідовно вирішених завдань вже надано у публікаціях, – наприклад, у [1]).

Існує багато визначень функціонально-вартісного аналізу, описаного різними авторами для різних галузей його пристосування. Одне з таких визначень належить З. Б. Литвину «Функціонально-вартісний аналіз (ФВА) евристичний метод виявлення можливостей зниження вартості та поліпшення якості об'єкта, що аналізується як функціонально орієнтована система на всіх стадіях його життєвого циклу» [2, с. 8].

Вважаємо, що при застосуванні функціонально-вартісного аналізу слід не тільки звертати увагу на множину функціональних характеристик продукту, а й окремо виділяти множину вартісних характеристик, не розуміючи вартість як уніфікований вимір окремих складових функціональності. До того ж, проведення ФВА вимагає не тільки достовірної інформації щодо продукту на ринку, а й конкретного аналізу доцільності всіх функцій та вартість їх реалізації. Вартість дуже важливий критерій як для споживача, так і виробника. За кожен функцію продукту відповідають окремі фахівці (актори), які

намагаються найкращіше реалізувати інтересуючи їх функції у товар, та обґрунтувати всі затрати на створення окремої функції, щоб максимально наблизитись до пропорції вартість/якість. Взаємозв'язок функціонально-вартісного аналізу з акторами наведено у роботах [1, 3]. За отриманими результатами було запропоновано виділяти серед окремих складових характеристик вартості позитивні та негативні з погляду окремих категорій акторів. Приклад складу акторів, що вважають такі складові вартості негативними, наведено у табл. 1.

Таблиця 1

Зіставлення складу негативно інтерпретованих характеристик вартості об'єктів функціонально-вартісного аналізу та ролей акторів ФВА

Окремі характеристики вартості	Актори, яким відповідає негативний характер інтерпретації шкал характеристик вартості
Ціна, як складова кошторису (стаття витрат) і конкурентоспроможності	Покупець
Фінансові ризики (вище середнього рівня у галузі)	Фінансовий директор, ризик-менеджер, проектний менеджер, дистриб'ютор, плановик планово-економічної служби, страхувальників та страховиків, представники фірм-факторів, представники хедж-фондів, що представляють інтереси фірм біржових брокерів
Собівартість експлуатації	Виробник проектів, менеджер проектів, маркетолог проектів, економіст
Вартість рекламної компанії і збуту продукції	Маркетолог проектів, менеджер проектів
Основні засоби виробництва	Маркетолог проектів, ремонтник, розробник проектів, менеджер проектів, технолог

Надамо пояснень до окремих характеристик з табл. 1.

Ціна – один з головних показників товару. Вона може бути позитивною інтерпретацією, так як покупець може бути налаштований так: чим дорожче, тим краще. А може мати і негативну інтерпретацію для покупця, як складова витрат. Причому обидва ставлення розглядаються з боку покупця, а з боку групи виробників, маркетологів та продавців різноманіття тлумачень та

інтерпретацій ще більше. Більш детальніше дослідження позитивного та негативного інтерпретування ціни викладено у [4].

Фінансові ризики теж можуть відноситися до складу як негативної так і до позитивної інтерпретації вартості, оскільки низька вартість автоматично може зменшувати ризик втрат, але велика вартість виробу може бути пов'язаною з використанням інструментів зниження ризику, а тому і зі зниженням середнього рівня ризиків. В такому випадку, підприємець уникає великих ризиків, обґрунтувавши витрати на забезпечення функції з врахуванням як надійності функцій, так і впевненості у рівні витрат та втрат після реалізації та початку експлуатації об'єкту. Саме з такими намаганнями пов'язано виникнення хеджування ризиків як економічного явища.

Від засобів виробництва в першу чергу залежить якість створюваного продукту, яка безпосередньо впливає на вартість, тобто: чим якісніше, тим дорожче. Негативним вважається те, що основні засоби мають властивість зношуватися, тому за ними треба пильніше наглядати, а ремонт обладнання вважається дуже складним і дорогим.

Від собівартості залежить кінцева вартість самого товару на ринку. До цього критерію слід підходити ретельно, бо, використовуючи якісну сировину, собівартість буде зростати, що не завжди є позитивним для споживача. Тому треба чітко розраховувати та обґрунтовувати витрати на кожну функцію на той чи інший товар. Але для різних акторів ставлення до якості та її вартості, що її забезпечує, буде різним, - це слід враховувати.

Реклама і збут також вимагають значних витрат, які частково включаються в собівартість. Головною задачею перед акторами – раціональне використання коштів на просування свого продукту. Тобто затратити менше коштів на рекламу та збут, тим самим реалізував якомога більше продукції. Крім того, реклама повністю втратить свою функціональність після того, як покупці звернуть увагу, але її вартість вже має бути окупленою ціною. Тому ставлення до цієї складової собівартості та ціни може бути різним у різних груп акторів, які приймають участь у продажах та купівлях.

Таким чином, ті характеристики вартості товару, що наведено у табл. 1 відносяться до негативно інтерпретованих характеристик для тих акторів, яких було зазначено, тому що всі вони вимагають ретельного обґрунтування вартості продукції. Але ці ж характеристики можуть мати інші інтерпретації у інших сполученнях характеристика-актор.

Створення такої таблиці може допомогти підприємству системно залучити всіх необхідних спеціалістів для визначення множини маркетингових характеристик вартості продукту з погляду різних акторів. Завдяки цьому збільшується точність у оцінюванні вартості продукту як одного в параметрів товарної пропозиції, що зменшує ризик помилки у проведенні ФВА.

Література:

1. Кривуля П. В., Шестопапов В. І. Групи економічних акторів-користувачів функціонально-вартісного аналізу за ознакою сполучення інтерпретацій окремих складових характеристик функціональності та вартості. *Соціально-компетентне управління корпораціями в умовах поведінкової економіки* : матеріали міжнар. наук.-практ. конф. Луцьк: СЛУ ім. Л. Українки, 2020. С. 361-364.

2. Литвин З. Б. Функціонально-вартісний аналіз: навчальний посібник. Тернопіль: Економічна думка, 2007. 130 с.

3. Шестопапов В. І., Кривуля П.В. Позитивність та негативність інтерпретацій оцінок функціональності та вартості за ситуаціями, за способами розрахунку та за ролями акторів. *Формування новітньої парадигми управління публічними та приватними фінансами в Україні*: матеріали I Всеукр. наук.-практ. конф. Херсон: ХНТУ, 2020. С. 399-401.

4. Шестопапов В. І. Проблематика інтерпретації показників на прикладі експертизи формули розрахунку остаточної ціни контракту. *Пріоритетні напрямки розвитку науки і освіти* : матеріали I Всеукр. наук.-практ. інтернет-конф. з міжнародною участю. Бердянськ : БДПУ, 2019. С. 47-49.

СЕКЦІЯ 6. АДАПТАЦІЯ ОБЛІКУ, АНАЛІЗУ ТА АУДИТУ ДО ЕКОНОМІЧНИХ ЗМІН

*Августова О.О., к.е.н., доцент
Київський національний торговельно-економічний університет,
м. Київ, Україна*

Оцінювання вартості бізнесу: міжнародні інструменти

Посилення уваги до процесів визначення вартості бізнесу зумовлено застосуванням вартісно-орієнтованої концепції управління, а також розвитком страхового, кредитного, фондового ринків, активізацією інвестиційних процесів.

Вартість бізнесу є сукупною характеристикою фінансових показників діяльності підприємства та забезпечує інтереси різних учасників ринкових відносин. В той же час - це грошовий (вартісний) вираз споживчих вартостей, що властиві даному ресурсному об'єкту з врахуванням еколого-соціальних наслідків [1].

Оцінку вартості варто розглядати з двох аспектів: як оцінку вартості підприємства - цілісного майнового комплексу, та як оцінку власне бізнесу - конкретної діяльності, організованої в рамках певної організаційної-правової форми господарювання.

Серед всесвітньо визнаних інструментів оцінки є:

- ✓ Міжнародні стандарти фінансової звітності (IFRS),
- ✓ Міжнародні стандарти аудиту (ISA),
- ✓ Міжнародні стандарти оцінки (IVS).

Коротко розглянемо варіанти оцінки відповідно до вище зазначених нормативних документів.

Так, частиною 6 Концептуальних основ фінансової звітності описуються різні бази оцінювання об'єктів та акцентується увага на фактори, що необхідно врахувати при їх виборі [4]. Зазначені Концептуальні основи 2018 року окреслюють кілька видів оціни. З них виділяють два основних:

1) за історичною вартістю (у вітчизняних стандартах - первісною вартістю);

2) за поточною вартістю [4].

Зазначені види оцінок, за історичною вартістю та поточною вартістю об'єктів обліку, описано в багатьох IFRS. Крім зазначених видів оцінок також не виключають справедливую вартість, вартість використання, вартість виконання та поточну вартість [4].

В свою чергу, IVS дозволяють дати більш чіткі уявлення про базові умови оцінки; підкреслити відмінності між оцінкою, що проводиться з метою фінансової документації або звітності, і оцінкою, що проводиться при інших обставинах; прояснити термінологію, яка допускає неоднозначне тлумачення на міжнародному рівні; забезпечити дотримання найкращих методів і практики оцінки; дотримання професійних і етичних стандартів; використати необхідний матеріал, що дозволяє досягти глибшого розуміння і ефективного застосування стандартів в оціночній діяльності [2]. Дані стандарти є більш простими, бізнесорієнтованими, універсальними у застосуванні та значною мірою націлені на узагальнення кращого світового досвіду оціночної діяльності [3].

Визначальна роль саме цих груп стандартів вартісної оцінки майна зумовлена й тим, що вони є поширеними не тільки в практиці оціночної діяльності західноєвропейських країн, але й увійшли в міжнародну законодавчо-регулюючу базу, перш за все, у Директиви та Регламенти Європейського Союзу [2].

Відповідно до IVS 2020 (які введені в дію з 31 січня 2020 року), IVS 104 «Бази оцінки» (Bases of Value), виділяє наступні види оцінок:

- ✓ Ринкова вартість (Market Value)
- ✓ Ринкова орендна плата (Market Rent)
- ✓ Узгодження, Обґрунтування (Equitable value)
- ✓ Інвестиційна вартість (Investment Value/ Worth)
- ✓ Синергетична вартість (Synergistic Value)
- ✓ Ліквідаційна вартість (Liquidation Value)

Секція 6. Адаптація обліку, аналізу та аудиту до економічних змін

та інші бази оцінок (неповний перелік):

- ✓ Справедлива вартість (МСФЗ та ін.) Fair Value (IFRS, etc.)
- ✓ Справедлива ринкова вартість (ОЕСР та ін.) Fair Market Value

(OESD, etc) [1].

У вище зазначеному стандарті також містяться визначення, як із сфери оцінки (являють собою витрати на заміщення з урахуванням зносу, спеціалізовані об'єкти майна, майно з обмеженим ринком), так із фінансової звітності (відшкодовується сума, чиста продажна ціна, вартість у використанні, прийнятний рівень прибутковості, функціональний потенціал) [2].

Отже, нами було коротко розглянуто основні міжнародні нормативно-правові документи щодо здійснення оцінки вартості бізнесу, яка є інструментом ефективного ведення підприємницької діяльності, основним параметром, що характеризує економічний потенціал суб'єкта господарювання, адже динаміка зміни вартості є важливим показником якості управління.

Література:

1. International Valuation Standards URL:
<https://www.rics.org/globalassets/rics-website/media/upholding-professional-standards/sector-standards/valuation/international-valuation-standards-rics2.pdf>

2. Scientific monograph «Assessment in accounting: concept and tools» The authors: Fomina O., Sopko V., Zadniproviskyi O., Kyiashko O., Muzychuk ,Hryhorenko O., Martyniv I., Musteca I., Moshkovska O., Manachynska Y., Lositska T., Luchyk S., Yevdoshchak V., Bai S., Hats A., Yatsyshyna K., Piatnytska G., 2018, "Scientific Route" (Tallin, Estonia), 200.

3. Артеменко Д.М. Основні напрями впровадження міжнародних стандартів оцінки ринкової вартості майна, майнових прав та активів комерційних банків в Україні. Економічний вісник Донбасу № 1(59), 2020 С. 37-42

4. Концептуальна основа фінансової звітності IASB : Міжнародний документ, Концепція від 01.09.2010. URL:
http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/929_009

*Безпала Є.О., студентка 4 курсу спеціальності «Фінанси, банківська справа та страхування»
Байрачна А.С., асистентка кафедри фінансів обліку та банківської справи
ДЗ «Луганський національний університет імені Тараса Шевченка»
м. Старобільськ, Україна*

Облік і аудит в умовах глобалізації економіки

Процеси глобалізації в наш час досить важливі, вони посідають одне з перших місць розгляду з боку економіки. Це пов'язано, насамперед, і зі сферою обліку та аудиту, адже глобалізація розуміє під собою інтеграційні рухи та зростання темпів технологічного прогресу.

Роль бухгалтерського обліку у розвитку життя суспільства в умовах євроінтеграційних процесів в Україні є безцінною. Бухгалтерський облік вже давно не зводиться до примітивного обрахунку прибутку або витрат. На базі бухгалтерського обліку групуються такі науки, як економіка та управління. Але пояснити бухгалтерський облік досить складно.

Як правило, облік завжди стоїть поруч з аудитом. Вони взаємопов'язані. Основою бухгалтерського обліку є фінансова звітність підприємства, установи. Головним в аудиторській перевірці – є висновок аудитора стосовно фінансової звітності.

Аудит – це процес, за допомогою якого спеціалісти з бухгалтерського обліку доводять правдивість вимірювання та процесу звітності.

Національні особливості різних країн світу призвели до розвитку різних підходів стосовно ведення бухгалтерського обліку. Виділяють дві основні моделі в регулюванні облікових правил:

- ведення бухгалтерського обліку визначено законодавчими актами;
- «можна робити все, що не заборонено законом».

Через те, що перша модель досить жорстко регламентована, система бухгалтерського обліку втрачає свою гнучкість, а вже при використанні другої моделі навпаки – бухгалтерський облік стрімко відображає зміни умов

Секція 6. Адаптація обліку, аналізу та аудиту до економічних змін

підприємницької діяльності. Використання моделей залежить від направлення бухгалтерського обліку на макро- чи мікроекономіку.

На даний час функціонують різні стандарти формування фінансової звітності. Одними з найпоширеніших є моделі обліку США – GAAP USA та IFRS – міжнародні стандарти фінансової звітності. Міжнародні стандарти фінансової звітності (IFRS) є гнучкішими порівняно з GAAP USA. Європейські стандарти завжди були більш суворішими до обліку операцій [1].

Аудит – це перевірка даних бухгалтерського обліку, показників фінансової звітності суб'єкта господарювання метою якого є отримання незалежної думки аудитора про достовірність інформації, стосовно перевіреної звітності та дотримання вимог законодавчої бази країни, стандартів бухгалтерського обліку та ін. В ході перевіряється система внутрішнього контролю компанії, фірми, корпорації тощо, що передбачено захищати бізнес від внутрішніх (на сам перед) та зовнішніх зловживань.

Аналізуючи оцінки відомих особистостей, таких як Білл Гейтс та Мітіо Каку можна помітити наступне, що певний перелік професій у світі може зникнути взагалі. На даний момент під загрозою наступні професії: водій, продавець, касир, тощо, бо в недалекому майбутньому вони будуть замінені штучним інтелектом. Вочевидь це може статися і з професією аудитора.

Тому аудиторські компанії вже починають змінювати свій портфель послуг, зменшуючи частку аудиту й збільшуючи частку консалтингу. Багато хто вважає, що аудит це вже минуле, бо він підтверджує події й результати, які вже відбулися. Але завдяки цим «минулим даним» ми можемо розуміти й прогнозувати, що нас чекатиме в майбутньому. І це є головною ціллю аудита сьогодні.

Одним з виходів із цієї ситуації є адаптація під нові віяння цього світу. Наприклад замість звітів використовувати різні бізнес-моделі і бачення аудиторів куди краще, вигідніше проінвестувати свої кошти. Роль аудитора у цьому всьому – це надання якомога якіснішої інформації та гарантій, щоб переконати інвестора, що їх інвестиції принесуть прибуток, як найскоріше [2].

Ще одна професія яка взаємопов'язана з аудитором – це бухгалтер. Без якісного ведення бухгалтерського обліку нічого буде перевіряти аудиторам.

Отже, все що було згадано і в частині аудиту, і в частині бухгалтерського обліку буде підвищувати попит на аудиторські послуги, на затребувану спеціальність бухгалтера та на якісну фінансову звітність.

Література:

1. Лекція 7. Система стандартів GAAP і перспективи уніфікації МСФЗ та GAAP [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу:
https://studme.com.ua/181112109458/buhgalterskiy_uchet_i_audit/sistema_standartov_gaap_perspektivy_unifikatsii_msfo_gaap.htm
2. ICO и IPO – одне й те саме? [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу:
https://gaap.ru/articles/ICO_i_IPO_eto_ved_ne_odno_i_to_zhe_No_SEC_imeet_bole_konservativnoe_mnenie_na_etot_schet/.

*Грабова І.Д., студентка 4 курсу, факультету фінансів та обліку
Київський національний торговельно-економічний університет,
м. Київ, Україна*

Організація обліку з оподаткування прибутку підприємства

Необхідність сплати податку на прибуток зумовлює своєчасне і повне формування інформації про доходи, витрати та фінансові результати підприємства. Об'єктом організації обліку оподаткування податком на прибуток є прибуток із джерелом походження з України та за її межами, який визначається шляхом коригування (збільшення або зменшення) фінансового результату до оподаткування (прибутку або збитку), визначеного у фінансовій звітності підприємства відповідно до національних положень (стандартів) бухгалтерського обліку (далі – НП(С)БО) або міжнародних стандартів фінансової звітності, на різниці, які виникають відповідно до положень Податкового кодексу України.

До суб'єктів організації обліку оподаткування податком на прибуток належать платники податку – юридичні особи, як резиденти, так і нерезиденти. Не є платниками податку на прибуток (крім податку на доходи нерезидента):

- неприбуткові підприємства, установи та організації, які внесені контролюючим органом до Реєстру неприбуткових установ та організацій;
- юридичні особи, що застосовують спрощену систему оподаткування (єдиний податок) [4].

Ставки податку на прибуток:

- 18% від прибутку – базова (основна) ставка;
- 3% від доходу – для страховиків (загальне страхування);
- 0% від доходу – для страховиків (страхування життя, медичне страхування, пенсійне страхування);
- 30% від доходу – діяльність з проведення лотерей;
- 10% від доходу – діяльність з проведення азартних ігор з використанням гральних автоматів. Сплачується додатково до податку з прибутку, який оподатковується за звичайною ставкою 18% [4].

