

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЗАПОРІЗЬКА ПОЛІТЕХНІКА»

Кафедра підприємництва, торгівлі та біржової діяльності

**СТРАТЕГІЧНІ ПРІОРИТЕТИ РОЗВИТКУ  
ПІДПРИЄМНИЦТВА, ТОРГІВЛІ ТА БІРЖОВОЇ  
ДІЯЛЬНОСТІ**

**Матеріали III-ої Міжнародної науково-практичної конференції  
(11-12 травня 2022 року)**

м. Запоріжжя  
2022

УДК 334.72:339  
С83

*Рекомендовано до видання Вченою радою  
Національного університету «Запорізька політехніка»  
(Протокол № 7 від 13.05.2022 р.)*

С83

**Стратегічні пріоритети розвитку підприємництва, торгівлі та біржової діяльності:** матеріали III-ої Міжнародної науково-практичної конференції, Запоріжжя, 11-12 травня 2022 року. [Електронний ресурс] Електрон. дані. – Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2022. – 1 електрон. опт. диск (DVD-ROM); 12 см. – Назва з тит. екрана. – 410 с.

ISBN 978-617-529-361-4

Збірник містить стислий виклад доповідей і повідомлень учасників III Міжнародної науково-практичної конференції «Стратегічні пріоритети розвитку підприємництва, торгівлі та біржової діяльності», спрямованих на пошук шляхів розвитку підприємництва, торгівлі та біржової діяльності в умовах трансформаційних змін в економіці України.

УДК 334.72:339

ISBN 978-617-529-361-4

© НУ «Запорізька політехніка», 2022

## **ВІТАЛЬНЕ СЛОВО**

*Шановні учасники III-ї Міжнародної науково-практичної конференції «Стратегічні пріоритети розвитку підприємництва, торгівлі та біржової діяльності», щиро вітаю Вас в Національному університеті «Запорізька політехніка»!*

*Національний університет «Запорізька політехніка» понад 120-років свого існування, завжди був і залишається флагманом освіти та науки в Запорізькому промисловому регіоні, діяльність якого спрямована на: якісну підготовку висококваліфікованих фахівців, виконання на високому науковому рівні актуальних для держави й регіону досліджень, формування нових поколінь української інтелектуальної та інженерної еліти.*

*Ми пишаємося своєю історією, своїм добрим ім'ям, визнанням не тільки в Україні, а й в багатьох країнах світу, своїми здобутками та традиціями, невтомними й відданими науці і освіті працівниками, успішними випускниками та позицією лідерів серед вишів України та європейських країн.*

*Сьогоднішнє поважене зібрання засвідчує добрі наукові традиції університету, його сталі творчі контакти з багатьма університетами України та інших країн, а також з представниками бізнесу.*

*Беручи участь у цій знаковій для НУ «Запорізька політехніка» події, кожен з Вас має нагоду апробувати результати плідної наукової роботи, презентувати свої наукові та творчі здібності, обговорити актуальні питання сьогодення та запропонувати шляхи вирішення наявних проблем у сфері підприємництва, торгівлі та біржової діяльності в умовах трансформації економіки країни до новітньої «низьковуглецевої» моделі економіки.*

*Упевнений, що професійна дискусія та обмін досвідом дадуть новий імпульс подальшому розвитку підприємництва, торгівлі та біржової діяльності в Україні.*

*Тож, усім учасникам конференції бажаю успіхів і сподіваюсь, що Ви отримаєте задоволення від гостинності нашого університету та креативності бачення майбутнього України.*

### **З глибокою повагою**

*Ректор Національного університету  
«Запорізька політехніка», професор*

*Віктор ГРЕШТА*

## ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ КОМІТЕТ КОНФЕРЕНЦІЇ

### ГОЛОВА КОМІТЕТУ:

*Грешта В.Л.*, ректор НУ «Запорізька політехніка», к.т.н., професор.

### СПІВГОЛОВИ ОРГАНІЗАЦІЙНОГО КОМІТЕТУ:

*Наумик В. В.*, проректор з наукової роботи та міжнародної діяльності НУ «Запорізька політехніка», д.т.н., професор.

*Ткаченко А.М.*, завідувач кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності НУ «Запорізька політехніка», д.е.н., професор

### ЧЛЕНИ ОРГАНІЗАЦІЙНОГО КОМІТЕТУ

Захарчук В.М.	Заступник директора Департаменту освіти і науки Запорізької обласної державної адміністрації
Матвіїшина О.Є.	Директор Департаменту економічного розвитку і торгівлі Запорізької обласної державної адміністрації
Абуселідзе Г., д.е.н., проф.	Завідувач кафедри фінансів, банківської справи та страхування Батумського державного університету ім. Шота Руставелі, (Грузія)
Андрющенко К.А., д.е.н., проф.	Професор кафедри бізнес-економіки та підприємництва Київського національного економічного університету
Варава Л.М., д.е.н., проф.	Завідувач кафедри менеджменту і адміністрування Криворізького національного університету
Вежбік-Стронська М.	Проректор Вищої технічної школи в Катовіце, (Польща)
Іванова М.І., д.е.н., доц.	Професор кафедри менеджменту НТУ «Дніпровська політехніка»
Карпенко А.В., д.е.н., проф.	Професор кафедри економіки та митної справи НУ «Запорізька політехніка»
Ковальчук С.В., д.е.н., проф.	Завідувач кафедри маркетингу і торговельного підприємництва Хмельницького національного університету
Кійко С.Г., д.т.н	Голова правління ПрАТ «Дніпроспецсталь»
Козик В.В., д.е.н., проф.	Завідувач кафедри економіки підприємства та інвестицій НУ «Львівська політехніка»
Левченко Н. М.,	Професор кафедри підприємництва, торгівлі та

д. держ. упр., проф. Мікос П.	біржової діяльності НУ «Запорізька політехніка» Начальник відділу маркетингу та ІТ Вищої технічної школи в Катовіце, (Польща)
Несторенко Т.П., к.е.н.	Професор Вищої технічної школи в Катовіце, проф. WST (Польща)
Окуян К., доктор, проф.	Професор Університету Балікесір, (Туреччина)
Остенда А., доктор	Ректор Вищої технічної школи в Катовіце, проф. WST (Польща)
Перезовова І.В., д.е.н., проф.	Завідувач кафедри підприємництва та маркетингу Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу
Пожуєва Т.О., д.е.н., проф.	Професор кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності НУ «Запорізька політехніка»
Покатаєва О.В., д.е.н., д.ю.н., проф.	Перший проректор Класичного приватного університету, (м. Запоріжжя)
Севастьянов Р.В., к.е.н., доц	Доцент кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності НУ «Запорізька політехніка»
Сейдахметов М.К., к.е.н., доц.	Декан вищої школи "Управління і бізнесу" Південно-Казахстанського державного університету ім. М. Ауєзова, (Казахстан)
Филюк Г.М., д.е.н., проф.	Завідувач кафедри економіки підприємства Київського національного університету імені Тараса Шевченка
Фролова Л. В., д.е.н., проф.	Завідувач кафедри підприємництва і торгівлі Національного університету «Одеська політехніка»
Чуприна Н.М., д.е.н., доц.	Декан економічного факультету ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет», (м. Дніпро)
Шафалюк О.К. д.е.н., проф.	Декан факультету маркетингу ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

## ЗМІСТ

<b>СЕКЦІЯ 1. ЕНЕРГОЕФЕКТИВНІСТЬ ТА ЕНЕРГОЗБЕРЕЖЕННЯ - ЕФЕКТИВНІ ІНСТРУМЕНТИ ЕНЕРГОМЕНЕДЖМЕНТУ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ</b>	16
Клименко Т.А. ПЕРСПЕКТИВНІ ШЛЯХИ ЕНЕРГОЗБЕРЕЖЕННЯ СУБ'ЄКТАМИ ГОСПОДАРЮВАННЯ В УКРАЇНІ ПІСЛЯ ЗАКІНЧЕННЯ ВІЙНИ	16
Климчук О.В. СВІТОВИЙ ДОСВІД ДЕРЖАВНОГО ТА РЕГІОНАЛЬНОГО УПРАВЛІННЯ ПРОЦЕСАМИ ЕНЕРГОЗБЕРЕЖЕННЯ	18
Лівощко Т.В. ЕНЕРГОЗБЕРЕЖЕННЯ - ПРІОРИТЕТНИЙ НАПРЯМОК ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ	20
Лівощко Т.В., Бондаренко А.Е. ЕНЕРГОЕФЕКТИВНІСТЬ БУДІВЕЛЬ В УКРАЇНІ	23
Лівощко Т.В., Некрасова О.О. ЕНЕРГОМЕНЕДЖМЕНТ-ЕФЕКТИВНИЙ ІНСТРУМЕНТ ЕНЕРГОЗБЕРЕЖЕННЯ	27
Лівощко Т.В., Плещищев А.О. ЕНЕРГОЗБЕРЕЖЕННЯ - ГОЛОВНА МЕТА ЗАХИСТУ МАЙБУТЬОГО ЛЮДСТВА	29
Лівощко Т.В., Поляшова О.О. ЕНЕРГОМЕНЕДЖМЕНТ - ДІСВИЙ ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ ЕНЕРГОЕФЕКТИВНОСТІ СУБ'ЄКТА ГОСПОДАРЮВАННЯ	31
Нікітенко В.О., Воронкова В.Г. ФІЛОСОФСЬКИЙ ДИСКУРС ПРО КВАНТОВІ КОМП'ЮТЕРИ ЯК ВИРАЖЕННЯ ПРОГРЕСУ ЦИФРОВОЇ ЦИВІЛІЗАЦІЇ	33
Перезовова І.В., Морозова О.С. РИНОК ЕЛЕКТРИЧНОЇ ЕНЕРГІЇ «НА ДОБУ НАПЕРЕД»: ЗМІНИ ЗА ВІЙСЬКОВИЙ ЧАС	37
Севастьянов Р.В., Гончаренко Д.А. ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ ВОДНЮ В ЕНЕРГЕТИЦІ УКРАЇНИ	39
Севастьянов Р.В., Суле Р.У. ПЕРСПЕКТИВА ВОДНЕВОЇ ЕНЕРГЕТИКИ В УКРАЇНІ	41
Сердюк Є.М. ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ ЕНЕРГОЗБЕРЕЖЕННЯ ТА ЕНЕРГОЕФЕКТИВНОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВАХ	43
Тарасевич О. В., Градобоева Є. С. ЕКОЛОГО-ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ ЕНЕРГОЕФЕКТИВНОСТІ	46
<b>СЕКЦІЯ 2. МОНІТОРИНГ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ТА АНТИКРИЗОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ</b>	49
Pozhuieva T.O. THREATS TO AGRIBUSINESS IN UKRAINE AS A WORLD PROBLEM	49

Архипенко Т.А. ДЕСТАБІЛІЗАЦІЯ ЕНЕРГЕТИЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВ	50
Балахонова О.В., Фоміна Н.М. СУЧАСНА АКТУАЛЬНІСТЬ РОЗВИТКУ КОМПЛЕКСНОЇ КЛАСТЕРІЗАЦІЇ РЕГІОНУ	52
Бачинська О.М. Решетюк О.С. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА	55
Бобко Н.А. МОНІТОРИНГ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ СЬОГОДЕННЯ	57
Геврек Ю.С. ФОРМУВАННЯ ОБЛІКОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ІНСТРУМЕНТ УПРАВЛІННЯ БІЗНЕС-РИЗИКАМИ	59
Домбровська С.О., Карпов О.О. УМОВИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПЛАТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	61
Дудник А.В., Бардась А.В., Іванова О.О. ШЛЯХИ ВИХОДУ УКРАЇНИ ТА ЇЇ ПІДПРИЄМСТВ З КРИЗОВОГО СТАНУ	63
Захарченко В.І., Міхно О.М. МОЖЛИВОСТІ ПРОГРАМНИХ ПРОДУКТІВ ПРИ ОЦІНЦІ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЕКТІВ	65
Іванова М.І., Саннікова С.Ф., Долматова К.В. ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ В УМОВАХ ЕКОНОМІЧНОЇ КРИЗИ	69
Левченко Н.М. ДОРОЖНЯ КАРТА ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ КОМПЛАСНС-КОНТРОЛЮ КОМПАНІЇ	71
Несторенко Т.П., Лукашко І. ВПЛИВ ПАНДЕМІЇ COVID-19 НА РОЗВИТОК ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ	73
Несторенко Т.П., Ніцевич В., ВИЗНАЧЕННЯ РИЗИКІВ ПРОВАДЖЕННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ З НАДАННЯ СТРАХОВИХ ПОСЛУГ	75
Онешко С.В., Селівестрова А.А. АНТИКРИЗОВЕ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ НА ОСНОВІ ОЦІНКИ ЕКОНОМІЧНИХ РИЗИКІВ	77
Перерва П.Г., Кабак К.С. КОРУПЦІЯ ЯК ЗАГРОЗА ДЛЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ	79
Перерва П.Г., Сахацька Є.І. ОЦІНКА ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ БІЗНЕСУ З УРАХУВАННЯМ РИЗИКУ	81
Полінкевич О.М. ОСОБЛИВОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЇ ГІБЕРНАЦІЇ НА ПІДПРИЄМСТВАХ В УКРАЇНІ	84
Руцишин Н.М., Скоропада Х.М. ЗАПОБІГАННЯ БАНКРУТСТВА ПІДПРИЄМСТВ ЯК ЕЛЕМЕНТ ДЕРЖАВНОГО АНТИКРИЗОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ	86
Трифорова О.В., Іванова О.О., Саксонова К.В. ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ В КРИЗОВОМУ СТАНІ	88