Платники податку, які здійснюють нарахування та виплату дивідендів своїм акціонерам (власникам), нараховують та вносять до бюджету авансовий внесок із податку відповідно до порядку сплати податкового зобов'язання з податку на прибуток при виплаті дивідендів та сплачують податок на прибуток за ставкою 18% за звітний податковий період, у якому здійснювалися нарахування та виплата дивідендів.

Починаючи з 23 травня 2020 р. внесено зміни в облік основних засобів та малоцінних необоротних матеріальних активів (далі – МНМА): збільшено вартісну межу основних засобів – 20 тис. грн. Її застосовуємо лише для новопридбаних з 23.05.2020 р. об'єктів. Для основних засобів, які вводяться в експлуатацію з 1 січня 2020 р. по 31 грудня 2030 р. можливе використання прискореної амортизації.

Елементами облікової політики підприємства щодо оподаткування податку на прибуток є: нормативне регулювання та порядок визнання доходів і витрат; використовувані рахунки з обліку доходів, витрат, фінансових результатів; терміни сплати податку та подання декларації.

Для обрахунку об'єкта оподаткування платник податку на прибуток використовує дані бухгалтерського обліку та фінансової звітності щодо доходів, витрат та фінансового результату до оподаткування.

Порядок формування і відображення у фінансовій звітності доходів та витрат підприємства визначено нормами НП(С)БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» [3]. Методологічні підходи до обліку доходів і витрат розкрито в П(С)БО 15 «Дохід» [5] та П(С)БО 16 «Витрати» [6].

Об'єктом оподаткування є прибуток, який визначається шляхом коригування фінансового результату до оподаткування, визначеного у фінансовій звітності підприємства відповідно до НП(С)БО або міжнародних стандартів фінансової звітності, на різниці, які виникають відповідно до положень Податкового кодексу України. У бухгалтерському обліку податок на прибуток регулюється П(С)БО 17 «Податок на прибуток» [7].

За даними бухгалтерського обліку суми податку на прибуток

Секція 6. Адаптація обліку, аналізу та аудиту до економічних змін

відображаються за рахунком 98 «Податок на прибуток». Податок на прибуток, що розрахований у податковому обліку і підлягає сплаті до бюджету, відображають за кредитом субрахунку 641 «Розрахунки за податками» у кореспонденції з дебетом рахунків 98 «Податок на прибуток», 17 «Відстрочені податкові активи» та 54 «Відстрочені податкові зобов'язання». Сплату податку на прибуток до бюджету відображають за дебетом субрахунку 641 «Розрахунки за податками» у кореспонденції з кредитом рахунку 311 «Поточні рахунки в національній валюті». Нарахована сума податку на прибуток відображається за дебетом рахунку 98 «Податок на прибуток», а за кредитом – включення її до фінансових результатів [2, с. 122].

Податок на прибуток декларується та сплачується у встановлені терміни:

- квартальні платники декларують впродовж 40 календарних днів після кінця кварталу. За IV квартал – 60 календарних днів;
- річні платники податку на прибуток декларують впродовж 60 календарних днів після кінця року.

На сплату податку на прибуток відводиться 10 календарних днів від граничної дати подання декларації.

Актуальним є пошук напрямів реформування податку на прибуток, якими можуть бути стабілізація податкової системи шляхом узгодження податкового законодавства з нормами Бюджетного, Цивільного, та Господарського кодексів, що забезпечить ефективність контрольних дій; зниження податкової ставки за умови реінвестування прибутку; створення стимулів для місцевих органів влади в зацікавленості розвитку малого бізнесу на її території; посилення відповідальності для платників єдиного податку за використанням праці найманих працівників без належного оформлення трудових відносин [1, с. 183].

Отже, податок на прибуток підприємств є потужним джерелом формування бюджету країни. Удосконалення організації обліку оподаткування прибутку підприємства сприятиме підвищенню податкової дисципліни платників податку на прибуток, збільшуючи бюджетні надходження та забезпечить збалансування податкового навантаження на його платників.

Література:

1. Бутко Н. В., Ткач А. М. Оподаткування прибутку підприємства: сучасний стан та проблеми розвитку. *Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво*. 2019. № 4 (109). С. 179-183.

2. Дорош Н. І., Кізенко Є. С. Особливості бухгалтерського обліку та оподаткування прибутку підприємств. *Бухгалтерський облік, аналіз та аудит*. 2020. № 2 (76). С. 117-125.

3. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності»: Наказ Міністерства фінансів України від 07 лютого 2013 р. № 73 / Верховна Рада України. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z036-13> (дата звернення: 19.03.2021).

4. Податковий кодекс України: Закон України від 02 грудня 2010 р. № 2755-VI / Верховна Рада України. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/card/2755-17> (дата звернення: 19.03.2021).

5. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 15 «Дохід»: Наказ Міністерства фінансів України від 29 листопада 1999 р. № 290 / Верховна Рада України. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0860-99> (дата звернення: 19.03.2021).

6. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 «Витрати»: Наказ Міністерства фінансів України від 31 грудня 1999 р. № 318 / Верховна Рада України. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/z0027-00> (дата звернення: 19.03.2021).

7. Положення (стандарту) бухгалтерського обліку 17 «Податок на прибуток»: Наказ Міністерства фінансів України: від 28 грудня 2000 р. № 353 / Верховна Рада України. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/z0047-01> (дата звернення: 19.03.2021).

Науковий керівник – Кузьменко О. П., старший викладач кафедри обліку та оподаткування, Київський національний торговельно-економічний університет, м. Київ, Україна

*Дерев'янка Ю.В., студентка факультету фінансів та обліку
Гоцуляк В. Д., к.е.н., доцент кафедри фінансового аналізу та аудиту
Київський національний торговельно-економічний університет,
м. Київ, Україна*

Аналіз ефективності публічних закупівель в Україні

В умовах швидких змін економічних процесів, публічні закупівлі є важливим інструментом економічної політики. Держава постійно здійснює придбання товарів, робіт і послуг за кошти платників податків задля забезпечення нормального функціонування органів влади та їх структурних підрозділів. Прикладами є закупівля продуктів харчування для утримання військовослужбовців, ремонт приміщень державних установ, ремонт доріг тощо. У зв'язку з цим, ще з часів розвитку активної підприємницької діяльності, поступово склалися вигідні схеми співпраці між державними та приватними підприємствами, службове становище нерідко використовувалося в особистих цілях. В результаті - проблема зловживань у сфері державних закупівель загострилася та потребувала запровадження нового ефективного механізму.

Проблема корупції в Україні є надзвичайно актуальною. За даними, проведеними Київським міжнародним інститутом соціології в жовтні 2020 року, більше половини опитаних українців вважають корупцію однією з найважливіших проблем в Україні. В сфері державних закупівель корупція стимулює розростання тіньового сектору економіки, призводить до матеріальних, а також так званих «політичних втрат» - втрат довіри з боку населення та бізнесу до органів державної влади, посадових осіб та до держави в цілому [2, с. 125]. Корупція у сфері державних закупівель не є феноменом, характерним саме для України, в світі такі випадки трапляються однаково регулярно. Завдяки відмінностям в економічному, соціальному та політичному середовищі, кожна країна і навіть окремі державні установи можуть мати власні пріоритети в політиці публічних закупівель. У середовищах, де поширена корупція, система публічних закупівель може більше зосередитися на

забезпеченні цілісності та прозорості закупівельного процесу. У суспільствах із дискримінацією етнічних, релігійних, гендерних чи соціальних меншин, фокусом державної політики може бути забезпечення рівності доступу до закупівель. Нарешті, уряд, який діє в умовах слабкої чи хворої економіки, може використовувати публічні закупівлі як потужний інструмент економічного розвитку та стабілізації [4, с. 131].

У 2016 році відбулося реформування державних закупівель: «традиційні» паперові документи було замінено на електронну систему, названу Prozorro. Було прийнято новий Закон України «Про публічні закупівлі» [1, ст. 89], що передбачав низку змін, порівняно із Законом України «Про здійснення державних закупівель», який втратив чинність, зокрема: 1) замовник здійснює процедури закупівлі шляхом використання електронної системи закупівель; 2) подання інформації під час проведення процедури закупівлі здійснюється в електронному вигляді через електронну систему закупівель; 3) скарга до органу оскарження подається суб'єктом оскарження у формі електронного документа через електронну систему закупівель. Це рішучий крок уперед, адже відтепер публічні закупівлі стали більш конкурентними та прозорими, завдяки тому, що кожна особа, що має намір ознайомитися з деталями будь-якої закупівлі, може це зробити, лише переглянувши центральну базу даних. Окрім замовників, учасників, органів контролю та, власне, електронної платформи (майданчика), основними гравцями є громадські організації, які в якості незалежних експертів слідкують за діяльністю Prozorro. Статистика 2016-2020 років вражає: сьогодні свої закупівлі через електронну систему здійснюють більше 8 мільйонів держзамовників, оголошено понад 162 тисячі торгів, а найважливішим кроком стало те, що український бізнес має доступ до державних тендерів за кордоном, завдяки схваленню «Угоди про державні закупівлі» між Україною та країнами СОТ [3].

Показником оцінки ефективності функціонування системи публічних закупівель є їх частка у валовому внутрішньому продукті. В Україні, станом на 2020 років вона становить близько 15%, в той час, коли за старої системи

Секція 6. Адаптація обліку, аналізу та аудиту до економічних змін

державних закупівель 2012-2014 років становила 3,1 - 14,4%. Це безумовно є позитивним фактом. Для аналізу публічних закупівель використовують статистичні дані форми «1-торги», яка складається щоквартально наростаючим підсумком із початку року, а також дані аналітики системи «Prozorro». За наведеними даними виконуються динамічний та структурний аналіз публічних закупівель, здійснюється оцінка рівня конкуренції та аналіз ефективності публічних закупівель, що характеризується абсолютною та відносною економією державних коштів [5, с. 67]. Для розрахунку економії необхідно розрахувати різницю між очікуваною вартістю закупівлі (сумою коштів, що може бути витрачена замовником) та фактичною вартістю угоди за результатами процедури закупівлі. Позитивний ефект від публічних закупівель яскраво простежується у таких органах та структурах як Міністерство оборони України, Державна прикордонна служба, Національна поліція. До того ж, слід звернути увагу, що одним із важливих показників ефективності публічних закупівель є показник результативності публічних торгів, що показує питому вагу процедур, що були проведені, адже відміна процедур створює ризик несвоєчасного постачання товарів, робіт і послуг замовнику. Не можна оминати увагою і те, що при оцінці ефективності слід особливої уваги надавати не тільки своєчасності поставок, дотриманні законодавства та економії, а й якості закупленої продукції (отриманих робіт, послуг).

Проте, до зниження ефективності системи призводить ряд недоліків, що свідчать про те, що система все ж потребує вдосконалення: неможливість внесення грошової застави учасникам торгів, що породжує корупційні схеми; незахищеність замовників та учасників від недоброчесних користувачів; можливість створення хибних та некоректно оформлених тендерів. Найбільшою перепорою у ефективному функціонуванні системи Prozorro наразі залишається відсутність покарань для порушників. На жаль, правове регулювання цього питання є слабким: часто реформи публічних закупівель є суперечливими, а до законів щороку вноситься велика кількість виправлень, що підриває довіру.

Таким чином, Україна знаходиться на правильному шляху до подолання корупції у сфері закупівель держави. Трансформація системи та перехід на онлайн простір - важливий крок уперед для створення прозорого, незалежного та зручного механізму здійснення публічних закупівель. Система уже встигла продемонструвати свою ефективність, проте, через наявність суттєвих недоліків, потребує вдосконалення. Окрім зниження ризиків виникнення корупційної складової, система сприятиме надалі зменшенню витрат часу та зниженню витрат державних підприємств при закупівлях, а також зниженню індивідуальних ризиків керівництва, прийняття ним некоректних рішень та необґрунтованих закупівель.

Література:

1. Про публічні закупівлі: Закон України від 25 грудня 2015 р. № 922-VIII. Відомості Верховної Ради України. Ст. 89.
2. Белінська Г. В. Актуальні проблеми державних закупівель в Україні в умовах реформування. *Вісник Кременчуцького національного університету імені Михайла Остроградського*. 2016. №5. С. 125-131
3. Гальчинський Л. Ю. Оцінка функціонування електронної системи “Prozorro” як інструмента державних закупівель. *Актуальні проблеми економіки та управління : збірник наукових праць молодих вчених*. 2017. № 11 URL: https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/22600/1/2017-11_5-02.pdf
4. Мельников О. С. Особливості публічних закупівель як об'єкта державного регулювання економіки. *Теорія та практика державного управління*. 2016. №1. С. 129-135
5. Парасій-Вергуненко І. М. Аналіз публічних закупівель: методичні та практичні аспекти. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Економіка» : науковий журнал. Острог : Вид-во НаУОА, . 2017. № 7(35). С. 65–71.*

*Іскра В.В., студентка кафедри обліку та оподаткування,
Гоцуляк В.Д., доцент кафедри фінансового аналізу та аудиту,
Київський національний торговельно-економічний університет,
м. Київ, Україна*

Аналітичні інструменти як засіб попередження кризових явищ в господарській діяльності підприємства

На сучасному ринку в умовах нестабільної економічної ситуації на функціонування суб'єктів господарювання, а також на їх прибутковість, платоспроможність і ліквідність активів суттєво впливають купівельна спроможність споживачів, коливання курсів валюти, низький рівень управління та підготовки персоналу, недоліки у виробничій і маркетинговій сфері, а також відсутність запровадження інноваційної політики.

Виникнення і швидке розгортання кризи істотно впливає на основні елементи підприємницької діяльності, призводить до нездатності самостійного відновлення стану ефективного функціонування та загрози банкрутства через зростання обсягів кредиторської заборгованості. За таких умов існування підприємству необхідні: швидка реакція керівництва, ефективне антикризове управління, мобілізація внутрішніх ресурсів та аналітичні інструменти, які попередять виникнення кризових явищ.

Антикризова політика, система заходів попередження кризових явищ та санації є об'єктом детального дослідження вітчизняних та зарубіжних вчених, таких як: Коваленко В.В., Проноза П.В., Ковалевська А.В., Кривов'язюк І.В., Родіонова Н.В., Шпітгоф А. та інших. Проте на сьогоднішній день у нормативно-правовій базі та науковій літературі ці питання залишаються актуальними.

Антикризова політика підприємства – це спеціальним чином організована система управління, яка має комплексний системний характер, націлена на найбільш оперативне виявлення ознак кризи та створення відповідних передумов для їх своєчасного подолання з метою забезпечення, відновлення життєдіяльності суб'єкта підприємницької діяльності, недопущення виникнення його банкрутства та запобігання кризи в майбутньому.

Основною метою антикризового управління є створення умов для ефективної діяльності суб'єктів господарювання на ринку у відповідь на будь-які економічні, політичні і соціальні зрушення в країні, розробка стратегічних альтернатив на основі прогнозування та передбачення розвитку ситуації, уникнення фінансових проблем та подолання загрози банкрутства з найменшими втратами, впровадження змін у діяльність.

Предметом антикризової політики підприємства є дослідження можливих і реальних причин кризи, факторів що її спричиняють, її ознак і наслідків, що погіршують нормальні умови функціонування підприємства. Об'єктом є кризові явища, які виникають на підприємстві, їх подолання та попередження.

При формуванні системи антикризового фінансового управління підприємством доцільним є вибір інструментів. Інструменти антикризового фінансового управління суб'єктом економічної діяльності слід розглядати як сукупність з двох блоків: діагностика фінансово-економічного стану суб'єктом економічної діяльності; державні та спеціальні інструменти антикризового фінансового управління (таблиця 1). [1]

Таблиця 1

Класифікація інструментів фінансового антикризового управління

Діагностика фінансово-економічного стану підприємства	Державні інструменти
1) Експрес діагностика: - горизонтальний (трендовий) фінансовий аналіз; - вертикальний (структурний) фінансовий аналіз; - порівняльний фінансовий аналіз; - аналіз фінансових коефіцієнтів; - інтегральний фінансовий аналіз	1) Прямі методи фінансової підтримки: - надання пільгових кредитів та державних позик; - субсидії; - дотації; - субвенції
2) Фундаментальна діагностика: - SWOT-аналіз; - PEST-аналіз; - SNW-аналіз; - сценарний аналіз; - кореляційний аналіз; - експертний аналіз	2) Непрямі методи фінансової підтримки: - гарантії повернення коштів; - послуги з управління (підготовка кадрів, науково-технічне забезпечення)
3) Комплексна діагностика 4) Моніторинг	3) Спеціальні інструменти: - контролінг; - санація; - реорганізація

Секція 6. Адаптація обліку, аналізу та аудиту до економічних змін

Створення ефективного інструментарію антикризового фінансового управління є одним з найважливіших етапів виведення підприємства з кризового стану та попередження кризи. Інструментарій є індивідуальним для кожного суб'єкта господарювання, адже він залежить від діяльності суб'єкта, кон'юнктури ринку, системи управління підприємством, технологічних особливостей тощо.

Основними функціями антикризового управління є прогнозування, планування, організація, мотивація та контроль. Результатом аналізу наукових праць вітчизняних вчених є узагальнений перелік аналітичних інструментів, за допомогою яких здійснюються основні функції антикризового управління на підприємствах.

Таблиця 2

Класифікація аналітичних інструментів, спрямованих на реалізацію функцій антикризового управління

Характеристика процесу антикризового управління	Аналітичні інструменти антикризового управління
Прогнозування – виявлення майбутніх кризових явищ та передбачення розвитку подій. Планування як процес антикризового управління включає визначення головних цілей і завдань, розроблення стратегій, програм і планів для досягнення цих цілей, визначення необхідних ресурсів і їх розподіл за цілями й завданнями, ознайомлення працівників підприємства з планами та призначення відповідальності за їх реалізацію. [2]	SWOT-аналіз, Strategic Planning, Benchmarking, Crisis management audits, Crisis management plans, Mergers and Acquisitions, Mission Statements and Vision Statements, PEST аналіз, Porter five forces analysis, Reputational risk assessments, Scenario planning, політика.
Організація як функція являє собою безпосередньо «оздоровлення» підприємства під час нестабільного економічного становища.	Decision Rights Tools, Downsizing, Hedging, Balanced Scorecard, Budget, Change Management Programs, Complexity Reduction, Crisis management cabinets, Crisis Management Planning, Crisis management team, Incident Management, Open Innovation, Outsourcing, Social Media Programs, Strategic Alliances, ZeroBased Budgeting, реструктуризація, аутстафтинг, вікіноміка, ефективність (керівника), інновації, комунікаційні пристрої, консалтинг, краудсорсинг, люди (команда), програмне забезпечення, Business Process Reengineering, санація, навчання

Мотиваційна функція спрямована на процес спонукання персоналу на досягнення цілей антикризової політики в цілому. [2]	Satisfaction and Loyalty Management, Core Competencies, Crisis Communications, Crisis Reputation Management, Crisis Spokesperson, Customer Relationship Management, Customer segmentation, Employee Engagement, Employee Engagement Surveys, management by objectives, коучинг
Контроль – управлінська діяльність, що спрямована на забезпечення впорядкованої і ефективної діяльності підприємства та дотримання антикризової політики	Statistical process control, Total quality management (TQM), керуюча компанія, моніторинг, Price Optimization Models, Supply chain management, Audit, Big Data Analytics, Controlling.

Отже, аналіз наукової літератури вітчизняних та зарубіжних вчених дав підстави для визначення поняття, мети, предмету, об'єкту та функцій антикризового фінансового управління. В даному дослідженні були визначено та уточнено класифікацію інструментарію антикризового фінансового управління, а також цілі та функції антикризової політики підприємства. Відповідно даним цілям і функціям було уточнено й класифіковано аналітичні інструменти антикризового управління для подальшого їх застосування.

Література:

1. Коваленко, В.В., Суганяка М.В., Фучеджи В. І. Антикризове фінансове управління в системі суб'єктів економічної діяльності: методи та інструменти оцінювання : монографія. Одеса, 2013. 381 с.
2. Родіонова Н. В. Антикризовий менеджмент: навч. посіб. ЮНІТІ-ДАНА, 2002. 233 с.

*Камбур О.Л., доцент кафедри економіки та підприємництва,
Посайда Д.В., студент інституту бізнесу та інформаційних технологій
Кольва К.В. студентка інституту бізнесу та інформаційних технологій,
Одеська державна академія будівництва та архітектури,
м. Одеса, Україна*

Аналіз економічних даних в середовищі Power BI

Бізнес аналіз передбачає вивчення історичних і поточних даних для прийняття обґрунтованих управлінських рішень. При цьому виникає необхідність консолідувати дані з декількох непов'язаних джерел і наочно уявити отриману інформацію.

Процес перетворення необроблених вихідних даних в наочну аналітику для організації в цілому складається з чотирьох основних етапів:

1. Збір і перетворення даних з декількох джерел. Надалі ними можна оперувати як єдиним цілісним набором;

2. Аналіз даних, виявлення тенденцій і закономірностей розвитку бізнесу. На підставі побудованої моделі складається прогноз і даються рекомендації щодо поліпшення стану підприємства;

3. Візуалізація отриманих результатів за допомогою інтерактивних панелей моніторингу, діаграм і графіків, які показують керівникам підрозділів, що зараз відбувається у бізнесі;

4. Прийняття рішень на основі результатів аналізу в реальному часі. Завдяки оперативному аналізу з'являється можливість вносити коригування як в короткострокові, так і довгострокові плани розвитку підприємства і адаптуватися до змін ринкової ситуації.

Сучасні засоби бізнес-аналітики автоматизують ці процеси, економлячи час і витрати праці, допомагаючи вчасно виявити потенційні проблеми та перспективні напрямки розвитку. При цьому, завдяки наочності і простоті використання їх можуть користуватися самостійно всі особи, які приймають рішення на підприємстві.

Одним з найбільш популярних програмних сервісів бізнес аналітики є Power BI [1] від Microsoft, які дозволяє перетворити незв'язані джерела даних підприємства в цілісні інтерактивні звіти.

Power BI призначений як для створення індивідуальних звітів компанії, так і для презентацій компаній та бізнес-планів інвесторам і потенційним партнерам.

Стандартна версія програми, функціоналу якої досить для невеликих підприємств, поставляється безкоштовно.

Power BI включає:

- Додаток Power BI Desktop для створення моделей даних і розробки звітів - панелей управління (Dashboard);
- Онлайн сервіс Power BI для публікації звітів;
- Мобільні додатки Power BI Mobile для перегляду звітів на мобільних пристроях і планшетах під управлінням Windows, iOS і Android.

Після настройки підключення до джерел даних і послідовності їх обробки, звіти в Power BI формуються автоматично, що економить час і витрати праці.

Використання програмних сервісів бізнес аналітики дозволяє систематизувати всю інформацію про клієнтську базу в єдиній системі, що підвищить якість взаємодії з клієнтами. Співробітники відділу продажів отримають наочне уявлення про ефективність маркетингових заходів, поведінці і перевагах покупців, що сприятиме збільшенню обсягів реалізації. Автоматизація рутинних бізнес-процесів дозволить збільшити продуктивність праці. Моніторинг фінансового стану підприємства дозволить відстежити основні тенденції, залежності та відхилення показників, знизити ризики і сприятиме стабільному розвитку бізнесу.

Література:

1. Microsoft Power BI: веб-сайт. URL: <https://www.microsoft.com/uk-UA/download/details.aspx?id=45331>

*Кириленко Н. О., студентка 4 курсу ФФО,
Толмачова А. М., асистент кафедри фінансового аналізу та аудиту,
Київський національний торговельно-економічний університет,
м. Київ, Україна*

Аналіз ефективності використання трудових ресурсів підприємства

Трудові ресурси займають значну частину затрат підприємства в собівартості продукції. Тому підвищення ефективності їх використання є одним з найважливіших факторів зниження собівартості продукції і збільшення прибутку.

Використання трудових ресурсів та робочого часу досить широко розглядається в науковій літературі. У вітчизняній економічній науці проблемою ефективності використання трудових ресурсів займалися такі науковці, як М. А. Болюх, В. З. Бурчевський, М. І. Горбатюк, Г. Т. Завіновська, О. С. Гусарова, М. Г. Акулов, А. В. Драбаніч, М. А. Кравченко, О. А. Данилова та інші.

Ефективність у широкому розумінні – це загальна результативність людської діяльності. Вона відображає співвідношення одержаного корисного результату та обсягу витрачених на це ресурсів. Таким чином, ефективність праці відображає співвідношення обсягу вироблених матеріальних або нематеріальних благ та кількості затраченої на це праці. Тобто, зростання ефективності праці означає збільшення обсягу вироблених благ при тих самих або менших витратах праці [1].

До основних завдань аналізу ефективності використання праці можемо віднести наступні:

- вивчення складу, структури, персоналу на підприємстві;
- оцінка забезпеченості підприємства персоналом;
- аналіз використання робочого часу;
- аналіз продуктивності праці [2].

Структура кадрів вивчається шляхом зіставлення фактичної і планової питомої ваги чисельності кожної категорії працівників у загальній чисельності персоналу. При цьому визначають причини зміни структури кадрів, вивчають тенденції цього процесу на передових підприємствах, а також нормативні документи, на підставі чого розробляються відповідні заходи щодо раціоналізації структури кадрів. Необхідно пам'ятати, що для високопродуктивної праці підприємство має бути забезпечене робітниками відповідної кваліфікації. З метою аналізу відповідності кваліфікації робітників складності робіт порівнюють середні тарифні розряди робіт і робітників [1].

Оцінка забезпеченості організації персоналом передбачає наступні основні етапи:

- вивчення штатного розкладу за ряд років, зіставлення планових показників чисельності працівників і фактичних;
- перевірка адміністративно-управлінського персоналу на відповідність фактичного рівня освіти співробітника займаної посади;
- виявлення нестачі або надлишку працівників за посадами;
- вивчення руху робочої сили організації;
- вирішення питань, пов'язаних з підбором кадрів, їх підготовкою та підвищенням кваліфікації;

Проте найважливішим аспектом аналізу використання трудових ресурсів є зіставлення витрат праці з його результатами. Це дослідження дозволяє визначити рівень ефективності трудових ресурсів, що виражається в продуктивності праці працівників, яка характеризує здатність працівників здійснювати свою трудову діяльність для розвитку підприємства і зростання обсягів виробництва без залучення додаткових обсягів трудових ресурсів. Продуктивність праці – це показник ефективності, результативності праці, що характеризується співвідношенням обсягу продукції, робіт чи послуг, з одного боку, та кількістю праці, витраченої на виробництво цього обсягу – з іншого. Продуктивність праці може розраховуватися на одиницю робочого часу

(середньорічний, середньоденний та середньогодинний виробіток одним працюючим), чи на одного працюючого.

В аналізі продуктивності праці можна виділити три основні кроки:

- 1) розрахунок показників продуктивності праці, їх динаміки;
- 2) розрахунок впливу різних чинників на зміну продуктивності праці;
- 3) виявлення резервів зростання продуктивності праці.

Завершальним етапом аналізу ефективності використання трудових ресурсів є підрахунок виявлених резервів підвищення ефективності та розробка заходів щодо їх використання. Серед резервів ефективності трудових ресурсів доцільно виділити екстенсивні (ліквідацію понадпланових втрат робочого часу, усунення браку та відхилень від нормальних умов праці) та інтенсивні (забезпечення виконання норм виробітку усіма робітниками-відрядниками та здійснення нереалізованих організаційно-технічних заходів) [3].

Отже, комплексна оцінка ефективності використання трудових ресурсів на підприємстві може дати відчутний «поштовх» для збільшення рівня конкурентоздатності і, як наслідок, створити передумови для стійкого економічного росту підприємства. А це, в свою чергу, сприятиме збільшенню національного доходу, подальшого розвитку економіки країни.

Література:

1. Гусарова О. С. Аналіз ефективності використання трудових ресурсів на підприємстві / О. С. Гусарова, В. В. Іванієнко // Управління розвитком. – 2013. – №17 (157). – С. 124-127.
2. Щербакова К. С. Аналіз ефективності використання трудових ресурсів / К. С. Щербакова. – 2019. – URL: <http://elar.tsatu.edu.ua/bitstream/123456789/11686/1/тези%20ЕтаБ%20конференція%202019-71.pdf>.
3. Багрій К. Л. Деякі особливості аналізу ефективності використання трудових ресурсів. / К. Л. Багрій // Облік, аналіз та аудит. – 2017. – № I-II (65-66). – С. 344–350

*Кириленко Н. О., студентка 4 курсу ФФО,
Київський національний торговельно-економічний університет,
м. Київ, Україна*

Аудит розрахункових операцій: теоретичний аспект

Сьогодні в умовах стрімкого росту підприємницької діяльності виникає необхідність у постійному контролі за приватними коштами зі сторони власників бізнесу. Аудит відображає реальний стан справ підприємства, проте виникає постійне протиріччя між інтересами власників, керівників підприємств та державними органами, кредиторами, інвесторами. Саме ці аспекти і обумовлюють актуальність обраної теми дослідження [1].

Розрахункова операція - приймання від покупця готівкових коштів, платіжних карток, платіжних чеків, жетонів тощо за місцем реалізації товарів (послуг), видача готівкових коштів за повернутий покупцем товар (ненадану послугу), а у разі застосування банківської платіжної картки - оформлення відповідного розрахункового документа щодо оплати в безготівковій формі товару (послуги) банком покупця або, у разі повернення товару (відмови від послуги), оформлення розрахункових документів щодо перерахування коштів у банк покупця [2].

Метою проведення аудиту розрахункових операцій є висловлення аудитором думки про те, чи відповідає фінансова інформація щодо розрахункових операцій на підприємстві в усіх суттєвих аспектах нормативним документам, що регламентують порядок її підготовки і надання користувачам [3].

Завданнями аудитора перевірки розрахункових операцій є:

- 1) встановлення реальної дебіторської та кредиторської заборгованості;
- 2) перевірка наявності простроченої дебіторської та кредиторської заборгованості;
- 3) встановлення дебіторської і кредиторської заборгованості по яких минув строк позивної давнини;

Секція 6. Адаптація обліку, аналізу та аудиту до економічних змін

- 4) перевірка правильності обліку дебіторської і кредиторської заборгованості;
- 5) перевірка правильності й обґрунтованості списання заборгованості;
- б) перевірка нарахування резерву сумнівних боргів [3].

Необхідно зазначити те, що розрахункові операції займають найбільшу питому вагу серед всієї діяльності суб'єкта господарювання, тому і перевірка, а саме аудит розрахункових операцій - найбільш складний та місткий елемент аудиту. [1].

До початку проведення аудиту або надання супутніх послуг аудиторська організація повинна ознайомитися в достатній мірі з діяльністю економічного суб'єкта.

Залежно від поставлених цілей аудиту виконання кожної стадії планування має ряд особливостей.

Попереднє планування доцільно почати із спілкування з представниками керівництва, співробітниками підрозділів, головним бухгалтером, керівником служби внутрішнього контролю (якщо дана служба існує на підприємстві, що перевіряється). Аудитор повинен отримати роз'яснення для підтвердження припущення безперервності діяльності, первинної оцінки надійності систем бухгалтерського обліку і внутрішнього контролю. Беручи до уваги побажання керівництва та враховуючи вимоги законодавства до проведення аудиторських перевірок і змістом аудиторського висновку, аудитор позначає ті проблеми, які вимагають підвищеної уваги в ході перевірки, і чітко формулює цілі, які повинні бути досягнуті за підсумками її проведення.

Основним джерелом інформації на даному етапі виступає облікова політика підприємства. Аудитор повинен проаналізувати зміст облікової політики клієнта, ступінь опрацьованості в її положеннях основних принципів ведення бухгалтерського обліку [4].

Вивчення системи бухгалтерського обліку на підприємстві передбачає вивчення і оцінку основних принципів організації бухгалтерського обліку досліджуваних операцій і документообігу, закріплених в положеннях облікової

політики, ролі засобів обчислювальної техніки у веденні обліку, організаційної структури підрозділів, відповідальних за ведення бухгалтерського обліку. Доцільно виконати оглядову перевірку типових бухгалтерських проводок за операціями з реалізації продукції та встановити фактичну наявність і правильність оформлення договорів, первинних документів, на підставі яких виконувалися записи по рахунках бухгалтерського обліку.

Таким чином, основною метою оцінки системи внутрішнього контролю є створення основи для визначення часу, видів і обсягу аудиторських процедур.

Встановлення рівня суттєвості виконується на стадії планування. Величина суттєвого в плануванні може значно відрізнятися від величини суттєвого при оцінці результатів перевірки. Оцінка аудитором суттєвості повинна враховувати інтереси споживачів інформації, а також відповідати вимогам МСА 320 «Суттєвість в плануванні та проведенні аудиту».

Завершальною стадією планування є підготовка загального плану і програми аудиту. У загальному плані повинні бути відображені основна мета і напрямки перевірки, спосіб проведення аудиту, встановлений рівень суттєвості, параметри аудиторського ризику, визначені чисельність і кваліфікація робочої групи аудиторів, їх обов'язки, відповідальність і підпорядкованість; вказані терміни проведення перевірки, а також дата подання аудиторського висновку і деталізованого звіту.

Перевірка розрахунків з постачальниками і підрядниками повинна проводитися за спеціально розробленою програмою. Така програма, складена за результатами попереднього знайомства аудитора з організацією внутрішнього контролю та обліку розрахункових операцій на підприємстві, допоможе послідовно виконати необхідні процедури контролю, зібрати і узагальнити якісні докази.

За підсумками проведеного аудиту бухгалтерської звітності складається аудиторський висновок.

Отже, правильна організація контролю за станом розрахунків сприяє зміцненню договірної і розрахункової дисципліни, виконанню зобов'язань по

постачання продукції, підвищенню відповідальності за дотримання платіжної дисципліни, скорочення дебіторської та кредиторської заборгованості, прискоренню оборотності оборотних коштів і поліпшенню фінансового стану підприємства загалом.

Література:

1. Шевченко І. О. Особливості аудиту розрахункових операцій підприємств України / І. О. Шевченко, В. О. Куцевол // Східна Європа: економіка, бізнес та управління. – 2019. – № 2 (19). URL: <http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/21799>

2. Про застосування реєстраторів розрахункових операцій у сфері торгівлі, громадського харчування та послуг: Закон України від 6 липня 1995 року № 265/95-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/265/95-вр#Text>

3. Організація і методика аудиту розрахункових операцій: стаття журналу «Бухгалтер.Інфо», 2012 р. URL:

<http://www.buh-galter.info/1159-organizatsiya-i-metodika-auditurozrahunkovih-operatsiy.html>

4. Анциферова І. В. Бухгалтерський фінансовий облік: навч. посібник / І. В. Анциферова. 4-е вид. перероб. і доп. - М.: Дашков і Ко, 2014. -184 с.

Науковий керівник: Роздобудько В. В. к.е.н., доцент кафедри фінансового аналізу та аудиту, Київський національний торговельно-економічний університет, м. Київ, Україна

*Матковська Д. А. студентка факультету фінансів та обліку
Київський національний торговельно-економічний університет,
м. Київ, Україна*

Аудит виробничих запасів і його значення у прийнятті управлінських рішень в сучасних умовах господарювання

Аудит - незалежна перевірка бухгалтерської фінансової звітності з метою висловлення думки про достовірність такої звітності. Він є інструментом управління, який безпосередньо дозволяє визначати ризики бізнесу і при необхідності усувати їх. Особливо такі перевірки важливі в сучасних кризових умовах. Так як навіть організації, діяльність яких процвітає, можуть потерпіти крах репутації, якщо помилки їх керівників стануть суспільним надбанням. Саме тому контроль безпосередньо пов'язаний з системою управління.

Аудитор в процесі проведення аудиту зобов'язаний, зокрема, оцінювати суттєвість інформації та її взаємозв'язок, безпосередньо, з аудиторським ризиком.

Між суттєвістю і аудиторським ризиком існує зворотна залежність, чим вищий рівень суттєвості, тим нижчий аудиторський ризик, зворотна залежність береться до уваги при складанні плану перевірки. Зокрема при визначенні термінів і обсягу аудиторських процедур [1].

Мета системи управління організації, в першу чергу, - забезпечити сталий розвиток соціально-економічної системи шляхом формування, підтримки і вдосконалення способів взаємодій системи з зовнішнім середовищем і внутрішнього взаємозв'язку елементів системи.

Здатність в пристосуванні структури до мінливих умов середовища з найменшими втратами тимчасових, трудових, матеріальних і фінансових ресурсів, залежить від правильності управлінських рішень [2].

Вище описані чинники - це комплекс питань, що становлять одну велику проблему, з якою стикаються керівники підприємств в нинішніх умовах

Секція 6. Адаптація обліку, аналізу та аудиту до економічних змін

господарювання. Одне з найважливіших напрямів розв'язання проблеми - прийняття комплексу стратегічних рішень з урахуванням факторів ризику.

В організації діяльності підприємства необхідні виробничі запаси. Вони є одним з елементів оборотних активів, а також складають основу діяльності організації. Варто сказати, що наявність виробничих запасів повинна бути оптимальною, при цьому кожна організація визначає обсяги самостійно.

Необхідною передумовою раціональної організації облікового процесу запасів є: раціональна організація складського господарства; розробка номенклатури запасів; наявність інструкції з обліку виробничих запасів; правильне групування запасів; розробка норм витрачання запасів [3].

У сучасних умовах ринку і жорсткої конкуренції пошук способів підвищення оборотності і використання виробничих запасів стає, власне кажучи, актуальною проблемою для підприємства. Підвищення прибутковості діяльності безпосередньо залежить від оборотності грошових коштів, тривалості одного обороту.