Тютченко С.М., Синиціна Ю.П. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВ	90
Ширяєва Л.В., Фоміна Н. М. УДОСКОНАЛЕННЯ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ НА ОСНОВІ КОНЦЕПЦІЇ СПРАВЕДЛИВОЇ ВАРТОСТІ	94
<b>СЕКЦІЯ 3. РОЗВИТОК ІННОВАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА ТА ФОРМУВАННЯ СТАРТАП ЕКОСИСТЕМИ В УКРАЇНІ</b>	98
Shcherbachenko V.O. ANALYSIS OF STAKEHOLDERS INVOLVED IN THE INNOVATIONS COMMERCIALIZATION PROCESS	98
Балахонова О.В., Костіна О.С. ОБГРУНТУВАННЯ КРЕАТИВНОЇ СИСТЕМИ ПІДГОТОВКИ СПЕЦІАЛІСТІВ У ВИЩИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДАХ	100
Бобко Н.А., Михайлик Д.В. РОЗВИТОК ІННОВАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ	104
Верес Шомоши М., Перерва П.Г. ТРАНСФЕР ТЕХНОЛОГІЙ КАК ОСНОВА ІННОВАЦІЙНОГО ПРІЄПРИМАТЕЛЬСТВА	106
Воїтнев А.В. МЕТОДОЛОГІЯ ДОСЛІДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНО-ЦИФРОВОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ	108
Гриша С.О. РОЗВ'ЯЗАННЯ ЕКОЛОГІЧНИХ ПРОБЛЕМ ЯК ЧИННИК ФОРМУВАННЯ СТАЛОГО І ЗБАЛАНСОВАНОГО РОЗВИТКУ: МЕТОДОЛОГІЯ ДОСЛІДЖЕННЯ	111
Гутарева Ю.В., Левицький Д.В., Алькатєб Хайдер. СУТНІСТЬ ТА ВИДИ СТРАТЕГІЙ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА	115
Димченко О.В., Смачило В.В., Рудаченко О.О., Дріль Н.В. ФОРМУВАННЯ УНІВЕРСИТЕТСЬКОЇ СТАРТАП-ЕКОСИСТЕМИ: ДОСВІД ТА ВИКЛИКИ	118
Діденко Л.В., Шаповалюк І. О. ІННОВАЦІЇ НА ФІНАНСОВОМУ РИНКУ	120
Залуцька Х.Я, Козик В.В., Кунинець М. СТАН ТА НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ СТАРТАПІВ В УКРАЇНІ	123
Іванов І.І. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ КОНЦЕПЦІЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ В УМОВАХ НЕСТАБІЛЬНОСТІ	125
Ільченко В.М., Кисельов В.Р. СУЧАСНЕ СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО – ВИКЛИК ЧИ НЕОБХІДНІСТЬ	129
Карпенко А.В., Карпенко Н.М. ПЕРСПЕКТИВИ КЛАСТЕРНОГО РУХУ В УМОВАХ ВІЙСЬКОВОГО ВТОРГНЕННЯ В УКРАЇНУ	131
Кушнір Т.М., Гуменюк Н.М. ІННОВАЦІЙНИЙ МАРКЕТИНГ – РУШІНА СИЛА ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ	133



Мар'єнко В.Ю. КОНЦЕПЦІЯ НАЙБІЛЬШ ПЕРСПЕКТИВНИХ ІТ-ТРЕНДІВ ДЛЯ БІЗНЕСУ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ	135
Меркулов М.М., Міхно О.М. ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ РОБОТИ КОМЕРЦІЙНИХ БАНКІВ НА РИНКУ ЦІННИХ ПАПЕРІВ	139
Наги Сабольч, Перерва П.Г. ОСОБЕННОСТИ РЫНОЧНОГО ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ	143
Несторенко Т.П., Гасевська А. ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ІНФРАСТРУКТУРИ ПІДТРИМКИ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ЗАПОРІЗЬКІЙ ОБЛАСТІ	145
Несторенко Т.П., Жадаєва Ю. УНІВЕРСИТЕТ ЯК СУБ'ЄКТ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	147
Несторенко Т.П., Кодан А. ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В СЕЗОННОМУ БІЗНЕСІ	149
Несторенко Т.П., Пілікіна Д. АНАЛІЗ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В МІСТІ КИЇВ	151
Несторенко Т.П., Чагорова Д. ВПЛИВ ПАНДЕМІЇ COVID-19 НА РОЗВИТОК ПІДПРИЄМНИЦТВА В м. КИЄВ	153
Нікішина О.В. ТЕНДЕНЦІЇ ФІНАНСУВАННЯ ІННОВАЦІЙ ЗА НАПРЯМОМ РАЦІОНАЛЬНОГО ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ В УКРАЇНІ	155
Онешко С.В. ВЗАЄМОДІЯ ІННОВАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМСТВА З ФІНАНСОВО-КРЕДИТНОЮ УСТАНОВОЮ	157
Перерва П.Г., Мигущенко Е.Р. ИННОВАЦИОННОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ СФЕРЕ	159
Перерва П.Г.1, Якушко А.Е. ИССЛЕДОВАНИЕ ИННОВАЦИОННОГО И ПРОИЗВОДСТВЕННОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ	161
Плинокос Д.Д. ЛІДЕРСТВО В СТАРТАП ПРОЄКТІ	164
Погарченко Т.В., Гуцул К.В. ПРОБЛЕМАТИКА ПРАВОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ В УКРАЇНІ	165
Погарченко Т.В., Бартош А.О. ДЕЯКІ ПИТАННЯ ЩОДО ДЕФІНІЦІЇ ПОНЯТТЯ «ПІДПРИЄМНИЦТВО»	168
Погарченко Т.В., Калюжна А.І. ЗМІНИ У ПОДАТКОВОМУ ЗАКОНОДАВСТВІ ЩОДО ПІДПРИЄМНИЦТВА У ВОЄННИЙ ЧАС	170
Погарченко Т.В., Фесенко В.С. ОЦИФРУВАННЯ ДЕРЖАВНИХ ПОСЛУГ ДЛЯ СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	172
Полянська А. С., Філіпчук А. Я. КРЕАТИВНЕ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМ ПІДПРИЄМНИЦТВОМ	174

Решитько Т.В. ПЕРСПЕКТИВИ ВИХОДУ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ НА СВІТОВІ РИНКИ АГРАРНОЇ ПРОДУКЦІЇ	176
Розгон О.В. ПІДТРИМКА БІЗНЕСУ ШЛЯХОМ ЙОГО РЕЛОКАЦІЇ	178
Рушишин М.О. ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВ ТА ЙОГО ФІНАНСОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ	180
Турко Д. О. РОЗРАХУНОК ЮНІТ-ЕКОНОМІКИ ЯК СПОСІБ ВИЗНАЧЕННЯ ВИГІДНОСТІ ВКЛАДЕНЬ І МАСШТАБУВАННЯ БІЗНЕСУ	182
Шапуров О. О. СУЧАСНА ВЗАЄМОДІЯ ФІНАНСОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ ТА БАНКІВСЬКОГО СЕКТОРУ	184
Шепетюк Л.В., Шепетюк С.Є. ІННОВАЦІЙНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО ЯК ФАКТОР РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ В СУЧАСНИХ УМОВАХ	186
<b>СЕКЦІЯ 4. КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ В СУЧАСНИХ УМОВАХ</b>	189
Khomenko L.M. RESEARCH OF UKRAINIAN BLOOD SERVICE MARKET PROBLEMS TO ENSURE COMPETITIVENES	189
Sevastyanov R.V., Kolesnyk A.D. COMPETITIVENESS OF ENTERPRISES IN MODERN CONDITION	191
Бобко Н.А., Азацький Б.В. КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ підприємства В СУЧАСНИХ УМОВАХ	193
Бобраков В.С. ФОРМУВАННЯ КРЕАТИВНО-ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ОРГАНІЗАЦІЇ ЯК ЧИННИК КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ	195
Богдан Ю.М. ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ	198
Бондар Ю.А., Паламарчук Я.А. ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА	200
Бондаренко О.М. ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ МАЙБУТНІХ ДИЗАЙНЕРІВ НА РИНКУ ПРАЦІ ЧЕРЕЗ ВИВЧЕННЯ ІНОЗЕМНОЇ МОВИ	202
Гайворонська І.В., Гумашян Е. СИСТЕМА МЕНЕДЖМЕНТУ СУЧАСНОЇ ТРАНСНАЦІОНАЛЬНОЇ КОРПОРАЦІЇ	204
Горященко Ю.Г. МАРКЕТИНГОВІ КОМУНІКАЦІЇ НЕЗАЛЕЖНИХ КОМЕРЦІЙНИХ ПІДПРИЄМСТВ	207
Далаяк Н.А., Іванейко Я.В. ПРОГНОЗУВАННЯ І АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ СТРАТЕГІЇ ІНТЕРНЕТ-ПРОСУВАННЯ ТОВАРІВ ТА ПОСЛУГ СЕКТОРУ В2В	209

Данилейчук Р. Б. ВИЗНАЧЕННЯ ВПЛИВУ ПОЛІТИКИ ПІДТРИМКИ ІНФРАСТРУКТУРИ ПІДПРИЄМНИЦТВА НА РОЗВИТОК РЕГІОНАЛЬНИХ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ	211
Дейнега І.О., Бойчук І.О. ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ РЕАЛІЗАЦІЇ КОМУНІКАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	213
Дейнега О.В., Вальковець В. МАРКЕТИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОЗДАТНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	215
Дмитренко Р.М. СТВОРЕННЯ УМОВ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ТРАНСФОРМАЦІЇ АГРОБІЗНЕСУ ДО НИЗЬКОВУГЛЕЦЕВОГО ВИРОБНИЦТВА	217
Долина І.В., Перерва П.Г. КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ КАК ЗАЛОГ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ	219
Єрмак С.О., Жабровець Ю.О. КОНКУРЕНТНІ ПОЗИЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ КОНДИТЕРСЬКОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ	221
Зайченко К.С., Антіпова О.М. СУТНІСТЬ ТА МЕТОДИ КОНКУРЕНТНОЇ БОРОТЬБИ	223
Зардова Я. В. СУЧАСНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ОБОРОТНИМИ АКТИВАМИ В МАРКЕТИНГОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	225
Константиновський Л.Л. ОЦІНЮВАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ МЕТОДОМ «СИСТЕМА ЗБАЛАНСОВАНИХ ПОКАЗНИКІВ» (НА ПРИКЛАДІ ПІДПРИЄМСТВА СФЕРИ РИТЕЙЛУ)	228
Крайнік О.М. Некрасова О.О. ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ БУДІВЕЛЬНОЇ ГАЛУЗІ ЯК ОДИН ІЗ ШЛЯХІВ ВИХОДУ НА ЄВРОПЕЙСЬКИЙ РИНОК	231
Крамський С.О. ЗАХОДИ З СЕЛЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ І ПРОПОЗИЦІЇ РОЗВИТКУ РИНКУ ЯЄЦЬ ТА ЯЄЧНИХ ПРОДУКТІВ У ПОВОЄННИЙ ЧАС В ОДЕСЬКОМУ РЕГІОНІ	233
Круглікова В.В., Абакумова О.В. ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ СКЛАДУ В ЛОГІСТИЧНІЙ СИСТЕМІ	235
Круглікова В.В., Поляшова О.О. АНАЛІЗ ВПЛИВУ ФАКТОРІВ ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА НА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ БУДІВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА	237
Круглікова В.В., Кондратюк А.В. РОЗРОБКА НОВОЇ ПРОДУКЦІЇ, ЯК СКЛАДОВА МАРКЕТИНГОВОЇ ТА ТОВАРНОЇ ПОЛІТИКИ	239
Круглікова В.В., Щербина А.М. ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ЛИВАРНИХ ВИРОБІВ	241

Круглікова В.В. ОЦІНЮВАННЯ СИНЕРГЕТИЧНОГО ЕФЕКТУ ДІЯЛЬНОСТІ АПТЕЧНИХ МЕРЕЖ	243
Кучинский В.А., Перерва П.Г. ФАКТОР ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В РОСТЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ БИЗНЕСА	244
Кушнір Т.М. ПРОБЛЕМИ ЕТИЧНОСТІ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ	247
Лещух І.В. УКРАЇНСЬКИЙ БІЗНЕС: РИЗИКИ ТА МОЖЛИВОСТІ РОЗВИТКУ В УМОВАХ ВІЙНИ	249
Лівощко Т.В. КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ СУБ`ЄКТА ГОСПОДАРЮВАННЯ В СУЧАСНИХ УМОВАХ	251
Падерін І.Д., Книш О.А. РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНОМУ КОНКУРЕНТНОМУ СЕРЕДОВИЩІ	253
Писарькова В.Р. ЦИФРОВА КОНКУРЕНЦІЯ: ЦІННОСТІ ПІДПРИЄМНИЦТВА В ЕПОХУ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ	256
Пучкова С.І. РЕСУРСНИЙ ПІДХІД ДО ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	258
Савків У. С., Сидор Г. В. ОРГАНІЗАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ	260
Салун М. М., Омельченко В. Л. ПОТОЧНИЙ СТАН ФЕШН-РІТЕЙЛУ В УКРАЇНІ	263
Сергієнко О.А., Олійник М.С. АНАЛІЗ КОНЦЕПЦІЙ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА	266
Сергієнко О.А., Самусь П.О. КОМПЛЕКСНИЙ ПІДХІД ДО УПРАВЛІННЯ СУЧАСНИМИ ОРГАНІЗАЦІЯМИ В УМОВАХ НЕВИЗНАЧЕННОСТІ ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА	268
Сергієнко О.А., Соколова Н.О. УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ТРАНСПОРТНИХ ПОСЛУГ ЛОГІСТИЧНОГО ПРОВАЙДЕРА	270
Таранич О.В., Рибчук А.О. КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА ЯК ЧИННИК ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМСТВА	272
Ткачева Н.П., Перерва П.Г. БРЭНДИНГ КАК ФАКТОР ОБЕСПЕЧЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОДУКЦИИ ПРЕДПРИЯТИЯ	274
Устенко А.О. ІНФОРМАЦІЙНИЙ ДУАЛІЗМ В СИСТЕМІ МЕНЕДЖМЕНТУ	276
Чернишева О.М. ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВ ХІМІЧНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ	278
Шевченко Т. С., Кравчук В. С. ЗМІНА ПОВЕДІНКИ «ЗУМЕРІВ» В DIGITAL	280