Таким чином, саме аудит відіграє дуже серйозну роль в правильному відображенні операцій з виробничими запасами і особливо це стосується малих підприємств, які є важливим сегментом економіки.

Всі описані вище фактори, необхідно враховувати при плануванні та аналізі діяльності підприємства, щоб запланувати таку кількість аудиторських процедур, які дозволять зменшити аудиторський ризик до допустимого рівня.

Завдання аудиту виробничих запасів:

- Вивчити положення облікової політики, що стосуються досліджуваної ділянки обліку;
- Вивчити склад виробничих запасів, перевірити їх наявність і умови зберігання;
- Перевірити правильність оцінки і документальне оформлення;
- Перевірити правильність організації і ведення обліку операцій з виробничими запасами;
- Оцінити якість проведених інвентаризацій.

В таблиці 1. визначені основні етапи проведення аудиту виробничих запасів.

Таблиця 1.

Етапи проведення аудиторської перевірки в частині виробничих запасів

Процедура	Мета застосування	Джерело доказів
Інвентаризація	Підтвердження залишків готової продукції на складі, відвантаженої продукції; реальність сум дебіторської заборгованості	Інвентаризаційний опис товарно-матеріальних цінностей, акти інвентаризації розрахунків з покупцями, звіти про рух готової продукції на складі
Перевірка дотримання правил обліку окремих господарських операцій	Перевірка дотримання методології, принципів обліку продажу, відвантаження готової продукції, дебіторської заборгованості	Нормативні акти, план рахунків і робочий план рахунків підприємства, облікова політика, головна книга або регістри обліку за відповідними напрямками
Контроль первинних документів і регістрів обліку	Виявлення неврахованих операцій по відвантаженню і продажу продукції (підтвердження повноти)	Рахунки-фактури, накладні, прибуткові ордери, головна книга або регістри обліку за відповідними напрямками
Підтвердження і перерахунок	Перевірка реальності сум дебіторської заборгованості, активів, авансів, отриманих за допомогою письмового підтвердження від третіх осіб і перерахунку	Рахунки-фактури, аналітичні відомості, письмові відповіді на запити аудиторів або підприємств
Перевірка документів	Підтвердження достовірності, законності та економічної доцільності відображених господарських операцій (відвантаження, продажу готової продукції, виробничих витрат на продаж)	Рахунки-фактури, накладні, прибуткові касові ордери, журнали-ордери, регістри аналітичного обліку, касові звіти, транспортні накладні, картки складського обліку
Підготовка альтернативного товарного балансу	Перевірка правильності визначення сум відвантаженої продукції і залишку на складі в натуральному і вартісному вираженні	Картки складського обліку, відомості руху готової продукції на складі, дані про облікові ціни, рахунки-фактури

Аналітичні процедури	Виявлення областей потенційного ризику, оцінка ефективності діяльності підприємства	Квартальні та місячні звіти виробництва, прогнози прибутку, бухгалтерська звітність за попередні роки, спеціальні аудиторські програми для проведення аналізу
----------------------	---	---

Джерело: розроблено автором на основі [3]

Після закінчення робіт аудитор формує незалежну думку, виходячи з результатів перевірки в частині виробничих запасів, формує робочий пакет документів, формує частину аудиторського звіту, що стосується виробничих запасів, і представляє його разом з документацією керівнику, складає аудиторський висновок.

Література:

1. Меліхова Т. О., Ніколаєнко Н. С. Розробка програми аудиту виробничих запасів для підвищення фінансової безпеки підприємства. Економіка та держава. 2017. № 1. С. 51–55.

2. Артеменко Н. В. Виробничі запаси: особливості обліку та методичні засади проведення аудиту / Н. В. Артеменко // Економіка і суспільство : електрон. наук. фахове вид. – 2017. – Вип. 12. – С. 665-670. – URI: http://www.economyandsociety.in.ua/journal/12_ukr/110.pdf, вільний (дата звернення 10.04.2021 р.).

3. Назаренко І. М. Аудит виробничих запасів : особливості, ключові аспекти та послідовність перевірки [Електронний ресурс] / І. М. Назаренко, О. В. Місюров // Економіка та суспільство. - 2018. - Вип. 19. - С. 1312-1318.

*Науковий керівник: Роздобудько В. В. кандидат економічних наук, доцент
Київський національний торговельно-економічний університет, м. Київ,
Україна*

*Нікуліца Д.Р., студентка факультету фінансів та обліку
Київський національний торговельно-економічний університет,
м. Київ, Україна*

Уцінка запасів: облік і податкові наслідки

Як і будь-які активи, запаси можуть втрачати свою первісну якість. Це може статися через те, що запас зіпсувався або втратив свої споживчі характеристики. В результаті цього підприємство повинне уцінити ці запаси і визнати збиток від їх знецінення.

Після первісного визнання запасів на кожну дату балансу суб'єкт господарювання має відображати їх у бухгалтерському обліку та звітності за найменшою з двох оцінок: первісною вартістю або чистою вартістю реалізації. Таку вимогу містять пункт 24 П(С)БО 9 «Запаси» і § 9 МСБО 2 «Запаси»[1,2].

Чиста вартість реалізації — попередньо оцінена ціна продажу у звичайному ході бізнесу мінус попередньо оцінені витрати на завершення та попередньо оцінені витрати, необхідні для здійснення продажу [2]. Під чистою вартістю реалізації запасів розуміють чисту суму, яку підприємство очікує отримати від продажу запасів у звичайному ході бізнесу. Запаси відображають за чистою вартістю реалізації, якщо на дату балансу:

- їх ціна знизилася;
- вони зіпсовані, застаріли;
- в інший спосіб втратили первісно очікувану економічну вигоду [1].

Тобто, якщо на дату балансу є підстави уцінити запаси, то необхідно зменшити у бухгалтерському обліку балансову вартість запасів до чистої вартості їх реалізації. Практика часткового списання вартості запасів до чистої вартості реалізації зумовлена тим, що балансова вартість активів не має перевищувати суму, яку підприємство очікує отримати від їх продажу або використання.

Відображення уцінки запасів в бухгалтерському обліку частково залежить від того, якими стандартами користується підприємство —

Секція 6. Адаптація обліку, аналізу та аудиту до економічних змін

національними чи міжнародними. Вітчизняне П(С)БО 9 передбачає лише один варіант обліку знецінення запасів — пряме списання частини собівартості запасів на витрати звітного періоду, а МСФЗ пропонує альтернативний варіант обліку — нарахувати контрактивний резерв знецінення запасів.

За правилами бухгалтерського обліку, сума уцінки запасів належить безпосередньо до витрат періоду, у якому здійснена уцінка, та, відповідно, зменшує фінансовий результат до оподаткування.

Сума уцінки запасів за цим підходом відображається в обліку підприємства згідно з його робочим планом рахунків безпосередньо в складі витрат таким бухгалтерським записом: Дт 94 «Інші операційні витрати» – Кт 281 «Товари на складі». Якщо чиста вартість реалізації раніше уцінених запасів, які залишилися на дату балансу, збільшилася, то необхідно збільшити їх вартість. У цьому разі П(С)БО 9 пропонує визнати інший операційний дохід на суму збільшення чистої вартості реалізації та водночас збільшити вартість уцінених запасів, але не більше за суму попереднього зменшення: Дт 20,28 - Кт 719 «Інші доходи від операційної діяльності».

Відповідно до МСБО 2, коли надалі збільшується чиста вартість реалізації уцінених запасів, необхідно сторнувати раніше визнане часткове списання собівартості запасів. Таке сторнування обмежене сумою раніше визнаного збитку від знецінення запасів.

Податкові наслідки при такому варіанті обліку уцінки запасів:

- податок на прибуток: сума уцінки включається до об'єкта оподаткування податком на прибуток підприємств за правилами бухгалтерського обліку й не коригується.

- ПДВ: факт уцінки не має податкових наслідків з ПДВ, оскільки перехід права власності на уцінені запаси не відбувається, тому й підстав для визначення об'єкта оподаткування податком немає. Хоча такий підхід часто є неприйнятним для суб'єктів господарювання – платників ПДВ. Відповідно до пп. 188.1 ПКУ база оподаткування операцій з постачання товарів/послуг не може бути нижчою за ціну їх придбання. Отже, ведучи облік ПДВ,

підприємство постійно під час продажів товарів повинно зіставляти ціну продажу з ціною придбання таких товарів і в разі продажу нижче ніж вартість придбання донараховувати податкові зобов'язання з ПДВ на суму перевищення вартості придбання. Зазначений моніторинг не може здійснюватися підприємством щодо уцінених до чистої вартості реалізації товарів, оскільки після уцінення в обліку зникає інформація щодо їх історичної вартості придбання [3].

На суму знецінення запасів, визначену за результатами здійснення процедур тестування запасів на предмет відповідності їх балансової вартості очікуваній ціні продажу, створюється резерв уцінки запасів.

Резерв уцінки запасів створюється в сумі перевищення балансової вартості запасів (з урахуванням попередньо створеного резерву за окремими позиціями та партіями запасів) над їх очікуваною вартістю реалізації.

Для обліку резерву уцінки запасів пропонується застосовувати окремий контрактивний субрахунок, наприклад, 2811 «Резерв уцінки запасів». За характеристиками зазначений субрахунок – пасивний, з аналітикою за номенклатурою та партіями уцінених запасів. За кредитом субрахунку відображається створення резерву уцінки, за дебетом – списання раніше створеного резерву у зв'язку з вибуттям запасів, щодо яких резерв було створено.

У балансі запаси відображають за чистою вартістю реалізації у такий спосіб: *вартість запасів, що відображена в Балансі = балансова вартість запасів – резерв уцінки запасів.*

Такий підхід дає можливість зберегти в обліку історичну вартість придбання запасів і надалі відслідковувати випадки продажу товарів нижче ніж вартість придбання з метою оподаткування ПДВ суми перевищення.

Облікові процедури та відображення в реєстрах бухгалтерського обліку резерву уцінки запасів:

1. За результатами тестування запасів щодо знецінення та в разі виявлення необхідності уцінення окремих запасів визначається сума резерву та

Секція 6. Адаптація обліку, аналізу та аудиту до економічних змін

формується бухгалтерський запис: Дт 94 «Інші операційні витрати» – Кт 2811 «Резерв уцінки запасів».

Сума уцінки відображається в бухгалтерському обліку в складі інших операційних витрат у періоді уцінки. Аналітичний облік уцінки здійснюється за номенклатурними позиціями та партіями.

2. У разі здійснення подальших процедур тестування очікувана ціна продажу порівнюється з балансовою вартістю окремих позицій запасів за мінусом раніше створеного резерву.

3. Вибуття запасів, за якими раніше було створено Резерв уцінки запасів, відображається такими бухгалтерськими записами:

- у момент продажу: Дт 902 «Собівартість реалізації» – Кт 281 «Товари на складі» (на суму балансової вартості);
- в останній день кварталу за проданими за квартал запасами, щодо яких створювався резерв: Дт 2811 «Резерв уцінки запасів» – Кт 902 «Собівартість реалізації»;
- нараховуються податкові зобов'язання з ПДВ на суму перевищення ціни придбання над ціною продажу запасів: Дт 94 «Інші операційні витрати» – Кт 6432 «Податкові зобов'язання непідтвержені».

Податкові наслідки при формуванні резерву уцінки запасів:

- податок на прибуток: у разі визначення об'єкта оподаткування податком на прибуток підприємств за описаними вище операціями застосовують такі різниці: у випадку створення резерву уцінки запасів фінансовий результат до оподаткування збільшується на суму створеного резерву; у випадку списання резерву в сумі уцінки запасів, що вибули за звітний квартал, фінансовий результат до оподаткування зменшується на суму резерву, що був створений стосовно відповідних номенклатурних позицій, які вибули за період.
- ПДВ: додаткових ризиків та особливостей стосовно ПДВ процедура створення резерву уцінки запасів не містить. Водночас потрібно пам'ятати, що

в разі продажу запасів нижче ніж вартість придбання підприємству – платнику ПДВ необхідно нарахувати податкові зобов'язання на суму перевищення [3].

Отже, у разі першого підходу до відображення в обліку знецінення запасів питання про коригування фінансового результату до оподаткування податком на прибуток на суму резерву не виникає. Однак цей підхід не дає змогу зберегти в обліку історичної інформації щодо вартості придбання знецінених запасів, що, своєю чергою, створює складнощі у відслідковуванні випадків продажу товарів нижче за вартість придбання з метою нарахування податкових зобов'язань з ПДВ на суму перевищення. Якщо підприємство вирішує створювати резерв уцінки – це призводить до виникнення обов'язку коригувати (збільшувати) фінансовий результат до оподаткування на суму створення такого резерву.

Література:

1. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 9 "Запаси". URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0751-99#Text>
2. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 2 «Запаси». URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/929_021#Text
3. Знецінення запасів: облік та податкові наслідки. URL: <https://news.dtki.ua/accounting/individual-transactions/58637>

Науковий керівник: Кузьменко О.П., старший викладач кафедри обліку та оподаткування, Київський національний торговельно-економічний університет, м. Київ, Україна

*Пилипенко І.С., студентка кафедри «Обліку та фінансів»
Черкаський державний бізнес-коледж, м. Черкаси, Україна*

Зміни в 2021 році для спрощеної системи оподаткування, пов'язані з COVID-19

В зв'язку з введенням карантинних заходів на території України, які пов'язані з COVID-19, були внесені певні зміни до законодавчих актів, які стосуються діяльності фізичних осіб підприємців.

З 1 січня 2021 року були змінені обсяги доходу для спрощеної системи оподаткування. Граничний розмір доходу, який дає право підприємцям бути платниками єдиного податку, тепер прив'язаний до розміру мінімальної заробітної плати, встановленої на 1 січня податкового (звітного) року.

Граничні обсяги доходів в 2021 році для підприємців які знаходяться на єдиній системі оподаткування становитимуть

- I група – 167 мінімальних заробітних плат (1002000 грн.);
- II група – 834 мінімальних заробітних плат (5004000 грн.);
- III група – 1167 мінімальних заробітних плат (7002000 грн.) [1].

Також були змінені умови застосування РРО для ФОП, про що йдеться в Законі №1017-IX від 01.12.2020р. Підприємці платники I групи, як і раніше, звільнені від застосування РРО. При цьому не важливо, чим вони займаються, РРО можна не застосовувати. Важливим є відстрочка застосування РРО для підприємців платників II-IV груп, але вона діє за умови якщо їхній граничний обсяг доходу 220 мінімальних заробітних плат (за винятком тих, що провадять свою діяльність у сферах з великим ризиком ухилення від оподаткування), відтерміновано до 1 січня 2022 року застосування РРО (ПРРО) [1]

Якщо протягом 2021 року обсяг доходу перевищить 220 розмірів мінімальних заробітних плат, встановленої на 1 січня 2021 роки (1320000 грн). В такому випадку з 1-го числа місяця кварталу, наступного за перевищенням обсягу доходу, підприємець зобов'язаний буде використовувати РРО [1].

Для підтримки приватних осіб та компаній було введені пільгові виплати які діють на підставі Закону №1071-IX від 04.12.2020 р.:

1. Разова матеріальна допомога у сумі 8000 гривень найманим працівникам підприємств, робота яких була припинена в зв'язку з карантинном, які втратили частину заробітної плати внаслідок введення карантину (список підприємств буде надано Кабінетом Міністрів України).
2. Підприємствам для збереження робочих місць з метою виплати разової фінансової допомоги їх співробітникам в період карантину (не більше 8000 гривень на одного співробітника). Підприємства можуть використати цю пільгу, якщо вони були змушені скоротити робочий час співробітників і були включені в вищезгаданий список.
3. Разова виплата держави суб'єктам господарювання, які є юридичними особами, з метою відшкодування витрат, понесених на сплату єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування. [2].

Також важливим є Закон №1072-IX від 04.12.2020 р, так як цей закон передбачає пільги у вигляді звільнення від певних податкових зобов'язань.

1. Платники I групи єдиного податку звільняються від сплати ЄСВ та єдиного податку за грудень 2020 року та січень – травень 2021 року, цей період буде включений до страхового стажу.
2. Списується борг за усіма податками і зборами, за умови якщо він не перевищує 3060 грн. та його не погашено станом на 01.11.2020 р.
3. Відстрочка погашення податкової заборгованості, що не перевищує 6800 гривень, для ФОП до 29.12.2021 р.
4. Ліцензії закладів громадського харчування на роздрібну торгівлю алкогольними напоями, термін дії яких закінчився під час карантину та обмежувальних заходів, пов'язаних із поширенням на території України гострої респіраторної хвороби COVID-19, вважаються такими, що продовжують свою дію на період карантину та обмежувальних заходів, а також протягом трьох місяців з дня його/їх закінчення;
5. Надається допомога для підприємств які орендують державне або комунальне майно, терміни оренди якого закінчується в період карантину. Якщо провадження діяльності підприємства було заборонене або лімітоване

Секція 6. Адаптація обліку, аналізу та аудиту до економічних змін

в зв'язку з заходами пов'язаними з протидією епідемії, то терміни оренди будуть подовжені на час карантину та ще на місяць після його закінчення.[3].

Штрафні санкції не будуть застосовуватися до підприємств які порушили податкове законодавство в період з 1 березня по 31 травня 2020р. Але є два винятка до яких будуть застосовуватися штрафні санкції:

1. Недотримання вимог обігу пального та спиртоетилового на акцизних складах що використовуються, недотримання правил обліку виробництва;
2. Відчуження майна яке знаходиться в податковій заставі без згоди контролюючого органу [3].

Література:

1. Про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законів України щодо лібералізації застосування реєстраторів розрахункових операцій платниками єдиного податку та скасування механізму компенсації покупцям (споживачам) за скаргами щодо порушення встановленого порядку проведення розрахункових операцій частини суми застосованих штрафних санкцій: Закон України №1017-IX від 01.12.2020р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1017-20#Text> (дата звернення 25.03.2021).

2. Про соціальну підтримку застрахованих осіб та суб'єктів господарювання на період здійснення обмежувальних протиепідемічних заходів, запроваджених з метою запобігання поширенню на території України гострої респіраторної хвороби COVID-19, спричиненої коронавірусом SARS-CoV-2: Закон України №1071-IX від 04.12.2020 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1071-20#Text> (дата звернення 25.03.2021).

3. Про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законів України щодо соціальної підтримки платників податків на період здійснення обмежувальних протиепідемічних заходів, запроваджених з метою запобігання поширенню на території України гострої респіраторної хвороби COVID-19, спричиненої коронавірусом SARS-CoV-2»: Закон №1072-IX України від 04.12.2020 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1072-20#Text> (дата звернення 25.03.2021).

*Пошивалова О.В., к.фіз.-мат.н., доцент,
доцент кафедри статистики, обліку та економічної інформатики
Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара,
м. Дніпро, Україна*

Формування ризикоорієнтованого аудиту в системі законодавчих змін

Аудит, як діяльність, пройшов три етапи становлення: підтверджуючий, системно-орієнтований і ризикоорієнтований.

Відповідно до кожного етапу розвитку аудиту, здійснювалися зміни у методиці аудиту. Особливо це стосується такої предметної області аудиту як оцінювання аудиторського ризику. Так, при підтверджуючому аудиті, відбувалося підтвердження достовірності облікових даних – застосування таких методів: зустрічна перевірка, арифметична та логічна перевірка.

При системно-орієнтованому аудиті, аудиторський ризик розглядався як системне явище. Аудит на даному етапі здійснювався вже в системі внутрішнього контролю, при системному підході присутній ризик оцінки не даних бухгалтерського обліку, а лише якості їх отримання. Найбільш відомою моделлю є модель Гордона, яка оцінює системний ризик, що має складові: властивий ризик, ризик контролю, ризик невиявлення [2]. Подібний розрахунок сприяє обґрунтуванню прийнятого рівня аудиторського ризику, але він малоефективний. Також недоліком такої моделі є наявність інтегрованих показників, які досить складно визначити без спеціальної підготовки [4].

Ризикоорієнтований аудит передбачає концентрацію зусиль аудитора переважно в сферах і об'єктах контролю, де ризики (типові помилки, пропуски) є найвищими, і тим самим зменшення витрат часу на вивчення тих об'єктів контролю, де передбачається відсутність ризику чи низький ризик [5].

Розглянемо більш детально застосування методів оцінювання аудиторського ризику на етапі ризикоорієнтованого аудиту.

Сучасна інтеграція математики та інформаційних технологій в економічні процеси призвела до можливості застосування аудиторами для розрахунку аудиторського ризику наступні групи методів.

Якісні (інтуїтивні) методи, які полягають в тому, що аудитори, виходячи з власного досвіду і інформації про клієнта, визначають аудиторський ризик на підставі звітності в цілому або окремих груп операцій як високий, середній, низький, нижче середнього, вище середнього тощо і використовують цю оцінку в плануванні аудиту.

Кількісні методи, які передбачають розрахунок аудиторського ризику, мінімізують і попереджають можливі негативні фінансові наслідки клієнта і аудиторської фірми.

Метод нечітких множин. Застосування апарату нечіткої логіки, запропонованого Л. Заде при аналізі систем, в яких бере участь людина (так звані гуманістичні системи), дозволяє відмовитися від вимог точності і допускає результати нечіткі або невизначені [3]. Нечітка логіка може використовуватися для формалізації професійних суджень аудиторів, це дозволяє більш адекватно представляти ситуації, пов'язані з оцінкою аудиторських ризиків і подальшу модифікацію аудиторських процедур (ситуації з невизначеністю).

Використання методу нечітких множин при оцінці ризику суттєвого викривлення в зіставленні зі ступенем недотримання передумов складання бухгалтерської звітності дозволяє вибудовувати правила, які адекватно відображають різні аспекти невизначеності, пов'язаної із застосуванням професійного судження аудитора. Нечітка логіка більш природно описує характер людського мислення при прийнятті рішень в області аудиту, ніж традиційні формально-логічні системи.

Методи, що базуються на регресійному аналізі. Найбільш відомий з них - підхід M-score, запропонований М. Бенішем [1]. Автор специфікував регресійну модель дискретного вибору, яка дозволяє з достатнім ступенем впевненості ідентифікувати фінансову звітність, що містить показники, які зазнали навмисного викривлення.

Аналітична модель Беніша («M-score») заснована на дослідженнях фінансових даних організацій, викритих в маніпулюванні бухгалтерською

звітністю. З її допомогою можна побачити нестандартні коливання даних бухгалтерського балансу і фінансових звітів компанії.

Під час здійснення аудиторської перевірки існує ціла сукупність ризиків, уникнути яких неможливо, але необхідно мінімізувати їх негативний вплив. Крім цього, замовники аудиту прагнуть отримувати високоякісні аудиторські послуги, а користувачі інформації – бути впевненими у достовірності, зокрема, даних обліку і фінансової звітності, підтвердженої незалежними аудиторами.

Література:

1. Beneish M. Detecting GAAP Violations: Implications for Assessing Earnings Management among Firms with Extreme Financial Performance. *Journal of Accounting and Public Policy*. 1997. vol. 16. pp. 271–309.
2. Koskivaara E. Artificial neural networks in analytical review procedures. *Managerial Auditing Journal*. 2004. Vol. 19. pp. 191–223.
3. Zadeh L. A. Fuzzy Sets. *Information and Control*. 1965. vol. 8. pp. 338–353.
4. Єлісеєва О. К., Гільорме Т. В., Михайліченко В. А. Обґрунтування підходів щодо обліку та аудиту витрат операційної діяльності підприємства. *Глобальні та національні проблеми економіки. Миколаївський національний університет імені ВО Сухомлинського*. 2016. № 9. С. 759–764.
5. Пошивалова О. В. Аудиторський ризик в умовах функціонування електронної економіки. *Проблеми обліково-аналітичного забезпечення управління підприємницькою діяльністю* : матеріали II Міжнар. наук.-практ. конф., присвяченої 100-річчю Полтавської державної аграрної академії (23 квітня 2020 р., м. Полтава). Полтава : Видавництво ПП «Астроя», 2020. С. 424–426.

*Сафонова К. Я., здобувач вищої освіти
Кривуля П. В., к.е.н., доцент кафедри економіки і підприємства
Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля
м. Северодонецьк, Україна*

Порівняння профілю належної конотації та фоносемантичного профілю потенційних позначень у вирішенні завдання розобзначення омонімічного терміну «економічний потенціал»

Для вирішення таких завдань термінування як вибір позначення для синонімічних термінів та розобзначення омонімічних термінів (поняттю «розобзначення» у роботі [4] надано такого визначення: надання кожному значенню свого позначення; а у роботі [5] досліджено один із прикладів вирішення завдання розобзначення економічної термінології) було запропоновано використовувати метод ПУНКТ (метод запропоновано у [7, 8]). Згідно до порядку використання методу ПУНКТ на певному етапі аналітик має розрахувати кореляцію профілю належної конотації та фоносемантичного профілю для певного поняття та терміну відповідно. Слід зазначити, що завдання використання методу ПУНКТ для розв'язання проблеми з термінами-синонімами та термінами-омонімами дещо відрізняються: порівняння профілів відбувається у різні напрямки відбору, бо у разі синонімії відбувається порівняння одного профілю належної конотації з декількома фоносемантичними профілями позначень, а у разі омонімії навпаки декілька профілів належної конотації мають бути порівняні з одним фоносемантичним профілем. Але проблеми синонімії та омонімії можуть бути пов'язаними у конкретному випадку. Більшість вітчизняних та зарубіжних дослідників визначає омонімію в термінології як міжсистемне явище, однак фактичний матеріал досліджуваної терміносистеми засвідчує незначну кількість термінів, що перебувають у відношеннях внутрішньосистемної омонімії (за [2]). Окрім суто однозначних омоніміїв існують ще й і квазіомоніми (іноді близькі до експеріенціальних кластерів), тобто дуже близькі за значенням поняття, бо одному терміну надають наближені референції, множина яких утворюється за рахунок інтерпретації того ж самого понятійного ядра. Такі терміни більш

гостро потребують вирішення термінологічного завдання розбозначення. Близькі за значенням референції становлять особливу складність в практиці, бо викликають комунікаційно-наведені хиби (досліджено у [1]) в роботі команд та потребують забезпечення конвенціональності членів команди (обґрунтовано у [3]). У представленому фрагменті дослідження надано приклад використання методу ПУНКТ у вирішенні завдання розбозначення терміну «економічний потенціал», яке вирішувалось у рамках аналізу проблеми омонімії в економічній термінології, фонетичних властивостей омонімічних термінів та сфери їхньої використання, та продовжує ряд попередніх робіт [6-9].

На перших етапах вирішення завдання розбозначення терміну «економічний потенціал» було узагальнено множину дефініцій та складено модель морфологічної скрині складання дефініції цього терміну, що надало можливості виявити всю множину тлумачень (які було кодифіковано шляхом визначення трьох складових морфологічної скрині: наприклад, A1-B-C1). Далі було визначено множину потенційних позначень, які можна використати задля розбозначення, та виконано фоносемантичний аналіз самого терміну та відібраних для нього близьких за значенням позначень. Було визначено 12 потенційних позначень квазіомоніма «економічний потенціал» серед яких: «економічна міць», «економічна потужність», «економічна снага», «ресурсна база», «економічні резерви», «економічна сила», «сукупні засоби», «ресурсно-капітальні засоби», «економічна здатність», «економічна компетентність» та «економічна спроможність». Фоносемантичні розбіжності було також встановлено. Так, наприклад, «Міць» вважається слухачеві більш світлою, а «потужність» – темною, «снага» – мужньою, а «ресурсна база» – сильною, «сукупні засоби» – великими, «сила» – жіночною, а «компетентність» – маленькою, та таке інше.

Останнім кроком використання методу ПУНКТ має бути порівняльний аналіз термінів на основі профілю належної конотації та отриманих фоносемантичних показників за допомогою коефіцієнту кореляції, –

Секція 6. Адаптація обліку, аналізу та аудиту до економічних змін

узагальнюючою таблицею для запропонованих позначень і розрахованих коефіцієнтів подано у табл. 1 (для чотирьох референцій).

Таблиця 1

Значення коефіцієнтів кореляції для синонімів омоніму «економічний потенціал» та його імовірних позначень

Коди референцій Позначення	A1-B-C1	A4-B-C4	A5-C2-D	A6-C4-D
Економічний потенціал	-0,066523546	-0,038864134	0,07069312	-0,036124156
Економічна міць	0,3081917	0,296612309	0,284812037	0,103958147
Економічна потужність	-0,151965679	-0,136237374	-0,052224016	-0,015997671
Економічна снага	0,175667325	0,18247268	0,335685082	0,327920089
Ресурсна база	0,400663762	0,406712214	0,488950571	0,500592542
Економічні резерви	0,322894473	0,361085823	0,431801141	0,311631051
Ресурсно-капітальні засоби	0,341710954	0,329283562	0,404974525	0,282813874
Економічна сила	0,164599242	0,171527206	0,199634299	-0,010003008
Сукупні засоби	0,169215071	0,1508411	0,248654491	0,173758647
Економічна здатність	0,17644498	0,205075735	0,326699374	0,334750874
Економічна спроможність	0,03750701	0,03947317	0,134003816	0,187879869
Економічна компетентність	-0,059836907	-0,030077885	0,031347061	-0,0862549

За результатами аналізу для квазіомоніма «економічний потенціал» було отримано значення: -0,066523546, -0,038864134, 0,07069312 та -0,036124156 за усіма 4 запропонованими референціями, вони дуже сильно відхилилися від бажаного показника 1, що ще раз доводить складність розбозначення таких субкатегорій омонімів. А ось запропоноване позначення «ресурсна база» отримало результати 0,400663762 для першої, 0,406712214 для другої, 0,488950571 для третьої та 0,500592542 для четвертої референції. Так само гарні показники має позначення «ресурсно-капітальні засоби» (що за нашими очікуваннями не мало набрати достатню кількість балів через занадто довгу конструкцію), яке отримало результати 0,341710954 для першої, 0,329283562 для другої та 0,404974525 і 0,282813874 для третьої, четвертої відповідно.

Відносно високі показники має позначення «економічні резерви» з результатами 0,322894473, 0,361085823, 0,431801141, 0,311631051 (всі ці значення подано у табл. 1, у якій напівжирним шрифтом виділено значення, які стають претендентами позначення як результату розобзначення терміну «економічний потенціал»).

За результатами порівняння, які подано у таблиці, позначення «економічна компетентність», «сукупні засоби» та «економічна спроможність» не виправдали очікувань, і не можна сказати, що вони досить влучно поєднують у собі фонетичну якість та зміст аналізованого поняття.

На основі отриманих даних оцінок влучності фоносемантики можна виокремити кращі позначення для проаналізованих дефініцій. Позначення «ресурсно-капітальні засоби», яке має результат оцінки співпадання фоносемантики та профілю належної конотації 0,341710954, запропоновано закріпити за референцією з кодом А1-В-С1. Референцію А4-В-С4 пропонуємо обозначити як «економічна міць» (оцінка співпадання 0,296612309). Дефініція з кодом А5-С2-Д отримує позначення «економічні резерви», яке отримало оцінку співпадання фоносемантики та профілю належної конотації 0,431801141. Та позначення «ресурсна база», яке має найвищий результат у 0,500592542, відносимо до референції із кодом А6-С4-Д.

Таким чином, пропонуємо такі результати термінування за результатами вирішення завдання розобзначення квазіомоніму (або експірієнціального кластеру, – таку ідентифікацію слід дослідити окремо) «економічний потенціал». Ресурсно-капітальні засоби – це сукупність наявних економічних ресурсів, які вступають у взаємозв'язок та максимально задовольняють функціональні потреби середовища господарювання. Економічна міць – це система наявних економічних ресурсів, які вступають у взаємозв'язок та максимально задовольняють функціональні потреби компетенцій підприємства. Економічні резерви – засоби і можливості реалізації бізнес-процесів, за яких наявні економічні ресурси вступають у взаємозв'язок та максимально задовольняють функціональні потреби суб'єкта. Ресурсна база – виробничі

Секція 6. Адаптація обліку, аналізу та аудиту до економічних змін

відносини, що залежать від компетенцій підприємства, за яких наявні економічні ресурси вступають у взаємозв'язок та максимально задовольняють функціональні потреби суб'єкта.

Отже, основна риса термінів-омонімів полягає в тому, що не завжди ті омонімічні поняття, якими ми звикли апелювати у різних галузях науки, відповідають критеріям термінування. Через існування таких омонімічних конструкцій при їх використанні часто виникають значні труднощі у розумінні та інтерпретації. Завдяки дослідженню та аналізу фонетичної якості терміноелементів можна визначити чи відповідають омоніми основним вимогам і критеріям, що визначаються у мовознавстві та трохи наблизитися до розмежування полісемічних та омонімічних явищ у процесі позначення понять за допомогою методу ПУНКТ на множині прикладів з економічних омонімічних термінів.

Підсумовуючи проведений аналіз, можна стверджувати, що з інтенсивним процесом глобалізації українська економічна термінологія перебуває у стані постійного розвитку й удосконалення, а подальший аналіз термінів-омонімів як на рівні термінологічної системи, так і на рівні функціонування є вкрай необхідним і актуальним як для української лінгвістики, так і для інших областей науки, зокрема економіки.

Література:

1. Дорошко М. В., Кривуля П. В. Комунікаційні хиби при консолідації інформації у проектних командах : монографія. Луганськ: Вид-во ЛДАКМ, 2014. 196 с. ISBN 978-966-2005-15-8.
2. Крамаренко В. І. Менеджмент : Навч. посіб. К. : ЦУЛ, 2000. 248 с.
3. Кривуля П. В., Дорошко М. В. Конвенции внутриорганизационных коммуникантов как условие информационного обеспечения принятия управленческих решений. *Проблемы экономического и правового обеспечения менеджмента хозяйствующих субъектов* : сб. научн. трудов Донецкого национального технического университета. Донецк: ДонНТУ, 2008. С. 169-176.

4. Кривуля П. В. Предложение и проверка концепта тропов систем показателей: ситуативность СП-тропов и качественная оценка их видов. *Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля*. 2013. № 4(2). С. 81-91.

5. Кривуля П. В. Экономическая безопасность субъектов хозяйственной деятельности – предмет науки синдиники организаций и производной деятельности по предотвращению ущерба. *Вісник Східноукраїнського національного університету ім. В. Даля*. 2013. № 10 (199). Ч. 1. С. 99-109.

6. Кривуля П. В., Сафонова К. Я. Невпевненість у середніх значеннях профілю належної конотації термінів за використанням методу «ПУНКТ». *Взаємодія одиниць мови і мовлення: комунікативно-когнітивний, соціокультурний, перекладознавчий і методичний аспекти* : зб. матеріалів VII міжн. наук.-практ. конф. Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, Політехніка, 2020. С. 52-54.

7. Сафонова К. Я., Кривуля П. В. Обґрунтування пропозиції та завдання верифікації гіпотези профілю належної конотації термінів та терміноелементів. *Південноукраїнські наукові студії* : матеріали всеукр. наук.-практ. конф. студентів та молодих вчених. 19 груд. 2019 р., м. Одеса / Наук. ред.: О. Б. Петінова. Одеса: ПНПУ ім. К. Д. Ушинського, 2020. С. 47-49.

8. Сафонова К. Я., Кривуля П. В. Пропозиція методу «ПУНКТ» і верифікація експертизи фонетичної якості термінів з використанням профілю належної конотації на прикладах з економічної термінології. *Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля*. 2020. № 2 (258). С. 68-81.

9. Сафонова К. Я. Міжмовне порівняння фонетичної якості термінології. *Актуальні проблеми науково-промислового комплексу регіонів* : матеріали VI Всеукр. наук.-техн. конф., 13-17 квітня 2020 р. Рубіжне : [ІХТ СХУ ім. В. Даля], видавець О. Зень, 2020. С. 160-162.

Ткаченко А.А. к.е.н., доцент кафедри обліку, аналізу і оподаткування

Гудзенко А.В. студентка

Черкаський державний технологічний університет

м. Черкаси, Україна

Ефективність організації в управлінні грошовими потоками для забезпечення фінансово-економічної безпеки підприємства

В сучасних умовах господарювання розвиток підприємств залежить від світового економічного розвитку. Тому через економічні кризи, нестабільність епідеміологічної та політичної ситуації, законодавчі зміни, виникають загрози, що впливають на рівень їх розвитку. Оскільки, будь-яке підприємство не існує саме по собі, а пов'язане з економікою в цілому. На практиці спостерігається неможливість тривалого стабільного забезпечення фінансово-економічної діяльності вітчизняних підприємств. Запобігти цьому може ефективне управління фінансово-економічною безпекою підприємства, що є однією з умов успішної діяльності суб'єктів господарювання. Зокрема, від збільшення обсягів грошових потоків залежить розвиток підприємств, вони одні з найбільш численних явищ у господарській діяльності кожного суб'єкта господарювання. Грошові кошти та їх потоки є посередником для розподілу і перерозподілу суспільного продукту, його трансформації з товарної форми в грошову, і навпаки. А отже, визначити рівень забезпечення фінансово-економічної безпеки можна за допомогою вивчення грошових потоків підприємства, що дозволить попередити фактори її зниження.