Ясишена В.В., Бондар Л.В. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ У ПІСЛЯВОЄННИЙ ПЕРІОД	282
Ясишена В.В., Шакаєв В.С. ВІЙНА В УКРАЇНІ: НОВІ ВИКЛИКИ ДЛЯ УКРАЇНЦІВ ТА БІЗНЕСУ	284
<b>СЕКЦІЯ 5. МІЖНАРОДНЕ СПІВРОБІТНИЦТВО У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ</b>	287
Атаманчук З.А., Голоскевич Є.В. ФЕНОМЕН ЯПОНСЬКОГО ЕКОНОМІЧНОГО ДИВА	287
Атаманчук З.А., Крамнична С.В. ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ МІЖ УКРАЇНОЮ ТА ВЕЛИКОБРИТАНІЄЮ	289
Атаманчук З.А., Лісна В.Г. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЦУКРОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ В УМОВАХ ЇЇ ЧЛЕНСТВА В СОТ	291
Атаманчук З.А., Ришкевич О.С. ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ТРАНСПОРТНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ	293
Бугайчук О.В. МЕНЕДЖМЕНТ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ DIGITAL МАРКЕТИНГУ ТА ЕЛЕКТРОННОЇ ЕКОНОМІКИ	297
Воронкова В.Г., Венгерська Н. С., Безкоровайна Л.В. МАЙБУТНЄ ПОДОРОЖЕЙ І ГОТЕЛЬНОЇ ГАЛУЗІ ЯК ОСНОВНИЙ ДВИГУН ГЛОБАЛІЗОВАНОГО СВІТУ ТА ЦИФРОВІЗАЦІЇ	302
Дронова Т.С. МІЖНАРОДНЕ МАРКЕТИНГОВЕ СПІВРОБІТНИЦТВО ПІДПРИЄМСТВА	306
Зеленін Ю.М. ПРИСКОРЕННЯ ПРОЦЕСУ ДЕКАРБОНІЗАЦІЇ МЕТАЛУРГІЙНИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ	308
Исмайлов В.И., Керимова В.В., Сафаров А.Т. РОЛЬ АГРАРНОГО СЕКТОРА В ОБЕСПЕЧЕННІ УСТОЙЧИВОГО РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ	310
Клименко К.В., Савостьяненко М.В. СПІВРОБІТНИЦТВО УКРАЇНИ ЗІ СВІТОВИМ БАНКОМ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ	315
Крупа А.Г. ФОРМУВАННЯ КОНЦЕПЦІЇ ЦИФРОВОЇ ПОЛІТИКИ ЄВРОПИ ЯК ЧИННИК СТАБІЛЬНОГО РОЗВИТКУ	317
Левченко С.А. СПРАВЕДЛИВІСТЬ ТРАНСФОРМАЦІЇ ЕНЕРГЕТИЧНОГО СЕКТОРУ ЕКОНОМІКИ ДО НИЗЬКОВУГЛИЦЕВОГО ВИРОБНИЦТВА	320
Лівощко Т.В. МІЖНАРОДНЕ СПІВРОБІТНИЦТВО УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙСЬКОВОГО СТАНУ	322

Мединська Т.В., Маланюк І.Р. КООПЕРАТИВИ ЯК СУБ'ЄКТИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ ЄС	325
Насипайко Д.С., Куртишан К.М. ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ	327
Оганісян А.А. МЕТОДИКА ОЦІНЮВАННЯ ПРОЦЕСУ ТРАНСФОРМАЦІЇ БІЗНЕС-МОДЕЛІ АГРОБІЗНЕСУ ДО «ЗЕЛЕНОЇ ЕКОНОМІКИ»	329
Онешко С.В., Суха А.С. ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ЕКСПОРТНО-ІМПОРТНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ	331
Погрішук Г.Б., Головай Н.М. МІЖНАРОДНЕ СПІВРОБІТНИЦТВО У СФЕРІ РОЗВИТКУ МИТНОГО КОНТРОЛЮ ЗА ПЕРЕМІЩЕННЯМ ТОВАРІВ	334
Помінова І.І., Андріюк Е.І. ПОЗИТИВНІ ТА НЕГАТИВНІ НАСЛІДКИ СПІВРОБІТНИЦТВА З МВФ	336
Помінова І.І. РОЛЬ СВІТОВОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ ТОРГІВЛІ В СУЧАСНИХ УМОВАХ	338
Помінова І.І. СПІВПРАЦЯ УКРАЇНИ З МІЖНАРОДНИМ ВАЛЮТНИМ ФОНДОМ В СУЧАСНИХ УМОВАХ	340
Сергієнко Т.І. ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ФАКТОР ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ	342
Сергієнко Т.І., Семченко А.О. МІЖНАРОДНІ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА ЇХ РОЛЬ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ	344
Слюсарь М.Ю. ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ЯК ЧИННИК РОЗВИТКУ КРЕАТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ	346
Срібний М.В. СТРАТЕГІЯ ЕКСПОРТООРІЄНТОВАНОГО РОЗВИТКУ АГРОБІЗНЕСУ УКРАЇНИ ЯК СВІТОВОГО ДОНОРА ВОДНИХ РЕСУРСІВ	348
Ткаченко А.М. СТРАТЕГІЯ ПОВОЄННОЇ ВІДБУДОВИ УКРАЇНИ	350
Шводиауэр Г., Перерва П.Г. ЦЕЛИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ - МЕЖДУНАРОДНЫЕ УСИЛИЯ	351
Юрчишена Л.В., Кравчук К.О. ТУРИСТИЧНИЙ ЗБІР В УКРАЇНІ ТА В ЄВРОПЕЙСЬКИХ КРАЇНАХ	354
<b>СЕКЦІЯ 6. УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВ ЗА СТЕЙКХОЛДЕР-ПІДХОДОМ</b>	357
Алярова А.В. УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ В КОМПАНІЇ: ВИКЛИКИ ВОЄННОГО СТАНУ	357
Базалійська Н.П., Кліпкова Л.М. НЕТВОРКІНГ ЯК КОМУНІКАЦІЙНИЙ ІНСТРУМЕНТ РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ	359

Вербовська Л. С., Яцюк О. С., Тимечко А. О. СУТЬ ТА ПРИНЦИПИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА	361
Воронкова В.Г., Череп А.В., Череп О.Г. ГУМАНІСТИЧНА ВІЗІЯ В УПРАВЛІННІ ЛЮДСЬКИМИ РЕСУРСАМИ (НА ПРИКЛАДІ ПЕРЕДОВИХ КОМПАНІЙ СВІТУ)	363
Воронкова В.Г., Дерябіна Т.В. КОНЦЕПЦІЯ УПРАВЛІННЯ ЛЮДСЬКИМ КАПІТАЛОМ ЯК ЧИННИК СТАЛОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ ТА СОЦІАЛЬНО ЗГУРТОВАНОГО СУСПІЛЬСТВА	367
Воронкова В.Г., Ляшенко Р.П. УДОСКОНАЛЕННЯ КЕРІВНИЦТВА, ЛІДЕРСТВА, СТИЛІВ УПРАВЛІННЯ ЯК ЧИННИКІВ ПІДВИЩЕННЯ ІМІДЖУ ПІДПРИЄМСТВА	370
Гуцан О.М., Перерва П.Г. ЕКОНОМІКА СТИМУЛЮВАННЯ ПЕРСОНАЛА ПЕРЕДПРИНИМАТЕЛЯ	374
Дороніна О.А. КОМАНДОТВОРЕННЯ ЯК СТРАТЕГІЧНИЙ ПРІОРИТЕТ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ	376
Кісь С.Я., Кісь Г.Р., Дугчак Д.М. ДОСЛІДЖЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ СУТНОСТІ ТА ВЗАЄМОЗВ'ЯЗКУ МОТИВІВ, МАТЕРІАЛЬНОЇ МОТИВАЦІЇ ТА ЕФЕКТИВНОСТІ РОБОТИ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА	379
Кобелева Т.А., Перерва П.Г. РАЗВИТИЕ СИСТЕМ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ	381
Крайнік О.М. НОВІ МОЖЛИВОСТІ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ В СФЕРІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ	383
Легінькова Н.І., Шокорова Д. НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ЛЮДСЬКИМИ РЕСУРСАМИ	385
Олексенко Р.І. СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ КЕРІВНИКІВ ЯК ЧИННИК СТАЛОГО РОЗВИТКУ ОРГАНІЗАЦІЙ	387
Усатенко О.В., Грошелева О.Г., Іванова О.О. МЕТОДИ ПРОФЕСІЙНОГО НАВЧАННЯ ПЕРСОНАЛУ	391
Череп А.В., Воронкова В.Г., Череп О.Г. ТРАНСФОРМАЦІЙНІ ЗМІНИ В УПРАВЛІННІ ОРГАНІЗАЦІЯМИ ТА ЛЮДСЬКИМИ РЕСУРСАМИ У ЦИФРОВУ ЕПОХУ	393

## **СЕКЦІЯ 1. «ЕНЕРГОЕФЕКТИВНІСТЬ ТА ЕНЕРГОЗБЕРЕЖЕННЯ - ЕФЕКТИВНІ ІНСТРУМЕНТИ ЕНЕРГОМЕНЕДЖМЕНТУ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ**

УДК 338

Клименко Т. А.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> ст. викладач, кафедра економіки, маркетингу та міжнародних економічних відносин, Національний аерокосмічний університет ім. М. С. Жуковського «Харківський авіаційний інститут», Україна

### **ПЕРСПЕКТИВНІ ШЛЯХИ ЕНЕРГОЗБЕРЕЖЕННЯ СУБ'ЄКТАМИ ГОСПОДАРЮВАННЯ В УКРАЇНІ ПІСЛЯ ЗАКІНЧЕННЯ ВІЙНИ**

Енергозбереження передбачає скорочення витрат енергоносіїв до раціональних величин. Особливо гостро потребує впровадження енергозберігаючих технологій Україна. До початку війни наша країна мала найбільш енергоємну економіку в Європі. Рівень витрат тепла та електрики в нас багаторазово перевищує середньосвітові значення. Тому збереження енергії є однією з основних проблем, що стоять перед нашою державою та сучасним людом у цілому.

Для зменшення енергоємності та підвищення конкурентності української економіки на світовому ринку необхідно провести модернізацію в усіх галузях народного господарства. Це також є необхідною умовою подальшої євроінтеграції нашої держави, оскільки політика ЄС передбачає збільшення енергоефективності економіки всіх країн-учасниць [1].

Енергозбереження в нашій країні відсутнє як на підприємствах через зношеність виробничих ліній, так і в житлових масивах, де мешканці просто не звикли звертати увагу на рівень споживання електрики. Навіть зараз, коли в країні введено військовий стан, діє комендантська година і людей просять дотримуватися світломаскування, багато хто просто ігнорує прохання уряду.

У дуже складний для України час важливо кожному громадянину усвідомлювати, що сьогодні ми більше не можемо собі дозволити бездарно витратити енергію. Безумовно, необхідно розробляти ефективні енергозберігаючі програми та технології. Але також слід пам'ятати й про те, що лише грамотне використання енергоносіїв дозволить скоротити споживання енергії приблизно на 40%. Позитивний ефект має, наприклад, заміна стандартних ламп розжарювання на енергозберігаючі аналоги, вимкнення побутової техніки з розеток на ніч тощо.

Післявоєнний план відновлення України, безсумнівно, має на увазі врахування та застосування всіх можливих принципів, на яких ґрунтується рівень економіки передових країн світу, що дозволять зменшити енергоємність країни та підвищити енергоефективність:



– відновлювана енергетика. Боротьба із забрудненням довкілля, руйнуванням озонового шару та зміною клімату спонукали людство до пошуку альтернативних або відновлюваних джерел енергії, таких як енергія сонця, вітру, води та біопалива. Їхнє використання вже підкорило світ і, безсумнівно, підкорить нашу країну. Тож у майбутньому Україна може стати енергонезалежною;

– енергоефективне машинобудування. При придбанні нового машинобудівного обладнання або при його відновленні необхідно враховувати вимоги: обладнання та його комплектуючі мають бути функціональними та надійними, високопродуктивними та енергоефективними. Необхідно не лише зробити процес виробництва менш енерговитратним, але й налагодити використання тепла й енергії, що раніше губилися, у виробничих цілях;

– будівництво енергоефективного житла. Необхідно враховувати вже наявний світовий досвід будівництва енергозберігаючих будівель, що поєднує архітектурні, об'ємно-планувальні, конструктивні та інженерні рішення. Проте ситуація в будівництві енергоефективного житла в Україні ускладнюється безліччю аспектів, серед яких головні місця посідають недосконалість нормативної бази, відсутність чітких і доступних методик необхідних розрахунків, низька культура будівництва. Україна далеко відстала від розвинених країн Європи, які вже не перше десятиліття займаються проблемою заміни традиційних джерел енергії на відновлювані та відмовляються від старих енерговитратних технологій. Але процес, як кажуть, пішов не чекаючи закінчення війни. Уже зараз влада планує відновлення зруйнованих житлових кварталів з унікальними спорудами в різних районах міст. Отже, тепер і на вітчизняних просторах ми зустрінемо новобудови, які стануть «першими ластівками» в освоєнні інноваційних енергоефективних технологій у будівництві житла.

На відновлюваних і новозбудованих підприємствах теж доцільно запровадити заходи енергозбереження:

- встановлення енергоефективного обладнання;
- запровадження енергоефективних технологій виробництва;
- автоматизоване керування енергоспоживанням;
- облік витрат енергоресурсів на кожній стадії виробничого процесу;
- використання вторинних енергетичних ресурсів для виробництва тепла та електроенергії.

Комплексне ухвалення інвестиційних, інноваційних та організаційних заходів під час післявоєнного відновлення дозволить Україні вийти на новий рівень ефективності не лише в енергетиці, а й в усіх галузях народного господарства [1].

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Зоркин, А. Какими должны быть принципы послевоенного восстановления Украины? [Электронный ресурс]. – Бизнес / Энергетика, 2022. – [Режим доступа: <https://delo.ua>].

УДК 351.824.11

Климчук О. В.<sup>1</sup>

<sup>1</sup>д.е.н., проф., професор кафедри менеджменту та поведінкової економіки, Донецький національний університет імені Василя Стуса, Україна

### **СВІТОВИЙ ДОСВІД ДЕРЖАВНОГО ТА РЕГІОНАЛЬНОГО УПРАВЛІННЯ ПРОЦЕСАМИ ЕНЕРГОЗБЕРЕЖЕННЯ**

Виникнення у світі енергетичних криз стало стимулом до прийняття та реалізації національних і регіональних програм із енергозбереження. У суспільному виробництві це зумовило запровадження комплексних напрямів ресурсозбереження, які базувалися на економному використанні ресурсної бази паливно-енергетичних ресурсів, упровадженні маловідходних або взагалі безвідходних технологій виробництва, а також переходу до споживання відновлюваних енергоносіїв [1, 2]. При цьому концепція якості енергії стала ключовим фактором політики енергозбереження, яка передусім визначала зменшення якісних втрат енергії [3].

Унаслідок запровадження таких заходів, питомі витрати паливно-енергетичних ресурсів на виробництво продукції зменшились на 20–40 %, та було знижено абсолютний рівень споживання енергії. Нагальні питання енергозбереження нерозривно пов'язані із проблемами технічного переозброєння, екології і структурної перебудови всієї економіки. Актуальність проведення енергозберігаючих заходів підтверджується статусом на рівні державної політики у всіх економічно розвинутих країнах світу (Англія, США, Японія тощо). Державними органами влади та урядами країн були прийняті відповідні нормативно-правові акти та створено загальнодержавні й регіональні структури з управління енергозбереженням. Світовий досвід проведення ефективної енергозберігаючої політики вказує на те, щоб якомога більша кількість індивідуальних споживачів паливно-енергетичних ресурсів переймалася процесами збереження енергії. Масовий дефіцит і висока цінова політика на енергетичні ресурси в умовах нещодавньої глобальної економічної кризи стали одним з основних чинників щодо стримування економічного зростання більшості країн світу.

Економічно обґрунтований потенціал скорочення використання паливно-енергетичних ресурсів для Центральноєвропейських країн становить 20 % від загального обсягу їх кінцевого енергоспоживання, а для держав Південно-Східної Європи – відповідно 30–50 % [4]. Однак треба зауважити, що тут наведено усереднені показники, які потребують корегування для

кожного конкретного випадку під час оцінювання потенціалу енергозбереження, враховуючи специфіку розвитку країни. Результативне енергозбереження має місце тоді, коли в країні створено ефективно діючий орган, що впроваджує енергетичну політику, консультує уряд, розробляє нормативно-правові документи, контролює їх виконання, надає необхідну допомогу фірмам і окремим громадянам у реалізації енергоефективної роботи. Це вимагає розробки й удосконалення нормативно-правової і методологічної бази щодо ефективного використання місцевих ресурсів, отримання та збереження енергії, а також упровадження досягнень логістики у комплекс заходів з видобування, перероблення, доставки й використання місцевих видів палива [5]. Відтак у сучасних умовах під поняттям “енергозбереження” потрібно розуміти не лише економію енергоносіїв та скорочення енергоспоживання, а й використання їх з максимальною ефективністю, що дає змогу отримувати найбільшу економічну вигоду.

Водночас енергозбереження вимагає значних капіталовкладень, потребує етапного проходження державою та приватними структурами, щодо яких проводиться політика сприяння інвестиціям. Правові документи мають стати дієвим засобом регулювання ефективного споживання енергії та формування відповідного свідомого ставлення до енергозбереження, що базується на системному контролі. Економічний механізм упровадження енергозберігаючих технологій має включати звільнення від податку на прибуток інвестицій, які спрямовуються на заощадження енергії, прискорену амортизацію енергозберігаючого обладнання, а також фінансову підтримку енергозберігаючих технологій такими заходами, як лізинг енергоефективного обладнання, пільгові кредити тощо.

Отже, використання технологій енергозбереження та підвищення енергоефективності у всіх сферах діяльності суб’єктів господарювання здатне вирішити проблему забезпечення економічного зростання кожної держави, враховуючи конкретні економічні показники й стартові можливості.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Owusu P. A., Asumadu-Sarkodie S. A review of renewable energy sources, sustainability issues and climate change mitigation. *Cogent Engineering*. 2016. 3(1), 1167990. <https://doi.org/10.1080/23311916.2016.1167990>.
2. Климчук О.В. Управлінські аспекти формування економіко-енергетичної безпеки України на засадах розвитку біоенергетики: Монографія. Вінниця: Нілан-ЛТД, 2021. 576 с.
3. Sorrell S. Reducing energy demand: A review of issues, challenges and approaches. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*. 2015. № 7. P. 74–85. <https://doi.org/10.1016/j.rser.2015.03.002>.

4. Климчук О. В. Формування енергозберігаючої політики: світовий досвід та перспективи впровадження в Україні. *Збалансоване природокористування*. 2014. № 4. С. 49–54.

5. Климчук О. В. Стратегічні напрями формування національної енергетичної безпеки для економічного зростання України. *Вісник Черкаського університету: Серія економічні науки*. Черкаси, 2018. Вип. № 3. С. 28–37. DOI: 10.31651/2076-5843-2018-3-28-37.

УДК 339.92-339.96

Лівощко Т.В.<sup>1</sup>

<sup>1</sup>к.е.н., доц., доцент кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності, НУ «Запорізька політехніка», Україна

### **ЕНЕРГОЗБЕРЕЖЕННЯ - ПРІОРИТЕТНИЙ НАПРЯМОК ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ**

В багатьох країнах світу прийнятті національні програми по енергозбереженню. Ці програми приймаються на короткостроковий та довгостроковий період часу. Така програма розроблена й у нашій країні.

Так, в останні роки прийнята комплексна державна програма енергозбереження України (далі - КДПЕ).

Мета цієї програми - на основі аналізу існуючого стану та прогнозів розвитку економіки розробити основні напрямки державної політики енергозбереження, що передбачало створення нормативно-правової бази енергозбереження, формування сприятливого економічного середовища, створення цілісної та ефективної системи державного управління енергозбереженням.

Стратегічною метою Програми є виведення України з енергетичної та економічної кризи і вихід на рівень передових країн в енергоспоживанні [1].

Прийнята програма проводилася у три етапи:

на першому етапі КДПЕ України впроваджувалися технології, які швидко окупалися та не потребували значних інвестицій. До таких технологій можна віднести: індивідуальне (децентралізоване) опалення будівель, використання тиску пари для виробництва електроенергії у великих опалювальних та промислових котельнях, променеве (радіаційне) опалення приміщень, децентралізоване виробництво електричної та теплової енергії із застосуванням газодизель або газотурбогенераторів, заміна електронагрівання газовим тощо.

Другий етап КДПЕ України передбачав впровадження, зокрема, таких технологій: підвищення температури дуття в доменних печах, використання непрямого радіаційного нагрівання металу в металургійному виробництві та машинобудуванні, застосування регенеративних пальників, використання перепаду тиску в газопроводах для виробництва електроенергії, зрідженого

природного газу та виробництва холоду, теплову ізоляцію будівель, переведення технології мокрого способу одержання клінкеру на сухий, використання теплоти вихідних газів на підігрів та сушку сировини, виробництво цегли з підвищеною пористістю, використання відходів вуглебагачення та золошлакових відходів, впровадження пристроїв силової електроніки та економічних освітлювальних приладів, систем обліку та регулювання, нетрадиційні та поновлювані джерела енергії та інших.

Протягом другого та третього етапів КДПЕ України впроваджувалося сухе гасіння коксу, вдування вугільного пилу в доменні печі для заміщення коксу та природного газу, заміна мартенівського виробництва сталі конверторним та утилізація теплоти конверторних газів, впровадження установок безперервного розливу сталі, надбудова котлів електростанцій, використання пари надкритичних параметрів, створення вітчизняних парогазових установок з коефіцієнт корисного використання енергії 52% та вище, реконструкція енергоємних установок з виробництва аміаку, карбаміду та метанолу, впровадження вторинних методів видобутку нафти та газу, поглиблення ступеню переробки нафти за рахунок впровадження вторинних процесів, використання гідротермальних джерел енергії та інших.

Виконання комплексна державна програма енергозбереження України потребує створення системи супроводження програми, зокрема постійної інформаційно-аналітичної підтримки. Така система повинна відслідковувати та коригувати виконання проектів програми згідно зі змінами у законодавстві України та її нормативної бази, уточненням умов розвитку економіки та енергопостачання, змінами кон'юнктури світового та внутрішнього ринків, екологічними обмеженнями та вимогами, науково-технічним прогресом.

На незадовільну роботу щодо енергозбереження має відсутність у підприємств стимулів до зниження витрат і обмежень витратної частини дозволяє перекладати на споживачів їх невикористані витрати. Енергозбереження є ключовим завданням комунальних перетворень. Можна ефективно виробити енергію в сучасній котельні з високим коефіцієнт корисного використання енергії, а потім змарнувати її в опалюваних будинках. Впровадження Законів України "Про енергозбереження"[3] із змінами та доповненнями, "Про енергетичну ефективність"[2] задекларували необхідність стимулювати діяльність у сфері енергозбереження.

Закон України «Про енергетичну ефективність» в якому основна ціль – це створення нових рамкових умов для стимулювання енергоефективності у всіх секторах економіки. Важливо, що закон закладає фундамент для фінансування державних програм енергоефективності. Так, прикінцевими положеннями цього закону зазначено:

- щорічно передбачати у проекті закону про Державний бюджет України на відповідний рік видатки на програми з підвищення енергоефективності не менше 1% видаткової частини бюджету;
- доручення Уряду розробити і затвердити державні цільові програми енергетичної модернізації житлового фонду, підприємств-виробників теплової енергії, підприємств водопостачання та водовідведення.

Однак енергоемність українського внутрішнього валового продукту залишається найвищою в Європі.

Для заохочення споживачів зменшувати споживання енергії деякі розвинені країни запровадили енергетичні або вуглецеві податки. Вуглецеві податки можуть спричинити зміну споживання енергії з викопного палива на атомну енергетику та інші альтернативи, які мають свої обмеження та наслідки впливу на довкілля. Натомість енергетичні податки спрямовано на загальне зниження споживання енергії (будь-якого походження), і відповідно на зниження більшого спектра негативних наслідків для довкілля, спричинений виробництвом енергії. Наприклад, в США штат Каліфорнія застосовує прогресивну шкалу енергетичного податку, коли кожен споживач має встановлений рівень споживання енергії, для якого податок низький. Але у разі перевищення зазначеної межі, податок зростає експоненціально. Такі програми спрямовані на захист біднішого населення і створення більшого податкового тягара на господарства з високим рівнем споживання енергії. Україна теж поступово впроваджує диференційний підхід до споживачів енергетичних ресурсів. З обмеженнями, але прикладом такого енергетичного податку в Україні може бути ціна на газ для населення (залежить від річного обсягу споживання). Обмеження викликані тим, що прогресивна шкала ціни була встановлена не як енергетичний податок, а для регулювання дотацій.

Структура енергетичного балансу країни багато в чому визначає можливості енергозбереження у різних напрямках з оптимальним поєднанням енергоощадних заходів. Знання цієї структури дає змогу ухвалювати економічно обґрунтовані інженерні рішення для зниження енергоспоживання і досягати максимального енергозбереження при мінімальних капітальних та експлуатаційних витратах. Енергоощадні заходи в житлових будинках повинні бути такими, щоб споживач отримував реальне зниження величини оплати за теплову енергію та теплоносій, і водночас у всіх приміщеннях квартир додержувалися комфортні умови проживання, передбачені державним стандартом щодо параметрів мікроклімату в приміщеннях житлових будинків та санітарними правилами і нормами для житлових будівель і приміщень.

Таким чином, проведені дослідження та впровадження прогресивних енергозберігаючих технологій у сфері життєдіяльності людей та господарській діяльності суб'єктів господарювання створюють умови

можливості реалізувати великі обсяги заощадження енергоресурсів в Україні і підвищити показники енергоефективності до рівнів провідних країн світу.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Комплексна державна програма енергозбереження в Україні. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.kmu.gov.ua/news/nova-derzhavna-programa-energoefektivnosti-do-2027-roku-dopomozhe-utepliti-sotnitisyach-domogospodarstv-ta-modernizuvati-sistemi-teplo-ta-vodopostachannya-ukrayini>.

2. Закон України «Про енергетичну ефективність» №1818-IX від 21.10.2021. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.kmu.gov.ua/news/zakon-pro-energoefektivnist-pidpisano-prezidentom>.