У науково-економічній літературі питанню вивчення грошових потоків у забезпеченні фінансово-економічної безпеки присвячено не так багато праць, пов'язано це з тим, що сам напрямок економічної безпеки підприємств тільки починає розвиватися в Україні. Але не можна стверджувати, що в цій роботі дана проблема розглядається вперше. Значний вклад у дослідження проблематики аналізу, обліку та контролю грошових потоків внесли такі науковці та практики, як: Ф.Ф. Бутинець, Г.М. Воляник, П.М. Гарасим,

Н.М. Малюга, М.С. Палюх, В.С. Лень, Г.В. Нашкерська, Р.М. Іванчук, О.А. Іванчук, Т.П. Головченко, І.М. Кукса та ін. Крім того, питання щодо забезпечення фінансово-економічної безпеки підприємства в нестабільних умовах існування розглянуто в працях таких науковців, як: Л.А. Могиліна, М.Д. Білика, М.Я. Лотоцького, О.В. Ткаченка, Ю.М. Петренко та ін. Тому цей напрямок потребує відповідних досліджень, що забезпечує актуальність даної наукової праці.

Зважаючи на соціально-економічні умови в державі, органи управління грошовими потоками на підприємстві повинні керуватися такими управлінськими принципами: своєчасності одержання точної і правдивої інформації, оперативності, системності, комплексності та ефективності діяльності. Тому основними завданнями управлінської ланки є підсилення сприятливих та зниження несприятливих впливів на господарську діяльність підприємства, через виконання всіх принципів управління, а також через пошук нових ідей, розробок, методів роботи, які повинні впроваджуватися на підприємстві, щоб дати можливість досягти переваг та розвитку підприємству. До основних завдань фінансово-економічної безпеки на основі управління грошовими потоками можна віднести: планування і прогнозування фінансової стійкості підприємства, аналіз поточного стану діяльності, максимізації прибутковості та рентабельності, забезпечення стабільності на внутрішніх і зовнішніх ринках, прогнозування зовнішньоекономічної ситуації та інших факторів, що впливають на діяльність підприємства. Відповідно до завдань і принципів формується система управлінських методів грошовими потоками, а саме: аналіз грошових потоків, їх планування, оптимізація, спостереження і контроль їх динаміки.

Управління стратегічним розвитком на підприємстві є першочерговою необхідністю, відсутність цього може призвести до банкрутства та закриття в майбутньому. Тому для забезпечення перспективної стратегічної діяльності, потрібно дослідити внутрішні та зовнішні загрози фінансово-економічної безпеки підприємства. Ці результати будуть використовуватися при плануванні

його стратегічного розвитку. Такими загрозами фінансово-економічної безпеки є відсутність ведення платіжного календаря та ефективної системи планування, великі обсяги дебіторської та кредиторської заборгованості, відсутність системи фінансового контролю, високий рівень конкуренції, нестабільність економіки, рейдерство, політичні кризи, значна інфляція [1, ст. 104]. А також потрібно дослідити стан фінансово-економічної безпеки підприємства за допомогою аналізу грошових потоків. Аналізуючи грошові потоки, виявляють рівень їх достатності, необхідний для нормального функціонування підприємства, визначають ефективність й інтенсивність їхнього використання в процесі операційної, інвестиційної й фінансової діяльності, можливість покриття взятих зобов'язань. Все це дає змогу оцінити забезпеченість грошовими потоками на підприємстві, які впливають на фінансово-економічну безпеку. Ефективне формування грошових потоків означає таке надходження і витрачання грошових коштів, яке створює чистий грошовий потік та дає віддачу у вигляді чистого прибутку. Тому варто виявити збалансованість позитивного і негативного грошових потоків у загальному обсязі, вивчити динаміку показника чистого потоку [2, ст. 297].

Як бачимо з вищевикладеного, основним елементом фінансово-економічної безпеки підприємства є грошові потоки. Тому, впровадження ефективного управління грошовими потоками забезпечить фінансову стабільність і розвиток на підприємстві та знизить фінансово-економічні загрози, що позитивно вплине на фінансово-економічну безпеку.

Література:

1. С.Я. Єлецьких, К.Г. Петрищева. Фінансова безпека підприємства в управлінні грошовими коштами. Економічний вісник Донбасу. 2017. Вип. № 3(49). С. 101-106 с.
2. Цал-Цалко Ю.С. Фінансовий аналіз: підручник. Київ: Центр учбової літератури. 2008. 566 с.

*Ятченко А.С.
студент кафедри обліку та фінансів,
Черкаський державний бізнес-коледж,
м. Черкаси, Україна*

Впровадження та розвиток багатофункціонального програмного продукту “BAS Бухгалтерія”

У зв'язку з заборною продуктів 1С та припинення їх підтримки на території України, був створений програмний продукт BAS [1]. “BAS Бухгалтерія” – це нове програмне забезпечення українських розробників, універсальна програма для ведення бухгалтерського обліку для будь-яких компаній. Користувачам програмних продуктів, які містять типову конфігурацію 1С Підприємство «Бухгалтерія для України» 2.0. надається право пільгового переходу на новий програмний продукт. Перехід на “BAS Бухгалтерія” є технічно простим, оскільки конфігурації ідентичні по структурі збереження даних та інтерфейсу. Дане рішення дозволяє спростити і оптимізувати бухгалтерський і податковий облік, а також підготувати звіти для керівника і державних органів. Крім ведення бухгалтерського та податкового обліку, програмне рішення BAS, допомагає вирішувати інші облікові завдання організації: виписувати первинні документи, вести облік продажів і багато іншого. Програма “BAS Бухгалтерія” містить весь необхідний функціонал для формування операцій за касою та банком: отримання, видача грошей у банку; сплата податків; розрахунки з контрагентами в готівковій і безготівковій формі; видача, повернення грошей під звіт; обмін іноземних валют.

Програмні продукти BAS добре зарекомендували себе на ринку України, як ефективні і багатофункціональні системи для автоматизації бізнесу. Широка лінійка рішень і доступна ціна дозволяє підібрати потрібний товар BAS для компанії з будь-якої галузі і будь-яких масштабів. Програмні продукти BAS складаються з двох частин - платформи BAF і безпосередньо самої конфігурації. Гнучкість платформи дозволяє використовувати рішення BAS для

Секція 6. Адаптація обліку, аналізу та аудиту до економічних змін

автоматизації обліку і управління компанією на підприємствах будь-якої спрямованості - бюджетних організаціях, оптової та роздрібною торгівлі, підприємствах сфери обслуговування та багатьох інших. Завдяки гнучкості платформи, продукти BAS легко впораються з специфічними завданнями будь-якого бізнесу, що дозволяє отримати ідеальне рішення для комплексної автоматизації бізнесу. В одній програмі можуть одночасно працювати користувачі всіх відділів і підрозділів організації. Роботу можна організувати так, щоб найбільш об'ємні операції по обробці даних виконувалися на одному потужному комп'ютері (сервері), а комп'ютери користувачів отримували тільки результат. Завдяки цьому робота програми значно прискорюється.

Облік в програмі "BAS Бухгалтерія" ведеться на основі плану рахунків бухгалтерського обліку, який відповідає Наказу Міністерства Фінансів України «Про затвердження Плану рахунків бухгалтерського обліку і Інструкції про його використання» від 30.11.1999р. №291 [2]. Склад рахунків і організація аналітичного, валютного, кількісного обліку на рахунках відповідають вимогам законодавства. Передбачена опція самостійного створення додаткових субрахунків і розрізів аналітичного обліку (якщо є така потреба).

Крім офіційних документів, можна працювати зі звичними для нас файлами, які створюються у ході робочого процесу, наприклад: чернетки, аудіо та відео файли, файли систем проектування, архіви, проектні матеріали, тощо. Документи можуть створюватися як "з нуля", так і шляхом формування з використанням шаблонів, є також процес автозаповнення файлів. Для зручності користування системою в ній можна включати або відключати окремі частини прикладного рішення без сторонньої допомоги програмістів.

Крім базової конфігурації підприємствам пропонується "BAS Бухгалтерія" КОРП, BAS ERP.

"BAS Бухгалтерія" КОРП є комплексним продуктом, автоматизує основні функції бухгалтерської служби: виписку і перевірку первинних документів; ведення бухгалтерського та податкового обліку; ведення кадрового обліку та нарахування заробітної плати; підготовку та здачу регламентованої звітності;

розрахунки з бюджетом. Рішення має розширений кадровий облік і дозволяє вести розрахунок складної заробітної плати [3].

BAS ERP - це один з найпотужніших сучасних продуктів, метою використання якого є повна автоматизація багатьох робочих процесів у великих підприємствах з великою кількістю робочих місць, складним процесом виробництва [4].

За прогнозами експертів “BAS Бухгалтерія” повністю замінить програмні продукти 1С на території України.

Література:

1. Про застосування, скасування і внесення змін до персональних спеціальних економічних та інших обмежувальних заходів (санкцій). Рішення Ради національної безпеки і оборони України Указом Президента України від 14 травня 2020 року № 184/2020. URL: <https://news.dtkk.ua/state/other/62489> (дата звернення 25.03.2021).

2. План рахунків бухгалтерського обліку, який відповідає Наказу Міністерства Фінансів України «Про затвердження Плану рахунків бухгалтерського обліку і Інструкції про його використання» від 30.11.1999р. №291. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0892-99#Text> (дата звернення 25.03.2021).

3. Офіційний сайт Bas-soft.eu URL: <https://www.bas-soft.eu/soft/bas-mass/bas-accounting-corp/> (дата звернення 21.03.2021).

4. Офіційний сайт Спілка Автоматизаторів Бізнесу URL: <https://a4.com.ua/bas-erp-ua/> (дата звернення 21.03.2021).

СЕКЦІЯ 7. РЕГУЛЮВАННЯ ВИКОРИСТАННЯ ЗЕМЕЛЬНИХ РЕСУРСІВ

*Денисенко І.С.,
провідний економіст відділу проблем економіки земельних і лісових ресурсів,
ДУ «Інститут економіки природокористування
та сталого розвитку НАН України»,
м. Київ, Україна*

Інструменти ефективного регулювання землекористування

Поточний стан у сфері землекористування вимагає використання відповідних інструментів для ефективного регулювання та відповідно комфортного старту ринку земель. Один із інструментів – це дерегуляція земельних відносин. На сьогодні процес оформлення земельних ділянок може тривати до року, також існує дуже суб'єктивний підхід до розгляду проєктів землеустрою. Потрібне запровадження принципу єдиного вікна та позбавлення зайвих процедур при оформленні земельних ділянок, що є критично необхідним на момент запуску ринку земель. Також це запровадження інструменту переважного права. В Земельному кодексі зазначено, що переважне право при купівлі земельних ділянок має орендар. В проєкті Закону про внесення змін до Земельного кодексу України та інших законодавчих актів щодо удосконалення системи управління та дерегуляції у сфері земельних відносин створюється певна юридична колізія у механізмі реалізації переважного права при купівлі земельних ділянок. Юридична особа є орендарем та відповідно до даного закону не має права набувати у власність земельну ділянку до 2024 року. Фактично такі норми ставлять під загрозу існування аграрних підприємств. Виникає ситуація, коли до 2024 року, тобто коли юридичні особи матимуть можливість набувати у власність земельні ділянки, більшість земель, в які було проінвестовано кошти, можуть перейти у власність третіх осіб.

Також досить ефективним інструментом є консолідація земель. Консолідацію не можна розглядати виключно як засіб уникнення фрагментації

земель. Європейський підхід розглядає консолідацію як інструмент розвитку сільських територій. На сьогодні більшість земельного фонду в Україні вже є дуже фрагментованим. Наразі склалась ситуація, коли масиви земель сільськогосподарського призначення стали занадто подрібненими, і їх неможливо обробляти великогабаритною технікою. Тобто, якщо дивитись на кадастровій карті на поля, то можна бачити, що вона складається з земель приватної, державної та в перспективі комунальної власності (в масивах земель все ще залишаються невитребувані паї, які лише з 2025 року перейдуть в комунальну власність територіальних громад). Це спричинено паюванням 27,5 млн га сільськогосподарських земель (66% всіх сільськогосподарських угідь в Україні), які були поділені на земельні частки (паї), середній розмір яких по Україні складає 4 га. Так в масиві сільськогосподарських земель середньою площею в 100 га знаходяться десятки земельних ділянок, які перебувають у власності десятків осіб та декількох землекористувачів. В результаті аграріям з року в рік стає все складніше уникати черезсмузжя, тобто ситуації коли у особи є права на користування земельними ділянками в межах одного масиву, проте вони не з'єднані спільними межами. Тому формувати та обробляти цілісні масиви земель неможливо.

Законодавчо механізм консолідації сільськогосподарських земель був закріплений в 2018 році шляхом обміну правами користування земельними ділянками. Проте обмін за таким механізмом повинен відбуватись шляхом укладання договору оренди, суборенди чи емфітевзису, що створює великі трансакційні витрати для землекористувачів, і шансів укласти такі договори без згоди власника земельної ділянки немає. Найбільшою перешкодою для землекористувачів стала вимога щодо встановлення статусу істотного землекористувача в масиві, інвентаризації масиву землі та реєстрації його в Державному земельному кадастрі.

Законодавство, яке вже прийняте, зокрема про обіг земель, про ринок землі, про національну інфраструктуру геопросторових даних тощо є успіхом для аграрного сектору, але поки що аграрний виробник в країні не може на

Секція 7. Регулювання використання земельних ресурсів

сьогодні почувати себе захищеним. Аграрна галузь на сьогодні забезпечує 17% ВВП та 40% валютних надходжень. Консервативна модель для сфери землекористування, для ринку в цілому, відсутність зазначених інструментів та запобіжників може негативно вплинути на економічні показники та відповідно не забезпечити прогнозований економічний ріст від запровадження обігу земель.

Запровадження подібних інструментів в Україні сприятиме збереженню та відновленню земельних ресурсів, розвитку сільського господарства, формуванню сімейного фермерського господарства у сільській місцевості та підвищенню рівня життя сільських жителів, забезпеченню продовольчої безпеки та розвитку країни як конкурентоспроможної держави.

Разом з тим запровадження ринку землі сприятиме поліпшенню інвестиційних процесів, сформується необхідні умови для ефективного використання земельних ресурсів. Так як земельні ресурси на теперішній час все ще недооцінені, то з повноцінним запровадженням ринку земель підвищаться вартісні характеристики.

Також одним із системних ефектів взаємодії циклів є платежі за використання природних ресурсів. Попри значний потенціал, ці платежі досі не є дієвим економічним інструментом.

Державна політика в сфері природокористування повинна використовувати нові інструменти регулювання, зокрема платежі за екосистемні послуги, тобто це такі преференції, які можуть формувати природні ресурси, такі як виробництво харчової продукції, зменшення забруднення, переробку відходів, водорегуляцію тощо. Фінансовий капітал за екосистемні послуги можуть перевищувати реальні показники та характеризуватися вагомим потенціалом наповнення бюджетів. Наприклад, в Україні вартість екосистемних послуг пасовищ і ріллі та водно-болотних площ за світовими ціновими показниками істотно перевищує поточні рентні платежі до бюджету сфери землекористування.

*Кірін Р.С., д.ю.н., доцент, провідний науковий співробітник,
Державна установа «Інститут економіко-правових
досліджень імені В.К. Мамутова НАН України», м. Київ, Україна*

Правове регулювання використання земельних ресурсів вугільних мономіст

Закріплюючи важливе правове становище землі, Конституція України визначила, що, по-перше, земля є одним з природних ресурсів, які відносяться до об'єктів права власності Українського народу (ст. 13), і, по-друге, земля є основним національним багатством, що перебуває під особливою охороною держави (ст. 14).

При цьому, використання власності на землю не може [1, ст.1]: а) завдавати шкоди правам і свободам громадян, інтересам суспільства; б) погіршувати екологічну ситуацію; в) погіршувати природні якості землі.

Принцип поєднання особливостей використання землі як територіального базису, природного ресурсу і основного засобу виробництва, є одним з тих, на яких базується в цілому земельне законодавство.

Саме з нього походить й власне категорія «земельні ресурси», що вживається у Законі України «Про охорону земель» [2, ст. 1] в такому значенні - сукупний природний ресурс поверхні суші як просторового базису розселення і господарської діяльності, основний засіб виробництва в сільському та лісовому господарстві.

Однією з важливих складових економіки країни була і поки залишається вугільна галузь. Господарська діяльність її суб'єктів здійснюється переважно у межах монофункціональних міст, кількість яких тільки на підконтрольній території України наразі перевищує 60 населених пунктів.

Тож, питання формування блоку нормативно-правових актів, що регулюють сукупність земельних відносин, які виникають у сфері діяльності вугільних об'єктів, виглядає досить актуальним, оскільки дана сукупність впливає й на надзвичайно важливі групи суміжних відносин, а саме - соціальних, економічних, екологічних, житлово-комунальних тощо. Крім того, міжгалузевий характер завдання обумовлює необхідність виокремлення

Секція 7. Регулювання використання земельних ресурсів

відповідних груп, що мають як загальний так і особливий характер відносин.

На мою думку, найбільш актуальними групами відносин, що потребують дієвого правового механізму, є такі: 1) моніторинг стану та облік земельних ділянок, що знаходяться в зоні впливу господарської діяльності вугільних об'єктів (територія та рівень впливу); 2) визначення техногенних та природних факторів безпосереднього впливу на навколошахтне геологічне середовище (об'єкт та характер впливу); 3) зонування земельних ділянок за рівнем впливу та деградації; 4) визначення напрямів екологічної реабілітації навколошахтних земельних ділянок в залежності від рівня їх деградації; 5) визначення напрямів повторного використання відновлених територій в залежності від їх природних можливостей та соціально-економічних потреб власників.

На даному етапі дослідження зазначених питань пропонується провести аналіз засадничих положень, сформульованих на рівні урядових підзаконних актів стратегічного та концептуального характеру.

Зокрема, Національна економічна стратегія 2030 [3] в якості викликів і перешкод на шляху досягнення стратегічної цілі 1 «Забезпечення високого рівня енергетичної безпеки та інтеграція України в європейський енергетичний ринок» вбачає, серед іншого, що закриття шахт та трансформація вугільних регіонів сприяє формуванню ризиків для роботи теплової генерації та ставить під загрозу існування населених пунктів, що мають високу залежність від вугільних шахт та теплоелектростанцій.

В той же час, серед шляхів досягнення стратегічної цілі 4 «Забезпечення гармонізації галузі з навколишнім середовищем», окрему увагу привертають такі: - попередження екологічних проблем, що пов'язані з закриттям шахт, завершенням видобутку надр; - справедлива трансформація вугільних регіонів.

Ці напрями планується забезпечити завдяки виконанню наступних завдань:

- 1) проведення рекультивації земель та екологічного відновлення територій вугледобування;
- 2) затвердження норм та стандартів закриття шахт;
- 3) створення спеціального фонду для забезпечення проведення

рекультивациі земель після завершення робіт на ділянках надр;

4) реалізація проєктів і програм підтримки та розвитку окремих типів територій (зокрема сільських територій у несприятливих умовах, вугільних регіонів тощо);

5) розроблення та впровадження програми соціального захисту, зокрема з урахуванням гендерної складової;

6) забезпечення перепідготовки працівників шахт, що будуть закриті;

7) сприяння диверсифікації економіки регіонів, які найбільш залежні від вугільної промисловості.