3. Закон України «Про енергозбереження» №74/94-ВР із доповненнями. [Електронний ресурс]. Режим доступу: [https://zakononline.com.ua/documents/show/162782\\_\\_\\_682917](https://zakononline.com.ua/documents/show/162782___682917)

УДК 339.92-339.96

Лівощко Т.В.<sup>1</sup>, Бондаренко А.Е.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>к.е.н., доц., доцент, НУ «Запорізька політехніка», Україна

<sup>2</sup>здобувач вищої освіти, НУ «Запорізька політехніка», Україна

### ЕНЕРГОЕФЕКТИВНІСТЬ БУДІВЕЛЬ В УКРАЇНІ

Уряд України прийняв нормативні акти у сфері енергоефективності будівель, які наблизили країну до появи будинків із нульовим споживанням енергоресурсів, що відповідає міжнародним стандартам, і дозволяє людям істотно економити на житлово-комунальних послугах. Ці нормативи регулюють відносини, що виникають у сфері забезпечення енергетичної ефективності будівель, з метою підвищення рівня енергетичної ефективності будівель з урахуванням місцевих кліматичних умов та забезпечення належних умов для проживання та/або життєдіяльності людей у таких будівлях. У ст.3 Закону «Про енергетичну ефективність будівель» [1] визначені основні засади державної політики у сфері забезпечення енергетичної ефективності будівель, які базуються на таких засадах:

1) забезпечення належного рівня енергетичної ефективності будівель відповідно до технічних регламентів, національних стандартів, норм і правил;

2) стимулювання зменшення споживання енергії у будівлях;

3) забезпечення скорочення викидів парникових газів у атмосферу;

4) створення умов для залучення інвестицій з метою здійснення заходів із забезпечення (підвищення рівня) енергетичної ефективності будівель;

5) забезпечення термомодернізації будівель, стимулювання використання відновлюваних джерел енергії;

6) розроблення та реалізація національного плану щодо збільшення кількості будівель з близьким до нульового рівнем споживання енергії [1].

Для виконання цього Закону вводиться обов'язкова енергетична сертифікація та визначення класів будівель згідно з європейською методикою. Зокрема, об'єкти будівництва та вже побудовані будівлі повинні будуть пройти сертифікацію енергетичної ефективності з метою визначення фактичних її показників, проведення оцінки відповідності зазначених показників встановленим мінімальним вимогам до енергетичної ефективності будівель. За результатами оцінки кожному будинку буде присвоєно певний клас енергоефективності. Більше того, якщо будинок покращує свій клас енергоефективності, йому буде надаватися державна підтримка. Енергосертифікат будівель – особливий документ, в якому вказуються основні дані, що стосуються енергоспоживання та енергоефективності будівлі, а також технічно і економічно обгрунтовані рекомендації по їх покращенню з урахуванням місцевих кліматичних умов. Сертифікація буде проводитися на договірних засадах із метою визначення фактичних показників енергоефективності будівель і оцінки їх відповідності мінімальним вимогам до енергоефективності, які будуть встановлюватися Міністерством регіонального розвитку, будівництва та житлово-комунального господарства. Їх перегляд буде здійснюватися раз на п'ять років. Виготовлення енергетичного сертифікату будівлі по об'єкту будівництва покладається на замовника будівництва до прийняття такого об'єкта в експлуатацію. Термін дії документу становитиме 10 років.

Енергетична ефективність будівель визначається відповідно до методики, що розробляється з урахуванням вимог актів законодавства Європейського Союзу, Енергетичного Співтовариства, гармонізованих європейських стандартів у сфері енергетичної ефективності будівель та затверджується центральним органом виконавчої влади, що забезпечує формування державної політики у сфері будівництва. Під час проведення розрахунку енергетичної ефективності будівель може використовуватися програмне забезпечення для визначення енергетичної ефективності будівель, всі розрахункові елементи якого відповідають вимогам методики визначення енергетичної ефективності будівель та застосовуються у порядку, встановленому центральним органом виконавчої влади, що забезпечує формування державної політики у сфері будівництва. У процесі визначення



енергетичної ефективності будівель обов'язково враховується інформація про:

- 1) місцеві кліматичні умови;
- 2) функціональне призначення, архітектурно-планувальне та конструктивне рішення будівлі;
- 3) геометричні (враховуючи розташування та орієнтацію огорожувальних конструкцій), теплотехнічні та енергетичні характеристики будівлі, а також енергетичний баланс будівлі;
- 4) нормативні санітарно-гігієнічні та мікрокліматичні умови приміщень будівлі;
- 5) нормативний строк експлуатації огорожувальних конструкцій та елементів (у тому числі обладнання) інженерних систем;
- 6) технічні характеристики інженерних систем;
- 7) використання відновлюваних джерел енергії, пасивних сонячних систем та систем захисту від сонця, а також енергії, виробленої шляхом когенерації [1].

Станом на перше січня 2021 року в Україні близько 6 тисяч будівель отримали енергетичні сертифікати – 44% мають низький клас енергоефективності G, 1,4% – найвищий клас А. Мінімальні вимоги до енергетичної ефективності будівель встановлені в Україні вперше. Вони допоможуть проводити термомодернізацію будівлі поетапно, що дозволить його власникам більш ефективно спланувати бюджет і подальші роботи, щоб отримати клас енергоефективності об'єкта не нижче С. Ці вимоги встановлюються також для нового будівництва, реконструкції або капітального ремонту будівель в цілому або їх окремих елементів (даху, зовнішніх стін, інженерних систем). Науковцями визначено що енергетична ефективність будівель це співвідношення (коефіцієнт) або інший кількісний взаємозв'язок між отриманим результатом (вихідний показник), тобто між виконаною роботою, наданими послугами, товарами чи енергією і вхідним показником, тобто вхідним рівнем енерговитрат [2]. Політика енергозбереження вимагає прийняття зважених рішень та застосування ефективних підходів в середньостроковій перспективі. Здійснювати це можливо на базі актуальної інформації, її ретельного аналізу і прогнозування. Для цього на більшості підприємств будівельної галузі впроваджується енергоменеджмент. Підготовлені кваліфіковані фахівці, які пройшли відповідну атестацію, на легальній основі можуть провести енергетичні обстеження будівель та видати енергосертифікати, які реєструються в Міністерстві розвитку громад та територій України згідно встановленого порядку.

В Україні зараз діє дві загальнонаціональні програми державної підтримки впровадження енергоефективних заходів у будівлях, перша – це

*Програма для ОСББ від Фонду енергоефективності.* Фонд енергоефективності – це державна установа, створена Урядом України з метою підтримки ініціатив щодо енергоефективності, впровадження інструментів стимулювання і підтримки здійснення заходів з підвищення рівня енергетичної ефективності будівель та енергозбереження, зокрема в житловому секторі. Фонд енергоефективності надає підтримку об'єднанням співвласників багатоквартирного будинку (ОСББ) для впровадження енергоефективних заходів шляхом надання грантів та запровадження комплексних технічних рішень, з врахуванням кращих європейських практик по термомодернізації будівель. Фонд покликаний забезпечити довгостроковий механізм фінансування проектів з енергоефективності для багатоквартирних будинків у яких створено ОСББ. По-друге, з 03 вересня 2019 року введено в дію Програму підтримки енергомодернізації багатоквартирних будинків «Енергодім». Головною його задачею є надання державної фінансової підтримки мешканцям багатоквартирного житлового фонду для реалізації енергоефективних проектів. Гранти Фонду енергоефективності надаються ОСББ на безповоротній основі та можуть покривати, в залежності від обраного пакету, до 70 % вартості енергоефективних проектів. Таким чином, Україна в повній мірі впроваджує європейські стандарти якості життя та забезпечує енергоефективність житлового та громадського будівництва.

## **СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ**

1. Закон України «Про енергетичну ефективність будівель» №2118-VIII від 22.06.2017. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2118-19#Text>
2. О.М. Піняк, О.Г. Мацьків, І.В. Коваль, Енергоефективність будівель. Матеріали X Міжнародної науково-практичної конференції молодих учених та студентів «АКТУАЛЬНІ ЗАДАЧІ СУЧАСНИХ ТЕХНОЛОГІЙ» – Тернопіль 24-25 листопада 2021 року. [Електронний ресурс]. Режим доступу: [http://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/36425/2/MNPK\\_2021v1\\_Pinyak\\_O\\_M-Energy\\_efficient\\_of\\_buildings\\_53.pdf](http://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/36425/2/MNPK_2021v1_Pinyak_O_M-Energy_efficient_of_buildings_53.pdf)

УДК 339.92-339.96

Лівощко Т.В.<sup>1</sup>, Некрасова О.О.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>к.е.н., доцент НУ «Запорізька політехніка», Україна

<sup>2</sup>здобувач вищої освіти, НУ «Запорізька політехніка», Україна

## **ЕНЕРГОМЕНЕДЖМЕНТ-ЕФЕКТИВНИЙ ІНСТРУМЕНТ ЕНЕРГОЗБЕРЕЖЕННЯ**

Основним інструментом скорочення споживання енергії суб'єктами господарювання є енергоменеджмент. Він являє собою процес управління всіма аспектами діяльності в галузі енергозбереження підприємства.

Основною метою енергоменеджменту є забезпечення найефективніших шляхів реалізації енергозберігаючої стратегії підприємства на окремих етапах його розвитку [1].

У процесі реалізації цієї основної мети енергоменеджмент спрямований на вирішення таких найважливіших завдань:

- забезпечення зниження споживання енергії за рахунок застосування енергозберігаючого обладнання, технологій;
- створення картини споживання ресурсів на підприємстві (баланс підприємства);
- проведення регулярного аналізу енерговикористання;
- розроблення і впровадження енергозберігаючих заходів (ЕЗЗ);
- визначення економічної оцінки енергозберігаючих заходів;
- впровадження системи обліку енергоносіїв;
- розроблення системи зацікавленості працівників підприємства в енергозбереженні;
- розроблення внутрішніх стандартів підприємства з ефективного енерговикористання;
- проведення внутрішнього енергетичного аудиту, самоенергоаудиту і укладання угод для проведення зовнішнього енергоаудиту [3].

Енергетичний менеджмент починається з призначення керівництвом підприємства на посаду особу, відповідальну за впровадження енергетичного менеджменту на підприємстві – енергетичного менеджера. На цьому етапі формулюються основні цілі і передбачувані результати, які очікуються в наступні кілька років. Розроблюється положення про службу енергоменеджменту.

У цьому положенні необхідно зазначити такі основні моменти:

- мета і завдання служби енергоменеджменту та її підпорядкованість;
- бюджет служби енергоменеджменту, в тому числі – система заохочення співробітників підприємства в заощадженні енергоресурсів;
- основні положення контракту з головним енергоменеджером та його заступниками;

- розподіл повноважень між цехами і службами підприємства, з одного боку, та службою енергоменеджменту – з іншого.

На підприємстві головною метою енергоменеджера є скорочення коштів підприємства на організацію виробництва продукції за рахунок зниження витрат на енергетичні й інші ресурси. При цьому енергоменеджмент повинен являти собою ефективно (результативно) і стійко працюючу систему, що забезпечує рішення головної мети – заощадження ресурсів. Для цього необхідне рішення наступних задач:

- створення цілісної картини споживання енергоресурсів на підприємстві;
- створення системи обліку і контролю за споживанням енергоресурсів;
- проведення регулярного аналізу енергоспоживання;
- розробка і впровадження енергозберігаючих заходів [2].

Важливо розуміти, що енергозбереження можна забезпечити в рамках будь-якої існуючої системи керування суб'єктом господарювання, подібно фінансовим і сировинним ресурсам. Сьогодні на базі вищої школи створені програми підготовки фахівців необхідного рівня знань. Вони мають широкую фундаментальну, наукову і практичну підготовку, глибокі знання основ теплоенергетики, електроенергетики і нетрадиційної енергетики. В процесі підготовки майбутніх енергоменеджерів, їх навчають основам ринкової економіки й економічної стратегії, економічним мисленням, здатністю до ділового спілкування, підприємництву і комерційній діяльності. Все це покращить енергоефективність в різних галузях промисловості через застосування новітніх знань фахівцями сучасних спеціальностей.

## **СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ**

1. Закон України "Про енергозбереження" від 01.07.94 р. № 74/94–ВР, зі змінами та доповненнями. Електронний ресурс. Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/74/94-%D0%B2%D1%80#Text>

2. Всеукраїнський Форум «Енергоменеджерів в громадах» 8-9 жовтня 2020 року. Електронний ресурс. Режим доступу: <https://decentralization.gov.ua/news/12833>

3. Основи енергетичного менеджменту: конспект лекцій / укладач С. В. Сапожніков. – Суми : Сумський державний університет, 2015. – 163 с.

УДК 339.92-339.96

Лівощко Т.В.<sup>1</sup>, Плечищев А.О.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>к.е.н., доцент НУ «Запорізька політехніка», м. Запоріжжя, Україна

<sup>2</sup>здобувач вищої освіти, НУ «Запорізька політехніка», Україна

## **ЕНЕРГОЗБЕРЕЖЕННЯ - ГОЛОВНА МЕТА ЗАХИСТУ МАЙБУТНЬОГО ЛЮДСТВА**

Людство з давніх часів використовує енергетичні ресурси в своїй життєдіяльності в тій або іншій формі. З кожним роком для забезпечення свого розвитку, підтримки й підвищення життєвого рівня людству необхідно дедалі більше добувати і використовувати різні види енергії. Саме тому за останні роки стільки зусиль: інтелектуальних, фізичних, матеріальних і фінансових спрямовується на освоєння нових і вдосконалення існуючих способів, методів, технологій для виробництва корисної енергії. Разом із цим, всі розуміють, що:

- запаси корисних копалин на Землі поступово виснажуються;
- поновлювані джерела енергії за існуючого розвитку технологій та обладнання не в змозі покрити зростаючі потреби суб'єктів господарювання та населення;
- атомна енергетика поки що не може забезпечити достатню міру надійності та безпеки свого використання;

Крім цього, унаслідок життєдіяльності людини, переважно під час виробництва необхідних для неї видів енергії та продуктів переробки відбувається забруднення навколишнього середовища, що призводить до зміни клімату планети через, наприклад, різке потепління або до випадання кислотних дощів, створення "парникового ефекту" тощо. "Парниковий ефект" уже став величезною проблемою людства яку необхідно розв'язувати вже в цьому столітті.

Сьогодні багато вчених задаються питанням: а наскільки взагалі вистачить запасів планети Земля як у плані корисних копалин, так і в плані "стійкості" щодо впливів діяльності людини?

Науковці світу проводять дослідження з цих проблем, прогнозують, моделюють можливі варіанти розвитку. Практично всі підтверджують, що якщо не буде знайдено практичних розв'язань перелічених вище проблем енергетики, то вже до 2020–2040 рр. людство зіткнеться зі значними енергетичними і екологічними проблемами [1].

Щоб зменшити негативний вплив людства на навколишнє середовище потрібно так організувати процеси життєдіяльності людини, щоб не підвищуючи рівня виробництва енергії, істотно підвищити ефективність її використання і, таким чином, підвищити рівень розвитку і добробуту суспільства різних країн світу.

За останні двадцять років у Європейському Союзі було видано більше трьохсот законів, директив і рішень, пов'язаних із захистом навколишнього середовища. Законодавчо намагалися зменшити забруднення навколишнього середовища. Зовсім недавно законодавство стало розширюватися добровільними програмами.

Україна теж покращує законодавчі нормативи щодо збереження навколишнього середовища. Так, в Україні створено Міністерство захисту довкілля та природних ресурсів України, яке виділено 27 травня 2020 року із Міністерства енергетики та захисту довкілля України.

Тепер нове Міністерство забезпечує формування та реалізацію державної політики у сфері:

- розвитку водного господарства та гідротехнічної меліорації земель, управління, використання та відтворення поверхневих водних ресурсів;
- геологічного вивчення та раціонального використання надр;
- управління зоною відчуження і зоною безумовного (обов'язкового) відселення, подолання наслідків Чорнобильської катастрофи, зняття з експлуатації Чорнобильської АЕС та перетворення об'єкта "Укриття" на екологічно безпечну систему, а також здійснення державного управління у сфері поводження з радіоактивними відходами на стадії їх довгострокового зберігання і захоронення;
- здійснення державного нагляду (контролю) у сфері охорони навколишнього природного середовища, раціонального використання, відтворення і охорони природних ресурсів;
- здійснення державного геологічного контролю, а також у сфері збереження озонового шару, регулювання негативного антропогенного впливу на зміну клімату та адаптації до його змін і виконання вимог Рамкової конвенції ООН про зміну клімату та Кіотського протоколу до неї, Паризької угоди.

Такий підхід України до енергозбереження та захисту довкілля долучає нас до головної мети всього цивілізованого світу - це збереження життя на планеті Земля.

## **СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ**

1. Основи енергетичного менеджменту: конспект лекцій / укладач С. В. Сапожніков. – Суми : Сумський державний університет, 2015. – 163 с.
2. Постанова Кабінету Міністрів України від 27 травня 2020 р. № 425 «Деякі питання оптимізації системи центральних органів виконавчої влади». Електронний ресурс. Режим доступу: <https://www.kmu.gov.ua/>

УДК 339.92-339.96

Лівощко Т.В.<sup>1</sup>, Поляшова О.О.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>к.е.н., доц., доцент кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності, НУ «Запорізька політехніка», Україна

<sup>2</sup>здобувач вищої освіти, НУ «Запорізька політехніка», Україна

## **ЕНЕРГОМЕНЕДЖМЕНТ - ДІЄВИЙ ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ ЕНЕРГОЕФЕКТИВНОСТІ СУБ'ЄКТА ГОСПОДАРЮВАННЯ**

Основу нормативно-правової бази енергозбереження в Україні складають Закони, Постанови Верховної Ради, Укази і розпорядження Президента, Постанови і Розпорядження Кабінету Міністрів, накази Національного агентства з питань забезпечення ефективного використання енергетичних ресурсів (НАЕР) тощо. Одним із основних заходів із реалізації Національного плану дій з енергоефективності є створення законодавчих умов для реалізації пріоритетних завдань державної політики у сфері енергозбереження, зокрема шляхом впровадження систем: менеджменту, моніторингу, стандартизації, маркування, енергетичного аудиту, механізму сертифікації. На виконання Директиви 2010/31/ЄК щодо енергетичної ефективності будівель було впроваджено Закон України «Про енергетичну ефективність будівель» [1], у якому визначено основні заходи із підвищення енергетичної ефективності будівель, інструменти їх фінансування.

Сьогодні у практиці економічно розвинених країн світу створено умови для забезпечення функціонування систем енергетичного менеджменту, які базуються на застосуванні, таких відомих концепцій управління як:

- управління енергоспоживанням через регулювання попиту споживачем (Demand Side Management, DSM);
- управління енергоспоживанням з боку енергопостачальної компанії (Supply Side Management, SSM);
- інтегроване ресурсне планування (Integrated Resource Planning, IRP);
- управління навантаженням (Load Management), яке являє собою кладову частину концепції DSM;
- управління енергоспоживанням кінцевого споживача (End User Consumption Management), яке також є частиною концепції DSM.

Таким чином, на всіх рівнях управління підприємством визнано що енергоменеджмент є дієвим інструментом підвищення ефективності енерговикористання, енергозбереження та енергоефективності будь-якого суб'єкта господарювання.

Складовою енергоменеджменту є проведення енергетичного аудиту. Організація енергетичних аудитів та початкових досліджень енергетичних систем допомагають визначити сфери впровадження енергоменеджменту суб'єктів господарювання та проблеми з його виконання. Впровадження сучасних підходів до організації енергетичного господарства підвищує конкурентоспроможність суб'єкту господарювання на ринку.

Зібрана інформація в процесі проведення енергоаудиту може бути передана власникам підприємства, працівникам та іншим зацікавленим сторонам. На базі інформації формується енергетична політика підприємства.

Згідно законодавства України об'єктами енергетичного обстеження виступають: підприємства та організації, будинки, будівлі, споруди, енергоспоживаюче обладнання, устаткування, системи опалення та вентиляції, системи водопостачання та водовідведення, створені запаси вторинних енергоресурсів, системи комунальної інфраструктури тощо.

Енергетичне обстеження (або енергоаудит) може проводитися до таких об'єктів, як продукція, технологічний процес, інфраструктура, а також до всієї діяльності юридичної особи або індивідуального підприємця. Енергоаудит підприємства базуються на порівняльному аналізі фактичних і нормалізованих (визначених експертом, як таких, що відповідають науково-обґрунтованому (нормалізованому) протіканню виробничих процесів) показників витрат промислових енергетичних ресурсів з урахуванням поточного стану відповідного виробництва [2].

Загалом можна виділити два види енергетичного аудиту, наприклад будівель:

- експрес-енергоаудит;
- комплексний енергоаудит.

Експрес-аудит передбачає поверхневе обстеження будівлі та виявлення найбільш очевидних недоліків, а також намічає план робіт для комплексного енергоаудиту. Зазвичай точність рекомендацій такого аудиту оцінюється на рівні 10-20%.

Комплексний енергоаудит передбачає поглиблене вивчення конструкції будівлі та інженерних мереж, проведення інструментальних замірів та підготовку детального плану впровадження енергоефективних заходів, в тому числі економічний аналіз [3].

Тому в сучасних умовах, запровадження системи енергоменеджменту для нашої країни є одним з важливих компонентів у шляху до раціонального використання ресурсів та виведення країни на новий енергоефективний рівень.

## **СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ**

1. Закон України від 22.06.2017 № 2118-19 «Про енергетичну ефективність



будівель». [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2118-19>

2. Волинець А.В., Черевашко Д.І., Медведєва Н.А. Механізм ефективного використання енергетичних ресурсів // Стандартизація, сертифікація, якість. –2018. – № 1 (108). – С. 58-68.

3. Д.І. Черевашко, Н.А. Медведєва. Механізм ефективного використання енергетичних ресурсів // Інфраструктура якості: перспективи та тенденції розвитку: матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції. – К.: ДП «УкрНДНЦ», 2018. – С. 18

УДК 608.1

Нікітенко В.О.<sup>1</sup>, Воронкова В.Г.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> д.ф.н., доц., професор кафедри менеджменту організацій та управління проектами, Інженерний навчально-науковий інститут ім. Ю.М. Потебні Запорізького національного університету, Україна

<sup>2</sup>д.ф.н., проф., в.о. завідувача кафедри менеджменту організацій та управління проектами, Інженерний навчально-науковий інститут ім. Ю.М. Потебні Запорізького національного університету, Україна

### **ФІЛОСОФСЬКИЙ ДИСКУРС ПРО КВАНТОВІ КОМП'ЮТЕРИ ЯК ВИРАЖЕННЯ ПРОГРЕСУ ЦИФРОВОЇ ЦИВІЛІЗАЦІЇ**

Квантові комп'ютери називають майбутнім стрибком прогресу цифрової цивілізації, який можна порівняти зі створенням інструментів, започаткуванням сільського господарства і, звісно, з цифровою революцією. Їх вважають такими ж важливими як штучний інтелект (ШІ), або навіть важливішими. Зрозуміти суть квантових обчислень спершу складно, проте, коли людина збагне її сутність, то побачить, що ця технологія може змінити все, а також зрозуміє, якою химерною є реальність. Уявіть, що існує комп'ютер нового типу, який може одночасно розрахувати всі можливі способи розв'язання проблем. Ви можете запропонувати цьому комп'ютеру проблему з майже необмеженими можливостями - і він дасть відповідь за лічені години. Якщо ми називаємо наші сучасні комп'ютери класичними, то новий, здавалося б, неможливий комп'ютер – квантовим. Коли звичайні комп'ютери опрацьовують дані у вигляді двійкових бітів, квантовий комп'ютер опрацьовує дані як квантові біти (кубіти), які можуть існувати у станах від 0 та одиниці – щось на кшталт ймовірностей (так звана суперпозиція) [1]. Суперпозиція дає змогу квантовому комп'ютеру випробувати всі напрямки одночасно, тобто шукати короткий шлях. Кубітом може бути все, що має квантову поведінку: електрон, атом, молекула. Вони здебільшого існують в одному з двох станів: спін угору або спін донизу. Якщо спін угору вважати за 1, то спін донизу за 0. Завдяки суперпозиції ми зможемо одночасно мати 1 і 0. Деякі дослідники вважають, що суперпозиція

– це доказ існування альтернативних всесвітів. Річард Фейнман як батько квантових обчислень вважав, що через кубіти комп'ютери за своєю суттю квантові, як і сама природа і вони мають легко впоратися з її експонентною складністю. Іншими словами, з кожним доданим кубітом квантовий комп'ютер стає потужнішим у геометричній прогресії, на відміну від звичайного комп'ютера. Теоретично квантовий комп'ютер зі 100 кубітами матиме більшу обчислювальну потужність, ніж усі суперкомп'ютери на землі разом узяті. Фейнман припустив, що якщо ви хочете імітувати світ, то можете закодувати закони фізики в операції над кубітами, як, наприклад, використовують логічні схеми з класичними бітами. Це була неймовірна ідея: закодувати чисту фізику у фундаментальну сутність природи та реальності – це не просто якість математичне наближення реальності. Далі ми запускаємо гіперреалістичну симуляцію та спостерігаємо за тим, що станеться. Наприклад, ми можемо виявити матеріал, який стане вдєсятеро міцнішим, якщо до його структури додати якусь невідому молекулу. Дехто висуває припущення, що, моделюючи молекули таким способом, ми могли б винаходити нові матеріали, ліки й технології виробництва енергії [2].

Як свідчить подальший аналіз квантових комп'ютерів як вираження експоненційного розвитку інформації, для експонентного пришвидшення кубіти повинні сполучатися і вони роблять це дуже дивно. У світі квантової фізики доля всіх кубітів пов'язана між собою у процесі, який називається квантовою заплутаністю. Заплутаність – це взаємозв'язок між двома частинками у суперпозиції, коли стан однієї визначає стан другої. У 2017 році китайські науковці показали, що квантова заплутаність відбувалася навіть тоді, коли одну частинку сполученої пари запускали в космос. Після заплутання квантові частинки заливаються у цьому стані, якщо вони перебувають на протилежних кінцях Всесвіту. У квантових комп'ютерах заплутаність разом із суперпозицією допомагає системі зберігати всі можливі розв'язки одночасно. Це все може звучати дивно, але якщо задуматися, то ми хибно сприймаємо світ у своєму повсякденному житті. Квантова механіка – це те, як насправді працює природа, це основа стабільності матерії, це реальність. На початку 2010 року вчені почали створювати перші квантові комп'ютери, однак дотепер з'явилися дві головні проблеми. Перша проблема пов'язана із самою квантовою фізикою, відповіді на які дають квантові комп'ютери і мають форму ймовірності. Щоб квантова система рухалася до правильної відповіді, коли неодноразово ставимо питання, код розроблено так, що кубіти, найпевніше, перебувають у правильно квантовому стані для поставленого завдання (отже, комп'ютер має правильну відповідь). Неймовірно, але квантовий код розроблено для використання хвилеподібних властивостей, виявлених у формах елементарних частинок, щоб усунути неправильні відповіді та деталізувати правильні, потім можна виявити цю

відповідь та розглянути її. Друга проблема – реальність підтримання квантового середовища, через що тепер немає потужних квантових комп'ютерів. Щоб бути у квантовій суперпозиції (кілька станів одночасно), їм потрібно почуватися комфортно, вони повинні бути захищені від будь-якого випромінювання, а температура має бути трохи вищою від абсолютного нуля. Якщо частинка кубіта взаємодіє з чим-небудь, квантові ефекти зникають. Будь-які незначні порушення, такі як частинки світла, випромінювання або навіть квантові коливання, можуть вивести частинки кубіта зі стану суперпозиції, нівелюючи всю потужність машини. Як уже було зазначено, кубіт – це будь-яка форма матерії, що має квантову поведінку, а це означає, що металеві петлі можна використовувати для створення ідеального середовища. Усталена технологія кубітів вимагає металевого напівпровідника для створення стану суперпозиції. Теперішні технології дають змогу використовувати квантову суперпозицію лише на незначній частку секунди. Чого недостатньо для запуску корисного алгоритму. Квантові комп'ютери можуть добре впоратися з речами, які мають невеликі вхідні дані та вихідні дані, маючи при цьому величезну кількість імовірностей [3]. Квантовий комп'ютер, таким чином, - це засіб обчислювальної техніки, де в основі роботи центрального процесора лежать закони квантової механіки. Такий комп'ютер принципово відрізняється від традиційних ПК, що працюють на основі кремнієвих чипів. Поки що квантовий комп'ютер - пристрій, про який говорять багато дослідників фізики обчислень. Цей пристрій застосовує для обчислення не класичні алгоритми, а процеси квантової природи – квантові алгоритми, що використовують ефекти квантової механіки, такі як квантовий паралелізм та квантова заплутаність. Базою для обчислень такого типу служить кубіт - система, у якій число частинок аналогічне імпульсу, а фазова змінна (енергетичний стан) - координати. Фазовий кубіт був уперше реалізований у лабораторії Делфтського університету і з того часу активно вивчається.