Проєкт Концепції трансформації вугільних регіонів України 2030 [4] в напрямку удосконалення державної політики щодо покращення екологічної ситуації у межах вугільних територій, передбачає низку заходів, які пропонується згрупувати у такі блоки: - міжнародно- та європейсько-правове регулювання екологічних та енергетичних відносин; - зниження екологічних ризиків у зв'язку із закриттям (консервацією) вугільних підприємств; - рекультивация та озеленення породних відвалів; - підготовка електронних карт, що відображають у режимі реального часу стан ґрунтів вугільних території тощо.

Державна стратегія регіонального розвитку 2021-2027 [5] передбачає також розроблення проєкту Державної програми соціально-економічної трансформації територій, де перебувають у стадії закриття вугледобувні та вуглепереробні підприємства, на довгостроковий період та забезпечення її виконання. Зокрема, серед завдань за напрямом «Протидія кризам на територіях з особливими проблемами розвитку (сільські території у несприятливих умовах, малі монофункціональні міста, прикордонні території у несприятливих умовах)» пропонується внесення змін до законодавства у сфері стимулювання розвитку регіонів у частині визначення: - типів проблемних територій; - порядку та критеріїв визначення таких територій; - розширення переліку інструментів та механізмів стимулювання їх розвитку.

Актуальною, в аспекті підзаконного регулювання, уявляється й

Секція 7. Регулювання використання земельних ресурсів

сукупність відносин у сфері базових геопросторових даних, до яких, згідно із Законом України «Про національну інфраструктуру геопросторових даних» відносяться відомості про земельні ділянки, земний покрив та ґрунти. Наприклад, у відповідності до «Меморандуму між Міністерством захисту довкілля та природних ресурсів України та Державним космічним агентством України про співробітництво в сфері науки, технології та освіти», фахівці Національного центру управління та випробувань космічних засобів надають космічні знімки, результати їх тематичної обробки та відповідну аналітику. Використовуючи різночасові космічні знімки певних територій можна провести порівняльний аналіз та виявити динаміку змін поверхні земельних ділянок, у тому числі - в зоні впливу вугледобувних об'єктів.

Література:

1. Земельний кодекс України від 25 жовтня 2001 р. № 2768-III. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2768-14#Text> (дата звернення 06.04.2021)
2. Про охорону земель : Закон України від 19 червня 2003 р. № 962-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/962-15#Text> (дата звернення 06.04.2021)
3. Про затвердження Національної економічної стратегії на період до 2030 року : постанова Кабінету Міністрів України від 3 березня 2021 р. № 179. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/179-2021-%D0%BF#Text> (дата звернення 06.04.2021)
4. Проект розпорядження Кабінету Міністрів України «Про схвалення Концепції трансформації вугільних регіонів України на період до 2030 року». URL: <https://www.minregion.gov.ua/base-law/grom-convers/> (дата звернення 06.04.2021)
5. Про затвердження Державної стратегії регіонального розвитку на 2021-2027 роки : постанова Кабінету Міністрів України від 5 серпня 2020 р. № 695 // Офіційний вісник України від 28.08.2020 — 2020 р., № 67, стор. 315, ст. 2155.

*Кулаков Є. В., здобувач вищої освіти
Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля
м. Сєвєродонецьк, Україна*

**Непропорційна забудова в областях України
як прояв локального дефіциту пропозиції землі
під житлове будівництво**

Оскільки будівництво житла є одним із основних макроекономічних показників, то державі необхідно брати в ньому активну участь, а також стимулювати діяльність приватних забудовників, регулювати процеси будівництва в плані ціноутворення на побудовані будівлі, якості житла, що зводиться, ефективності використання ресурсів і територіальної прихильності. В Україні ця проблема стоїть досить гостро, так як в основному житлове будівництво відбувається у Києві і Київській області, і переважно у Західній Україні, в той час як у Центральній, Південній та Східній Україні є відчутний брак житлових будівель. Тобто можна констатувати наявність проблеми суттєвого розкиду площі збудованого житла за областями України. Для порівняння, за даними Держстату України [1], в 2018 році Київська область за загальною сумою побудованих квадратних метрів зайняла лідируючу позицію з більш ніж 1,5 мільйонами одиниць, в той час як Донецька і Луганська області очолили антирейтинг цього списку з приблизно 40 і 16 тисячами відповідно. За розрахунками кількості квадратних метрів житла на 1000 осіб населення ситуація повторюється: Київська область облаштувала 878 квадратних метрів на 1000 осіб, в той час як Донецька – 9,7, Луганська – 7,4, при тому що наступна в антирейтингу область, Запорізька, має 39,8 одиниць на 1000 осіб населення. Метою розпочатого дослідження є дослідження механізмів утворення дефіциту пропозиції землі під забудову житла, – сутність такого поняття показано у [5]. Актуальність дослідження визначено тим, що значна роль будівельної галузі посідає одне з основних місць в економіці держави, оскільки ця галузь створює основні фонди як виробничого, так і невиробничого

Секція 7. Регулювання використання земельних ресурсів

характеру для функціонування всіх галузей національної економіки, але залежить від державної політики щодо її підтримки та регулювання, спрямованого на інформаційне забезпечення, створення також нормативно-правової бази стимулюючого податкового навантаження, тощо. На економічний розвиток та використання економічного потенціалу впливають багато різних чинників, які складають та впливають на функціонування виробничої структури регіону, через що виникають вузькі місця цієї структури. Та як це показано у [3, 4, 6] ці вузькі місця не просто зменшують економічний потенціал регіону, а й тим більше його зменшують, чим до більш початкових стадій переробки ресурсів вони належать.

Необхідно заздалегідь визначати, з якої кінцевої мети будується об'єкт, та відповідно яке призначення має територія, яку буде він займати. Кінцева мета має містити в собі план економіко-соціального розвитку області, а всі споруди розміщуватися з урахуванням максимізації ефективності виробничих циклів що відбуваються в регіоні. Так, наприклад має сенс розміщувати житлові будинки поблизу ВНЗ та інших навчальних закладів, торговельних центрів, туристичних і культурних об'єктів, промислових споруд різноманітної спеціалізації, військових частин та ін. Ця вимога пропорційності розвитку секторів стосується як окремих локацій так і регіону в цілому з тією різницею, що спеціалізація локацій має бути більшою та пропорційність має бути забезпечена у вузькому спектрі вимог, а регіональна спеціальність навпаки має бути більш наближеною до охоплення широкого спектру людських потреб. Тому брак житла змушує людей переселятися з таких областей ближче до столиці, при цьому перенаселяючи її і піднімаючи попит на житло, що відповідно піднімає і його ціну, оренду. Слід визначити також, що зменшення густоти населення у певних територіальних осередках є також негативним показником діяльності держави як соціально-економічного регулятора, – на подолання таких наслідків концентрації населення спрямована політика багатьох держав, зокрема Франції. Брак збудованого житла в Донецькій та Луганській області також може впливати на ціноутворення на локальних ринках нерухомості. Оскільки ці

регіони мають велику кількість ВНЗ й інших навчальних закладів вищої та середньої освіти, а також мають більший шанс бути обраними внутрішньо переміщеними особами як нове постійне місце проживання, то забудова даних областей новим, дешевим і якісним житлом має бути визнана критично важливою для забезпечення національної безпеки.

Також, негативні наслідки у соціально-економічному розвитку регіонів та держави в цілому може спричинити відтік населення в інші області та навіть у інші країни, з більш розвиненою інфраструктурою житлової сфери, і де перелічені страти населення знайдуть більш привабливі умови проживання, комфортне житло, або місце для побудови житла із задовільною якістю та вартістю, оскільки, через більшу кількість побудованого житла, у порівнянні з Луганською і Донецькою областями, має місце збільшення пропозиції, що в свою чергу означає можливість придбання житла за нижчою вартістю в Запорізькій області, ніж в Луганській, при рівних пропонованих варіантах. У такій ситуації, студенти, які могли б поступити до ВНЗ Луганської області, можуть віддати перевагу навчальним закладам Запорізької або Кіровоградській, оскільки при рівних по характеристиках жител, в Луганській ціноутворення буде прагнути до збільшення.

Найбільш помітною проблемою державного регулювання в плані забудови є зростання урбанізованого населення. За даними ООН [2], на 2020 рік, частка міського населення становить 55,3% від населення планети. До 2030 року, ООН прогнозує, що частка урбанізації складе близько 60%, оскільки приріст міського населення продовжує стрімко зростати, в той час як сільське населення стагнує. Це помітно по відтоку населення з сіл в більші міста, регіональні або державні економічні центри.

Населення прагне переїжджати до більш населеного місця проживання, особливо це стосується столиць держав і їх найбільш великих міст, що помітно також на прикладі України, який розглянуто раніше, бо будівництво житла сильно сконцентровано у Києві та Київській області. Даний фактор створює безліч проблем. Серед таких проблем можна акцентувати увагу на кореляції

Секція 7. Регулювання використання земельних ресурсів

зростання цін на житло, товари і послуги умовного населеного пункту з ростом його населення, в той час як менш заселені міста і села зазвичай мають більш низьку вартість проживання і послуг, але така диспропорція у розвитку регіонів не стає позитивним чинником розвитку всієї країни.

Державі слід регулювати темпи житлової забудови більш пропорційно з декількох причин, перша з яких - поступове відмирання малозаселених міст. У містах, в яких йде не приріст, а спад населення зазвичай не відбувається зростання економіки, підприємствам не вигідно відкриватися в місті або селі в довгостроковій перспективі, відповідно йде зниження отримуваних послуг населенням і відтік людей стимулюється і далі. Можливим вирішенням цієї проблеми є державне субсидування необхідних послуг в містах, де відбувається спад населення.

Наступною причиною, за якої державі необхідно регулювати концентрацію населення шляхом визначення темпів житлової забудови по різних областях – економічний і стратегічний інтерес держави. Якщо в ресурсовидобувних, промислових, сільськогосподарських чи інших економічно важливих для держави містах буде дороге житло, мала його кількість для забезпечення робітників місцями житла, то це теж потягне відтік населення в інші міста, чого держава повинна не допустити. В цілому, якщо не забезпечувати дешевим і якісним житлом інші міста і села, крім економічних центрів, то це спричинить концентрацію населення в останніх, проте економіці буде дуже важко триматися тільки на торгових містах, не забезпечуючи при цьому себе внутрішніми ресурсами і продовольством, дозволяючи заходити на ринок іноземним товарам.

Останні роки, за умов поширення епідемії COVID-19, показали, що щільно заселені міста важче борються з вірусом, оскільки людям важче дотримуватися соціальної дистанції, ніж у малонаселених містах. Населенню важче добиратися до місць роботи, житла, продуктових магазинів, лікарень і місць навчання, оскільки через соціальну дистанцію дозволені місця в міському транспорті державі довелося знизити, але кількість машин не збільшено, що

дало скоріше зворотний ефект – люди масово збираються на зупинках в очікуванні транспорту. У більш заселених містах також вище ймовірність нового спалаху вірусу, оскільки більш густа заселеність означає підвищений шанс поширення вірусу. Освіта також страждає більше у великих містах, так як у малонаселених містах зазвичай менше класи в школах і групи в коледжах і університетах, що дає можливість не вводити дистанційне навчання. Сфера послуг і розваг, а також продовольчі магазини зобов'язані також вводити обмеження на свою діяльність, з метою недопущення скупчення людей, що б'є по їх прибутку і кількості обслужених клієнтів.

Взявши до уваги всі фактори, можна зробити висновок про необхідність державного регулювання житлової забудови, з метою дотримання пропорційності заселення територій, оскільки в цьому полягає економічний, стратегічний, промисловий і соціальний інтерес держави. Але такий висновок сам по собі не є певним науковим результатом, не може претендувати на статус нового знання, – новою тезою стає пропозиція поняття дефіциту пропозиції землі під забудову житла та обґрунтування його відносної інтерпретації: дефіциту може не бути у густо заселених регіонах, та його можна діагностувати у регіонах з меншою густотою населення, бо його причинами стають відносна пропорція забудови (ціноутворення на різні види будівництва може спричиняти непривабливість саме житлової забудови, її відносну дорожнечу, або відносну дорожнечу міста під забудову житла) та відносна пропорція у виробничій структурі регіону, коли недостатність місця під забудову житла у окремих виробничих ланках, або недостатність житла для робітників окремих ланок виробничої структури регіону стає на заваді розвитку всій структурі, стає вузьким місцем функціонування структури.

Варто пам'ятати, що держава не має надмірно втручатися в економіку країни, оскільки це суперечить концепції вільного ринку, але має стимулювати певні роботи, в регіонах де вони необхідні і, навпаки, не допускати, або використовуючи законодавчу базу, перешкоджати появі неефективних споруд. Держава повинна заохочувати будь-яку громадську, благодійну чи приватну

Секція 7. Регулювання використання земельних ресурсів

діяльність, спрямовану у тому ж напрямку розвитку, що і політика влади, це стосується і забудови житла.

Література:

1. Загальна площа прийнятих в експлуатацію будівель по регіонах у 2018 році. [Електронний ресурс] URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2018/bud/kzp/arh_kzp2018_u.htm (дата звернення: 24.03.2021).

2. Exposure and vulnerability to natural disasters for world's cities. [Електронний ресурс] URL: https://www.un.org/development/desa/pd/sites/www.un.org.development.desa.pd/files/files/documents/2020/Apr/un_2019_techpaper4.pdf (дата звернення: 24.03.2021).

3. Кривуля П. В. О соотношении величин производственной мощности и экономического потенциала регионального кластера и составляющих его предприятий. *Технологія-2020* : XXIII матеріали міжн. наук.-техн. конф., Северодонецьк: Східноукр. нац. ун-т ім. В. Даля, 2020. С. 239-241.

4. Кривуля П. В., Штапаук С. С., Дёмина В. В. Предложение и сопоставление понятий производственной структуры отрасли и производственной структуры региона. *Вісник Східноукраїнського національного університету ім. В. Даля*. 2012. № 1 (172). Ч. 2. С. 287-293.

5. Кулаков Є. В. Deficit of Accessible House Land – Дефіцит землі для житлової забудови. *Цілі сталого розвитку: проблеми і можливості досягнення в Україні та світі*: матеріали IV всеукр. наук.-практ. конф. ЗВО та молодих вчених. Северодонецьк : СНУ ім. В. Даля, 2020. С. 150-152.

6. Паничок М. Ю., Кривуля П. В. Пристосовність різних підходів щодо інтерпретування категорій «ефект» та «ефективність» для вирішення завдань оцінювання використання економічного потенціалу регіону. *Економічний вісник Донбасу*. 2019. № 3 (57). С. 10-20.

Пандас А.В., к.е.н, доцент, доцент кафедри економіки та підприємництва, Одеської державної академії будівництва та архітектури, м. Одеса, Україна

Агломерації: особливості формування та перспективи розвитку

Формування сучасних територій вимагає активного, комплексного та всебічно продуманого розвитку. Необхідне перетворення системи розселення, зміна відношення до міст прикладання праці, модернізація транспортного каркасу, соціальної та інженерної інфраструктури, системи рекреації, обмеження зростання міста-центру, розвиток приміських населених пунктів.

Світовий досвід вивчення просторової організації визначає, що сучасною раціональною формою використання територій є агломерація. Агломерація – це форма взаємодії великого міста (міста-центру, «ядра») та сусідніх менших територіальних угруповань (міст, селищ, сіл), в результаті якого створюється єдиний соціально-економічний та інвестиційний простір із загальною системою соціально-економічних зв'язків, транспортного та інженерного обслуговування, рекреаційним каркасом.

Особливість агломерації є те, що вона формується самостійно і визначено це історичним розвитком території і мережі поселень в конкретній просторово-географічній ситуації. За визначенням ООН, міська агломерація – це населення, розміщене на сусідніх територіях, заселених з міською щільністю, незалежно від існуючого адміністративного поділу [2].

Сьогодні питання появи і розвитку агломерацій стає все більш актуальним. Великі міста перетворюють території навколо себе, а просторові угруповання в зоні впливу великого міста отримують нові можливості розвитку. Але об'єктивні процеси формування агломерацій гальмуються недосконалою законодавчою базою, відсутністю фінансових ресурсів та браком досвіду управління такими процесами. Стихійний, хаотичний, неконтрольований розвиток агломерацій тягне за собою низку негативних наслідків: дорожні пробки, напруженість громадського транспорту, нерівномірність використання ресурсів.

Секція 7. Регулювання використання земельних ресурсів

Основна мета територіального планування агломерації – найбільш розумне і комфортне облаштування її простору. Формування агломерації дозволяє [1]:

- розвинути систему поділу праці на основі диверсифікації економіки і спеціалізації;
- оптимізувати транспортну схему;
- оптимізувати і комплексно розвивати землекористування;
- сформувати природно-екологічний каркас;
- реалізовувати великі інфраструктурні об'єкти;
- оптимізувати і комплексно розвивати комунальну інфраструктуру;
- збалансовано розвивати освітню, торгово-розважальну, соціальну інфраструктуру.

На даний час сформувалося кілька основних підходів до розуміння та сприймання агломерацій [3, с.2]:

1. Економічний, як організація економічного простору.
2. Географічний, як сукупність поселень з різного роду зв'язками.
3. Соціальний, як організація життєдіяльності людей, господарсько-побутовими зв'язками.
4. Управлінський, як форма управління населеними пунктами.
5. Екологічний – спосіб оптимізації системи поселень на основі природно-екологічного каркасу.



Рис 1. Планувальна структура агломерації

Урбанізовані території на сучасному етапі переходять в нову форму, а саме – до формування міських агломерацій, що є важливим процесом в розвитку економіки країни і позначається на просторовій структурі економіки. Агломерація – більш розумна форма організації території, яка має на увазі найкраще і найбільш ефективно спільне використання територіальних і інших ресурсів. Формування великих сучасних агломерацій забезпечує: об'єднання ринків праці; розвиток ринків нерухомості – житлової, торгової, офісної та промислової; розвиток інфраструктури; зростання споживчих ринків товарів і послуг.

Раціональний розвиток території від центру до периферії дозволяє:

- знизити надмірну концентрацію виробництва і населення в межах великого міста;
- знизити напруженість у використанні функціональних зон різної спеціалізації;
- знизити інтенсивне зростання внутрішньої міграції.

Все це позитивно позначається на економічному розвитку регіонів і країни в цілому за рахунок підвищення динаміки економічних процесів, розвитку конкурентних ринків і зростання інвестиційної привабливості. Інтенсивний розвиток великих міських агломерацій має стати важливим завданням в рамках стратегії розвитку України на довгострокову перспективу.