Перша квантова революція відбулася у другій половині ХХ століття і призвела до появи лазерів, транзисторів, ядерної зброї, а згодом – мобільного телефонного зв'язку та інтернету. Технології першої квантової революції застосовують у комп'ютерах, мобільних телефонах, планшетах, цифрових камерах, системах зв'язку, світлодіодних лампах, МРТ-сканерах, скануючих тунельних мікроскопах тощо. Обсяг ринку відповідної продукції у світі становить 3 трлн доларів на рік. При цьому «закон Мура», згідно з одним із викладів якого, продуктивність процесорів має подвоюватися кожні 18 місяців, більше не працює. З кінця ХХ століття світ знаходиться на порозі другої квантової революції. У першій квантовій революції технологи та прилади будувалися на управлінні колективними квантовими явищами. У другій квантовій революції технології будуть будуватися на здатності

керувати складними квантовими системами на рівні окремих частинок, наприклад, атомів та фотонів. Технології, засновані саме на такому високому рівні контролю за індивідуальними квантовими об'єктами, прийнято поєднувати терміном квантові технології. На шляху створення квантового комп'ютера існує багато проблем. Насамперед необхідно навчитися приводити кубіти у певні вихідні стани, об'єднувати їх у заплутані системи, ізолювати ці системи від впливу зовнішніх перешкод, зчитувати результати квантового розрахунку [4].

Також розробникам квантового комп'ютера належить обрати оптимальну елементну базу виготовлення кубітів. Є кілька конкуруючих підходів, і один із них - надпровідні кубіти з переходами, схожими на перші носії комп'ютерної інформації – феритові кільця. Щоправда, кубіти приблизно тисячу разів менше магнітних бітів епохи, що передувала появі інтегральних мікросхем. Розробками у цій галузі зайнято безліч іноземних інститутів та лабораторій великих компаній. Володіння робочим зразком універсального квантового комп'ютера відкриває величезні можливості у розробці нових матеріалів, розшифровці найскладніших кодів, моделюванні складних систем, створенні універсального штучного інтелекту та безлічі інших областей. По суті, квантові обчислювальні системи є вершиною розвитку паралельних обчислень. Ці системи здатні вирішувати найскладніші обчислювальні завдання, недоступні традиційним комп'ютерам. Зокрема, квантові комп'ютери дозволяють здійснювати моделювання природних процесів на користь фахівців з хімії, матеріалознавства та молекулярної фізики. З появою квантових комп'ютерів вчені зможуть створити каталізатор для абсорбування вуглекислого газу з атмосфери, надпровідники, здатні працювати при кімнатній температурі, створювати нові ліки від невиліковних поки що хвороб. Однак, незважаючи на суттєвий прогрес у дослідженнях, залишається актуальною проблема подолання природних перешкод на шляху створення життєздатних великомасштабних квантових систем, здатних демонструвати необхідну точність обчислень. Хоча нам далеко до практичних квантових комп'ютерів, все ж таки не варто применшувати їхній потенціал, тому що це майбутнє цифрової цивілізації та її прогресу..

## **СПИСОК ВИКОРСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ**

1.Бостром Нік. Суперінтелект. Стратегії і небезпеки розвитку розумних машин / пер з англ. Антон Ящук, Антоніна Ящук. Київ: Наш формат, 2020. 408 с.

2.Діамандіс Пітер & Котлер Стівенс. Майбутнє ближче, ніж здається. Як технології змінюють бізнес, промисловість і наше життя / пер. з англ. Дмитро Кожедуб. Київ: Лабораторія, 2021. 320 с.

3. Діксон Патрік. Майбутнє (майже) всього. Як зміниться світ протягом наступних ста років / пер. з англ. І. Возняка. Харків: Віват, 2021. 432 с.

4. Воронкова В.Г., Нікітенко В.О. Філософія цифрової людини і цифрового суспільства: теорія і практика: монографія. Запоріжжя: Видавничий дім «Гельветика», 2022. 308 с.

УДК 351.82: 330.341.1

Перезова І. В.<sup>1</sup>, Морозова О. С.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>д.е.н., професор, завідувач кафедри підприємництва та маркетингу Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу, Україна

<sup>2</sup>к.е.н., доцент кафедри міжнародних економічних відносин Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника, Україна

### **РИНОК ЕЛЕКТРИЧНОЇ ЕНЕРГІЇ «НА ДОБУ НАПЕРЕД»: ЗМІНИ ЗА ВІЙСЬКОВИЙ ЧАС**

Перехід ринку електричної енергії України на принципово нові засади розпочався у 2017 році з виконання зобов'язань України щодо Третього енергетичного пакета ЄС. В Україні була запроваджена нова модель ринку електричної енергії в рамках виконання зобов'язань за Договором про заснування Енергетичного Співтовариства та Угодою про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони.

Дія Закону України «Про ринок електричної енергії» спрямована на імплементацію актів законодавства Енергетичного Співтовариства у сфері енергетики, а саме Директиви 2009/72/ЄС про спільні правила внутрішнього ринку електричної енергії, Регламенту ЄС 714/2009 про умови доступу до мережі транскордонного обміну електроенергією, Директиви 2005/89/ЄС про заходи для забезпечення безпеки інвестування до системи електропостачання та інфраструктури. Відтак, впроваджений 01.07.2019 року оптовий ринок електричної енергії України, являє собою єдину впорядковану систему взаємовідносин між суб'єктами господарської діяльності при здійсненні купівлі-продажу електричної енергії, при цьому модель ринку електричної енергії, включає низку сегментів, одним з яких поряд з ринком двосторонніх договорів (позабіржова торгівля), внутрішньодобовим ринком (ВДР), балансуємим ринком, ринком допоміжних послуг є ринок «на добу наперед» (РДН). Він виступає сегментом ринку електроенергії, на якому здійснюється її купівля-продаж на наступну за днем проведення торгів добу за вільними конкурентними цінами із урахуванням попиту і пропозиції.

Відповідно до п. 1.2.3 Правил ринку «на добу наперед» та внутрішньодобового ринку «купівля-продаж електричної енергії на РДН здійснюється у ході організованих електронних торгів, які проводяться за

допомогою програмного забезпечення ОР (оператора ринку)»[1]. Фактично, цей сегмент оптового ринку електричної енергії є повноцінною енергетичною біржою, яка є найбільш ліквідним сегментом конкурентного ринку і для більшості учасників є індикативом вартості електроенергії. Відповідно до Правил, ціна на РДН, визначається за принципом граничного ціноутворення із забезпеченням мінімізації ціни та максимізації обсягів торгівлі. Жоден учасник не бачить заявлені ціни та обсяги купівлі/продажу електричної енергії іншими учасниками. Така технологія торгів на РДН визначає ціну встановлену ринковим конкурентним способом – зрівноваженим попитом та пропозицією на електроенергію.

23.02.2022 року на офіційному вебсайті ДП «Оператор ринку» [2] оприлюднено звіт про фактичну ціну електричної енергії на ринку за 20 днів лютого 2022 року, де у тому числі звертається увага, що ціновий індекс електроенергії BASE на РДН в об'єднаній енергетичній системі України (ОЕС України) знизився на майже 27%. Тобто ДП «Оператор ринку» звітував, на офіційному вебсайті, про виконання всіх планових нормативів та про планомірне зниження вартості електричної енергії ОЕС України. Так, середньозважена ціна внутрішньодобового ринку за 20 днів лютого, по відношенню до 20 днів січня планово зменшилась на 23,35%, а за 20 днів березня по відношенню до 20 днів лютого збільшилась на 24,47%. Таке збільшення ціни є прямою відповіддю учасників ринку на російську військову агресію. Натомість, у розрізі декад спостерігається зменшення середньозваженої фактичної ціни у 2 декаді березня по відношенню до 1 декади на 4,65%. Окрім того, вважаємо, що збільшення ціни на електроенергію у сусідніх з Україною країнах Європи - Польщі, Румунії, Угорщини, Словаччини і Чехії у обсязі, що перевищує 20%, пояснюється здешевленням гривні по відношенню до польського злотого, чеської крони, румунського лея, угорського форинту, не зважаючи на те, що протягом періоду з 24.02 по 23.03.2022 курси цих валют, за даними НБУ не змінювались [3]. Оскільки фактична вартість української гривні у цих країнах Європи протягом періоду з 24.02 по 23.03.2022 не співпадала з курсом НБУ, то вважаємо, що електроенергія, як ліквідний товар, відібрала на себе, протягом цього місяця, вартість знеціненої гривні.

Окрім, того, з початком активних бойових дій НКРЕКП разом з ДП «Оператор ринку» запровадили низку змін до нормативно правових актів задля стабілізації на ринку електричної енергії, у тому числі:

- з доби постачання 24 лютого 2022 року на час ізольованого режиму роботи функціонує одна торгова зона «ОЕС України» із включенням до неї торгової зони «Острів Бурштинської ТЕС» (Постанова НКРЕКП від 29.12.2021 №2972);

- під час дії особливого періоду визначена одна торгова зона «ОЕС України» в межах України (Постанова НКРЕКП від 27.02.2022 №333).

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Про затвердження Правил ринку «на добу наперед» та внутрішньодобового ринку. Постанова НКРЕКП від 14.03.2018 № 308. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v0308874-18>
2. Офіційний вебсайт ДП «Оператор ринку». – Режим доступу: <https://www.oree.com.ua/>
3. Офіційний сайт Національного банку України. – Режим доступу: <https://bank.gov.ua/ua/markets/exchangerates>

УДК 339.92-339.96

Севастьянов Р.В.<sup>1</sup>, Гончаренко Д.А.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> к.е.н, доц., доцент кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності НУ «Запорізька політехніка», Україна

<sup>2</sup> здобувач вищої освіти, НУ «Запорізька політехніка», Україна

### **ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ ВОДНЮ В ЕНЕРГЕТИЦІ УКРАЇНИ**

В даний час основним паливом для двигунів внутрішнього згоряння є речовини, одержувані шляхом ректифікації нафти. Отримане паливо після згоряння залишає величезний вуглецевий слід з вмістом важких металів, що має великий вплив на екологію.

Все більше виникає проектів, заснованих на альтернативних видах палива - СПГ, електрику, водневі двигуни. Найбільшу енергію на одиницю маси при спалюванні має водень, що дає йому перевагу в використанні.

При цьому водень має значно вищу енергоємність, ніж природний газ, нафта чи вугілля, а продуктом згоряння водню є лише вода, що абсолютно безпечно для навколишнього середовища. Усе це робить його перспективним видом енергії. [1]

До водню, як універсального енергоносія і накопичувача енергії для транспорту, енергетики, розподіленої генерації і комунального споживання, а також як сировинного матеріалу для промисловості, відводиться особлива роль в пошуку вирішення ключового протиріччя сучасності - постійно зростаюче енергоспоживання і необхідність скорочення викидів CO<sub>2</sub>.

Принциповими ключовими завданнями водневої енергетики є великомасштабне екологічно чисте виробництво водню і розвиток інфраструктури для використання водневих технологій.

Відома особливість роботи енергетичних систем - нерівномірність навантаження мережі протягом доби. Ця проблема вирішується за допомогою акумуляції, в основному за рахунок використання гідроакумуляуючих електростанцій, ГАЕС (понад 96% всієї світової ємності зберігання електроенергії - 184 ГВт встановленої потужності). У відновлюваній

енергетиці з'являється додаткова проблема - нестабільність самих вироблених потужностей через зміну погодних умов, а також різниці між піками споживання і вироблення. До вироблення об'єктами ВДЕ певних обсягів електроенергії зазначена нестабільність перебивається існуючими системами гідроаккумуляції, однак при збільшенні цих обсягів, виникає необхідність спорудження додаткових енергетичних об'єктів, що згладжують зазначену нестабільність [3].

Найбільш прийнятним рішенням стало використання виробленої об'єктами ВДЕ електроенергії для отримання водню електролізом води - практично невичерпного «зеленого» сировинного джерела відповідно до загальноприйнятої термінології.

Реалізація Водневої стратегії Євросоюзу передбачає виробництво до вже недалекого 2024 року 1 млн тон електролізного водню, що потребують установки електролізерів потужністю 6ГВт. До 2030 року планується збільшити цей показник до 10 млн тон і, відповідно, встановити електролізери загальною потужністю 60 ГВт. При вартості електролізера порядку 0,5 млн євро за 1 МВт споживаної електроенергії це 3 і 30 млрд євро відповідно [3].

В даний час активно обговорюються перспективи України як одного з головних постачальників «зеленого» водню в Європу. При цьому передбачається розміщення до 2030 року потужностей по його виробництву в 9,8 ГВт електролізом.

Експерти Європейської економічної комісії ООН за підтримки Міненерго і Держенергоефективності провели дослідження потенціалу водневих технологій в Україні. Результати показали доцільність введення водневої економіки, широкі можливості для цього, а також вигоду від інфраструктури, з'єднаної з ЄС. [3]

У відомстві повідомили, що, відповідно до цілей Енергетичної стратегії України на період до 2035 року щодо встановлення потужностей ВЕС та СЕС, середньорічне виробництво "зеленого" водню може скласти 5,5 млрд м<sup>3</sup> [4].