Література:

1. Минаев Н. Управление городскими агломерациями / Н. Минаев, И. Волчкова, М. Данилова. – Business & Economics, 2018
2. Полян П.М. Вековая эволюция городских агломераций и угроза деградации опорного каркаса расселения России [Электронный ресурс] / П.М. Полян // Официальный сайт Международной Ассамблеи столиц и крупных городов «МАГ».
3. Сирина Д.А. Подходы к исследованию структуры городских агломераций / Д.А. Сирина // Интернет-журнал «Науковедение», 9 (1), 2017, с. 1 – 17.

*Шашула Л.О., к.е.н., старший науковий співробітник,
Державна установа «Інститут економіки природокористування та
сталого розвитку НАН України», м. Київ, Україна*

Деякі особливості становлення ринку природно-ресурсних активів

Після відкриття ринку землі сільськогосподарського призначення банки зможуть приймати земельні паї у якості застави для видачі кредитів фермерам. Наступним кроком після впровадження ринку земель науковою спільнотою вбачається формування ринку природно-ресурсних активів, що відбувається відповідно до чинного законодавства, частково адаптованого до законодавства ЄС, а саме за умовами Європейської ландшафтної конвенції. Відповідно для цілей цієї Конвенції [1]: а) "ландшафт" означає територію, як її сприймають люди, характер якої є результатом дії та взаємодії природних та/або людських факторів; б) "ландшафтна політика" означає формування компетентними органами влади загальних принципів, стратегій та керівних положень, які дозволяють вживати конкретні заходи, спрямовані на охорону, регулювання та планування ландшафтів; с) "мета якості ландшафту" означає, для конкретного ландшафту, формулювання компетентними органами влади прагнень громадськості стосовно рис ландшафту їхнього оточення; d) "охорона ландшафту" означає діяльність щодо збереження та підтримання важливих або характерних рис ландшафту, яка виправдовується його спадковою цінністю, зумовленою його природною конфігурацією та/або діяльністю людей; e) "регулювання ландшафту" означає діяльність, з точки зору сталого розвитку, спрямовану на забезпечення постійного утримання ландшафту для узгодження змін, спричинених соціальними, економічними та екологічними процесами та керування ними; f) "планування ландшафту" означає активну діяльність, спрямовану у майбутнє, щодо поліпшення, відновлення або створення ландшафтів. Сфера застосування відповідно до положень, що містяться у статті 15. Ця Конвенція застосовується щодо всієї території Сторін і охоплює природні, сільські, міські та приміські території, разом із землями, внутрішніми водами та морськими акваторіями. Це стосується ландшафтів, які можна

вважати винятковими, а також звичайних або занедбаних ландшафтів. Цілями цієї Конвенції є сприяння охороні, регулюванню та плануванню ландшафтів, а також організація європейської співпраці з питань ландшафту.

Таким чином формується архітектура міжнародної співпраці гравців ринку за такими рівнями: глобальний → мега-регіональний → національний мікрорегіональний → локальний. Щодо земельних ресурсів, то їх ринок майже в усіх країнах формується з такими економічними особливостями.

У вузькому сенсі під фактором виробництва «земля» розуміються земельні угіддя, земельні площі. Земля - природні ресурси, які дані самою природою і можуть бути використані для виробництва товарів і послуг. Природні ресурси - сукупність природних умов, які можуть бути використані в процесі створення товарів і послуг. Вони можуть бути реальні і потенційні, поновлювані і непоновлювані. Земля як фактор виробництва має такі особливості: 1) на відміну від інших факторів має необмежений термін служби і не відтворено за бажанням і її кількість обмежена; 2) за своїм походженням є природним фактором, а не продуктом людської праці; 3) не піддається переміщенню, вільному переведенню з однієї галузі в іншу, тому що вона нерухома, отже, в цьому унікальність фактора виробництва; 4) при використанні в сільському господарстві при раціональній експлуатації, не тільки не зношується, а й підвищує свою продуктивність.

Рента – це плата за користування землею та іншими природними ресурсами, пропозиція яких є постійною. Різні кліматичні особливості визначають особливість використання цього фактора. Продуктивність землі буде відрізнятися в залежності від її родючості. Власниками землі можуть бути: - держава; - АТ або корпорації; - приватна особа.

Зміна ціни на землю. Попит на землю є похідним від попиту на продовольство. Він залежить від: - родючості ґрунту; - місця розташування сільськогосподарських ділянок.

Секція 7. Регулювання використання земельних ресурсів

Ціна землі є капіталізована земельна рента, сумарна величина всіх майбутніх орендних платежів, які, як очікується, здатна принести конкретна земельна ділянка.

Вищевикладене – це в теорії, а як показує практика то за останні чотири роки середня ціна на землю впала на 25%. Тобто земля сільськогосподарського призначення з року в рік суттєво дешевшає в Україні [4].

Найбільше пайової землі за 3,5 року продавали на сході і півдні України, найменше – на заході. Наприклад, у Дніпропетровській області – 7 252 га, у Запорізькій області – 5 479 га, в Харківській області – 4 525 га. У той же час в Чернівецькій - 172 га, Львівській - 246 га, Волинській - 344 га.

Середня ціна на землю в Україні за 3,5 року становить 37 393 грн за гектар.

З 2016 року ціна знижується: у 2016 році – 54 545 грн. за га, в 2017 році - 42 487 грн. за га, в 2018 році - 40 050 грн. за га, в 2019 році – 36 228 грн за гектар.

Найдешевша земля - на сході і півночі, найдорожча - в центрі і на заході. У Львівській області гектар коштує 53 824 грн, у Київській – 52 261 грн, у Вінницькій – 51 377 грн. Найнижчу ціну виставляли в Донецькій області - 22 539 грн за га, Чернігівській - 26 079 грн за га і Луганській - 26 126 грн за гектар. На вартість сільськогосподарської землі в Україні впливають урожайність, наявність інфраструктури і бажання власника швидко продати пай. З ростом площі ділянки ціна за сотку майже не знижується.

Перспективи:

1. Державні програми на підтримку фермерських господарств за рахунок приватних банків включають: Компенсація вартості сільськогосподарських рослин; Фінансова підтримка сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів; Компенсація купівлі вітчизняної сільськогосподарської техніки та обладнання; Відшкодування кредитів фермерам та сільськогосподарському кооперативу; Компенсація витрат, пов'язаних з отриманими послуг від дорадчих служб; Бюджетна субсидія новоствореним фермерським

господарствам; Бюджетна субсидія фермерським господарствам (крім новостворених).

Альтернативні програми отримання коштів: Державні програми у підтримку рослинництва, тваринництва та закупівлі сільськогосподарської техніки. Міжнародні кредити від Німецько-українського фонду, програми від EU4Business.

Сайти, що допоможуть у веденні та відкритті бізнесу: Start Business Challenge, Платформа ефективного регулювання.

2. Аграрії почали акумулювати фінансові ресурси для придбання земель та заощаджувати на придбанні нової сільськогосподарської техніки, засобів захисту рослин, насіння тощо. Це стало викликом для компаній, які виробляють і реалізують таку продукцію. За прогнозами виробників сільськогосподарської техніки, в наступні 2-3 роки їх продажі знизяться на 25%. Такі прогнози пов'язані з відкладеним попитом аграріїв на придбання сільськогосподарської техніки та наданням переваги сервісним послугам з її обслуговування і ремонту, а також закупівлі комплектуючих для ремонту.

Ще одним ризиком при відкритті ринку земель є те, що особи, які не будуть віднесені до переліку суб'єктів права власності на землі сільськогосподарського призначення, опиняться в найризикованішій ситуації, оскільки не зможуть придбати землі, які обробляють та в які вкладають ресурси впродовж багатьох років. Подальша господарська діяльність таких суб'єктів агробізнесу опиниться під великим питанням. Враховуючи наведені обставини, 2020 р. запам'ятається агробізнесу відкриттям ринку землі з усіма перевагами, ризиками та викликами. В цій ситуації аграріям не обійтися без якісного юридичного супроводу.

Література:

1. Європейська ландшафтна конвенція (укр/рос)/режим доступу: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/994_154#Text. Дата звернення: 19.09.2020

СЕКЦІЯ 8. ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ ВИКОРИСТАННЯ ОБ'ЄКТІВ НЕРУХОМОСТІ

Ковальська Н.Ю.

Агенція нерухомості SLON, м. Одеса, Україна

Ширяєва Н.Ю., к.т.н., доцент кафедри менеджменту і маркетингу

Павлішина Г. В., здобувач першого рівня ОП Менеджмент

Одеська державна академія будівництва та архітектури, м. Одеса, Україна

Якість менеджменту майнових об'єктів на прикладі агенції нерухомості SLON

Анотація. З урахуванням інноваційних досягнень теорії та практики управлінської практики обґрунтовано перспективи розвитку менеджменту на прикладі агентства нерухомості SLON; пропонується участь у девелоперських проектах з урахуванням нормативних вимог процесу регулювання містобудівної діяльності; управління якістю здійснення операційного менеджменту на засадах сталого розвитку міст і громад.

Вступ. Об'єкт дослідження - ринок міської нерухомості, його види та сегменти в частині практичної реалізації угод і управління об'єктами нерухомості. Менеджмент територіального розвитку досягає прогресу, наприклад, із застосуванням рейтингів стійкості та присвоєнням оцінок стійкості потенційним інвестиціям [1].

Виклад основного матеріалу. У теоретичних дослідженнях виокремлено ознаки, по яких ідентифікують житлове, комерційне або суспільне нерухоме майно та ключові терміни по суті тез - операція з нерухомим майном; угода; інфраструктура, державні та економічні суб'єкти ринку нерухомості.

Визначено, що головним суб'єктом є покупці, адже саме для них працює ринок нерухомості. Відповідно до офіційних даних національної статистики, у 2020 році відбулося зниження загального обсягу реалізованих послуг на 15%; у тому числі у сфері нерухомості, до 5-10%.

Аналогічна тенденція до зниження загального обсягу реалізованих послуг в Одеській області на 744 тис. грн.. (або 5%) та обсягу операцій з нерухомим майном на близько 118 тис.грн (або на 8%).

Аналіз менеджменту агентства SLON з десятима філіалами в місті Одесі у цілому показує задовільний стан: задоволеність клієнтів, розширення клієнтської бази.

Індекс ринкової потужності компанії досяг високого рівня А; компанія має потенціал до лідерства, динамічно розвивається та займає активні позиції, але при цьому індекс фінансової стійкості знаходиться на рівні С.

Конкурентною перевагою є дуже міцна організаційна культура завдяки активній кадровій політиці керівництва SLON, яка орієнтована на якісний маркетинг персоналу; впровадження нематеріальних методів мотивування персоналу - спортивні змагання; конкурси краси; професійні свята ріелторів; ігрові майстер - класи; професійний розвиток персоналу шляхом підвищення кваліфікації у закладах вищої освіти.

В компанії SLON ефективно налагоджено ділові комунікації з провідними будівельними організаціями, серед них Кадорр Груп, Будова, ЗАРС, Интострой, Сага Девелопмент.

Конкурентний профіль SLON порівняно з іншими компаніями представлено відносно високим балом - близько 8 з 10 балів - по критеріям менеджменту, реклами в соціальних сітях, в яку SLON вкладає до 10 відсотків з кожної угоди; ринкової частки та маркетинг, на розвиток якого SLON вкладає 4-5 відсотки від суми капітальних вкладень (рис. 1).

Пов'язуючи соціальний портрет потенційного покупця в місті Одесі та стратегічні перспективи розвитку міста Одеси і конкурентоспроможні можливості менеджменту операцій з нерухомим майном, SLON пропонується участь у проектах міської довгострокової програми «Доступне житло» з урахуванням вимог регулювання містобудівної документації, зонінгу, класу наслідків. Також у контексті вищенаведеного для забезпечення якісного управління операціями з нерухомим майном пропонується використання

Секція 8. Економічні аспекти використання об'єктів нерухомості

показників інклюзивних рішень, негативного впливу забруднюючих речовин, забезпечення збереження культурної і природної спадщини.

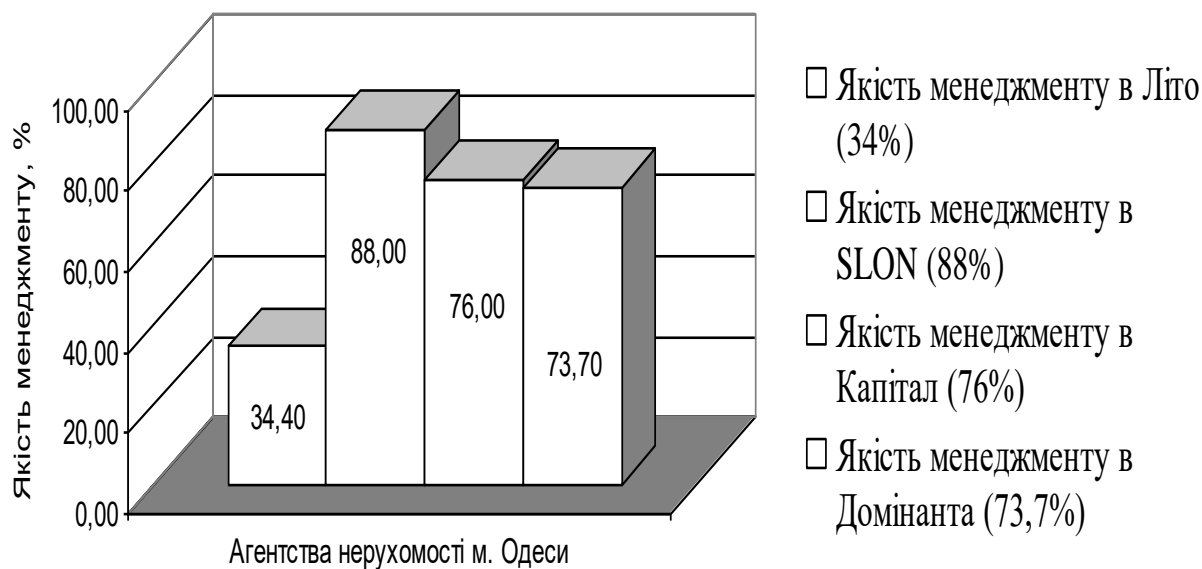


Рис. 1 - Конкурентний профіль якості менеджменту агентств нерухомості

Висновки. По суті тез пропонується реалізація заходів щодо впровадження енергоефективних технологій; розвитку туристично-рекреаційної інфраструктури та підвищення привабливості об'єктів історико-культурної спадщини; розвитку організаційних та просторових форм інтеграції бізнесу. Враховуючі дані проектних пропозицій з використанням методу згладжування за експонентою побудовано прогнозну модель, відповідно до якої очікується зростання обсягу операцій в SLON до 10%.

Література:

1. Ширяєва Н.Ю., Ковальська Н.Ю. Світові тенденції інноваційних технологій в менеджменті територіального розвитку. *Інноваційні технології у плануванні територій* Матер. міжн. наук.-практ. конф. 01-03 жовтня 2020 р. м. Одеса. С. 209-212.

*Новосьолова О. С., к.е.н., доцент кафедри фінансів,
банківської справи та страхування,
Рудик С. О., студентка,
Херсонський національний технічний університет,
м. Херсон, Україна*

Вплив ринку нерухомості на економічні процеси

Нерухомість відіграє важливу роль в ринковій економіці. Житлова нерухомість забезпечує житлом домогосподарства. Це також важливе джерело доходів та заощаджень для багатьох громадян. Розміри та масштаби ринку нерухомості роблять його привабливим та прибутковим сектором для багатьох інвесторів. Комерційна нерухомість – це приміщення для торгівлі, офісів та виробництва, а також додаткові робочі місця. Бізнес на ринку нерухомості та інвестиції у нього забезпечують доходи для суб'єктів підприємництва.

Будівництво нерухомості є трудомістким процесом, однак це важливий чинник створення нових робочих місць. Падіння житлового будівництва суттєво впливає на зростання рівня безробіття та поглиблення економічної рецесії. Будівництво - це єдина частина ринку нерухомості, що враховується при розрахунку ВВП. Але тенденції ринку нерухомості впливають на багато інших сфер економічного добробуту, які не вимірюються. Наприклад, падіння продажів нерухомості призводить, в кінцевому підсумку, до зниження цін на ринку. Це знижує вартість усіх будівель, незалежно від того, продають їх власники або ж ні. Також зменшує кількість наданих кредитів під власний капітал, доступних власникам. У кінцевому рахунку зменшує споживчі витрати, оскільки більшість витрат власників будинків пов'язано з домашніми проектами.

Зворотний бік витрат - борги. Оскільки збільшення цін на нерухомість впливає на структуру витрат, ми можемо також очікувати, що це вплине на динаміку запозичень. У періоди зростання цін на житло домогосподарства та бізнес частіше залучають кредити. Це пов'язано з тим, що базові активи, для яких вони позичають, зросли у вартості. Банки також частіше кредитують,

Секція 8. Економічні аспекти використання об'єктів нерухомості

оскільки зростання цін на житло означає, що вони зможуть окупити більшу частину своїх втрат у разі дефолту. Звичайно, сплеск ризикованого кредитування може призвести до «бульбашок», як це було під час кризи іпотечного кредитування 2007 року. Це можна вважати найкращим прикладом впливу ринку нерухомості на економіку, що зрештою обернувся фінансовою кризою 2008 року.

Так, у США серйозна проблема виникла через те, що банки використовували видані іпотечні кредити для забезпечення деривативів, емітованих на трильйони доларів. Банки перетворювали іпотечні кредити невисокої якості в іпотечні цінні папери та продавали їх як безпечні інвестиції пенсійним фондам, корпораціям та пенсіонерам. Їх вважали «застрахованими» від дефолту за допомогою нового продукту, який називається кредитним дефолтним свопом. Найбільшим емітентом на цьому ринку була компанія American International Group Inc. & nbsp. Через масові банкрутства позичальників, цінні папери, забезпечені іпотекою, мали сумнівну вартість, що зрештою призвело до неплатоспроможності самої AIG. Так, у вересні 2008 року Федеральний резервний банк Нью-Йорка надав позику у 85 млрд. доларів, щоб уникнути банкрутства компанії. Існували й інші банки з великою кількістю іпотечних цінних паперів у своїх портфелях, такі як Bear Stearns та Lehman Brothers [1]. Ці банки були змушені звернутись за фінансовою допомогою до ФРС. Для першого банку ФРС знайшла покупця, але для другого - ні. Саме банкрутство Lehman Brothers вважається офіційним початком фінансової кризи 2008 року.

Література:

1. Militana T. How Does Real Estate Affect the Economy? 19 May 2018. URL: <https://realtyna.com/blog/real-estate-affect-economy/#:~:text=Real%20estate%20affects%20the%20economy,likely%20to%20borrow%20and%20spend.&text=When%20home%20prices%20rise%2C%20the%20effects%20ripple%20across%20the%20economy>.