Така потужність зможе забезпечити гнучкість роботи енергосистеми, декарбонізація промисловості і транспортного сектора, а також довгострокове зберігання електроенергії [4].

Таким чином, застосування водню в якості палива на газотурбінних установках газоперекачувальних агрегатах здатне запустити ефективний механізм створення інфраструктури виробництва і використання водню, зниження викидів парникових газів, розробки і впровадження технологій виробництва водню з природного газу, а також формування окремих водневих енергосистем у вигляді водневих кластерів або автономних енергосистем з урахуванням близькості потенційних ринків збуту.



## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Офіційний сайт газети «Економічна правда».- 06.04.2020. - Режим доступу.- [<https://www.epravda.com.ua/projects/greendal/2020/04/6/658774/>]
2. Харламова Т.Е. История науки и техники. Электроэнергетика. Учеб. Пособие - СПб.: СЗТУ, 2006. - 126с.
3. «Зелений»водень. Лікнеп для України".- 02.10.2021. Режим доступу.- [<https://zn.ua/macrolevel/zelenyj-vodorod-likbez-dlja-ukrainy.html>]
4. Офіційний сайт газети «Економічна правда».- 29.03.2021. - Режим доступу.- [<https://www.epravda.com.ua/rus/news/2021/03/29/672415/>]

УДК 339.977

Севастьянов Р.В.<sup>1</sup>, Суле Р.У.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>к.е.н, доц., доцент кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності, НУ «Запорізька політехніка», м.Запоріжжя, Україна

<sup>2</sup> здобувач вищої освіти, НУ «Запорізька політехніка», м. Запоріжжя, Україна

### **ПЕРСПЕКТИВА ВОДНЕВОЇ ЕНЕРГЕТИКИ В УКРАЇНІ**

На сьогодні альтернативна енергетика, зокрема виробництво і використання водню як енергоносія, є актуальним, світовим і європейським трендом. Такі країни як Японія, Південна Корея, Німеччина, Австралія вже мають затверджені Водневі Стратегії, багато інших країн працюють над її розробкою.

Воднева трансформація - це шанс України отримати енергонезалежність, посилити нашу економіку, прискорити інтеграцію з Європейським союзом і стати сильним, рівноправним гравцем на світовій арені.

Для виробництва "зеленого" або екологічно чистого водню потрібні поновлювані джерела енергії. В Україні "зелені" джерела розвиваються досить швидко. Тому в Європі вважають Україну країною з великим потенціалом і кажуть, що Україна може стати провідним постачальником водню на ринок ЄС [1].

По-перше використання водню значно скорочує викиди CO<sub>2</sub> та дає можливість заощадити, адже суміш газу і водню дає більше тепла, ніж звичайний природний газ. Це покращить становище, як і для населення, так і для промислових споживачів - металургійних заводів або хімічних підприємств.

По-друге сфери застосування водневої енергетики досить широкі наприклад: у сільському господарстві цей газ можна використовувати для виробництва аміаку який використовується для правильного розвитку і росту рослин, а також підвищення врожайності, у металургії водень може використовуватися для плавлення і зварювання тугоплавких металів та

створення захисної азотно-водневої атмосфери при термообробці труб, харчовій промисловості водень використовується при виробництві маргарину [2].

Також одна з найцікавіших сфер застосування – це опалення житлових будинків. Подібні експерименти вже готуються у всьому світі. А у Великій Британії вперше у світі вже почали використовувати суміш із 20% водню та природного газу для опалення будинків. Вже зрозуміло, що водень — перспективний напрямок, який, подібно до сонячної чи вітрової енергетики, з роками отримуватиме все більшого поширення[3].

Отже, на нашу думку, одним з способів досягнення повноцінного впровадження водневої енергетики необхідно:

1. Скоригувати «Енергетичну стратегію України на період до 2030 р.» – з урахуванням загальносвітового запиту на водневу енергетику і кліматичну нейтральність;
2. Розробити й затвердити Концепцію водневої енергетики в Україні й профільне законодавство – з урахуванням найкращих доступних технологій та методів керування (НДТМ), зокрема, Євросоюзу, США, Японії та інших країн;
3. Держава повинна розробити комплексну 5-річну програму щодо дизайну газорозподільчих мереж – з урахуванням бюджетного фінансування, приватних інвестицій, міжнародних грантових програм та пільгового кредитування;
4. Необхідно розробити й впровадити в Україні систему стандартизації водневої енергетики – згідно з міжнародними стандартами й нормами для цього виду палива.

Перехід на водневу енергетику є неминучим, особливо в умовах наявного в Україні надлишку енергогенерації. Атомно-промисловий комплекс України має використати цей шанс.

### **СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ**

1. Kozin L. F. et all, Fundamental Problems of hydrogen energetics, Ed. V.D.Pokhodenko, V.V. Skorokhod, Yu.M Solonin, Kyiv, KIM, 2021.
2. Solar Energetics in Europe, Green Energetics, No. 5 (2010) 21.
3. Інтернет ресурс: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy.html>

УДК 338

Сердюк Є.М.<sup>1</sup>

<sup>1</sup>ст. викл., кафедра підприємництва, торгівлі та біржової діяльності, НУ «Запорізька політехніка», м. Запоріжжя, Україна

## **ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ ЕНЕРГОЗБЕРЕЖЕННЯ ТА ЕНЕРГОЕФЕКТИВНОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВАХ**

Закономірним наслідком промислової революції у світі є прискорене збільшення споживання викопних енергетичних ресурсів за умов їх обмеженості, що обумовлює невідворотне зростання ціни на них. Через постійне зростання попиту та цін на енергоресурси все більш актуальним стає впровадження енергоефективних інноваційних технологій, що є шляхом не тільки забезпечення ефективного функціонування та розвитку підприємства, а й вирішенням проблем енергетичної безпеки країни і зміни клімату в усьому світі. Традиційно найбільшого використання зазнають невідновлювальні викопні енергетичні ресурси (природний газ, нафта і вугілля), що складають до 60 % енергетичного балансу України. У цей час, через підвищення цін на викопні ресурси, розробку та впровадження новітніх енергоефективних технологій та наявність світових екологічних трендів, споживання інших ресурсів енергії поступово зростає. Судячи з світових тенденцій в енергетичній сфері невідворотним є перехід від домінування викопних енергетичних ресурсів та неефективних енергомереж до моделі виробництва, що характеризується наявністю декількох альтернативних джерел та шляхів постачання енергоносіїв. Отже для забезпечення сталого економічного розвитку будь-якої країни й її суб'єктів господарювання та протидії процесу глобального потепління стратегічно необхідним є запровадження енергозберігаючих заходів та енергоефективних технологій. Так, у «Енергетичній стратегії України на період до 2035 року «Безпека, енергоефективність, конкурентоспроможність»» [1] наголошується на необхідності впровадження та постійного вдосконалення системи енергетичного менеджменту на рівні підприємств, відповідно до вимог стандартів та міжнародних угод; стимулювання енергозбереження; підвищення енергоефективності та зниження втрат енергії. В цей же час стратегічні для сфери енергетики нормативно-правові акти, а саме: Закони України «Про енергетику», «Про енергопостачання», «Про енергозбереження» та інші, не містять чіткого трактування цих понять та переліку показників їх виміру, що негативно позначається на ефективності функціонування вітчизняних підприємств. Отже, недостатність досліджень у цьому напрямі обумовлює необхідність вдосконалення та систематизації понятійно-термінологічного апарату, уточнення відповідних економічних показників й індикаторів, що є основою забезпечення стійкості,

конкурентоспроможності підприємств та подальшого розвитку підприємництва в Україні.

Сучасні нормативно-правові акти й наукові літературні джерела енергетичної та економічної сфер містять різні підходи щодо визначення й трактування понять «енергозбереження» та «енергоефективність». Так, Згідно Закону України «Про енергозбереження» цей термін означає «діяльність (організаційну, наукову, практичну, інформаційну), яка спрямована на раціональне використання та економне витрачання первинної та перетвореної енергії і природних енергетичних ресурсів в національному господарстві і яка реалізується з використанням технічних, економічних та правових методів» [3].

Поняття «енергозбереження» та «енергоефективність» застосовуються в єдиній системі, є взаємозалежними, але нетотожними, хоча обидва описують як діяльність чи процес, так і результат.

Доцільно розраховувати показник «енергоємності» [10] –питому витрату енергії на технологічні потреби у розрахунку на одиницю виробленої продукції, робіт, послуг, часу роботи устаткування (наприклад, на 1 кВт.г), або площі (наприклад, на нагрів 100 м<sup>2</sup> площі на 1 °С для опалювання) тощо. Добуток цього показника та ціни енергоресурсу (тарифу енергопостачання) визначає вартість одиниці спожитих енергоресурсів на одиницю продукції (послуг, робіт) тощо.

Згідно Закону України «Про енергозбереження» економічні заходи для забезпечення енергозбереження на рівні підприємства передбачають [3]:

- «комплексне застосування економічних важелів та стимулів для орієнтації управлінської, науково-технічної і господарської діяльності підприємств, установ та організацій на раціональне використання і економію паливно-енергетичних ресурсів;

- визначення джерел і напрямів фінансування енергозбереження;

- введення відрахувань від вартості фактично використаних підприємствами паливно-енергетичних ресурсів;

- надання юридичним і фізичним особам субсидій, дотацій, податкових, кредитних та інших пільг для стимулювання розробок, впровадження патентних винаходів та використання енергозберігаючих технологій, обладнання і матеріалів;

- матеріальне стимулювання колективів та окремих робітників за ефективне використання та економію паливно-енергетичних ресурсів, впровадження розробок, захищених патентом».

Оцінювання рівнів енергозбереження та енергоефективності, на основі запропонованих показників, дозволяє оцінити результати, доцільність та ефективність впровадження енергозберігаючих заходів та енергоефективних проєктів задля забезпечення ефективної енергетичної

політики на рівні підприємства. Перспективами подальших досліджень у цьому напрямі є розробка ефективного організаційно-економічного механізму енергетичного господарства, який би поєднав обидві стратегії у комплексі.

### СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Енергетична стратегія України на період до 2035 року «Безпека, енергоефективність, конкурентоспроможність»: Розпорядження Кабінету міністрів України від 18.08.2017 р. № 605-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/605-2017-%D1%80>
2. Національний план дій з енергоефективності на період до 2020 року: Розпорядження кабінету міністрів України Указ від 25.01.2015 р. № 1228-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1228-2015-%D1%80>
3. Про енергозбереження: Закон України від 01.07.1994 р. № 74/94-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/74/94-%D0%B2%D1%80> (дата звернення: 2024.08.15)
4. Кошева Г.О. Шапоренко О.І. Сутність та значення ресурсозбереження в стратегії управління підприємством. *Фінансово – банківські механізми державного управління економікою України*. Донецьк, 2007. №8. С. 133 – 141.
5. Гаприндашвілі Б.В. Енергозбереження як чинник підвищення конкурентоспроможності промислових підприємств. *БізнесІнформ*. Харків, 2014. № 8. С. 213 – 217.
6. Докуніна К.І. Теоретичні аспекти формування економічного механізму енергозбереження. *Комунальне господарство міст*. Харків, 2012. № 106. С. 341 – 350.
7. Гордієнко О.С. Енергозбереження транспортних підприємств. *Технологический аудит и резервы производства*. Полтава, 2012. № 1(7). С. 13 – 14.
8. Стратегії з енергоефективності та енергозбереження на підприємствах, в установах та організаціях, що належать до сфери управління ДАЗВ, на 2018 – 2020 роки : Наказ Державного агентства України з управління зоною відчуження від 19.01.2018 р. № 4 URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0004767-18>

УДК 330:620.9

Тарасевич О. В.<sup>1</sup>, Градобоева Є. С.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>д.е.н., доцент, завідувачка відділу економіко-правових проблем містознавства, Державна установа «Інститут економіко-правових досліджень імені В.К. Мамутова Національної академії наук України», м. Київ, Україна

<sup>2</sup>к.е.н., старший науковий співробітник відділу економіко-правових проблем містознавства, Державна установа «Інститут економіко-правових досліджень імені В.К. Мамутова Національної академії наук України», м. Київ, Україна

## **ЕКОЛОГО-ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ ЕНЕРГОЕФЕКТИВНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ МІСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА**

На гострій потребі у вжитті системних заходів, спрямованих на підвищення енергоефективності, декарбонізацію енергетичного сектору в умовах підвищення ціни на газ, наголошено у першому розділі Закону України «Про Основні засади (стратегію) державної екологічної політики України на період до 2030 року» [1]. «...Сприяння розвитку ефективного централізованого теплопостачання та вискоефективної когенерації...», згідно п. 7 ч. 2 ст. 3 Закону України «Про енергетичну ефективність» [2], виступає одним з основних заходів державної політики у відповідній сфері. При цьому пп. 18-20 секторальних заходів з підвищення енергоефективності Плану заходів Національного плану дій з енергоефективності на період до 2030 року [3] виступає поширення використання технологій вискоефективної когенерації та використання скидного енергопотенціалу відповідно до принципів та положень законодавства ЄС; сприяння підвищенню ефективності систем централізованого теплопостачання, а також впровадження енергоефективних заходів із скорочення втрат у мережах передачі та розподілу електричної енергії та газорозподільних мережах, що свідчить про пріоритетність заходів з підвищення енергоефективності муніципальних інфраструктурних об'єктів і мереж.

При цьому інвестування у забезпечення / підвищення енергоефективності, що у склавшихся останнім часом геополітичних умовах виступає ключовою передумовою для досягнення Україною енергонезалежності та запорукою як енергетичної, так і екологічної безпеки, має подвійний мультиплікативний ефект – еколого-економічний. Адже, реалізація підприємствами міського господарства енергозберігаючих заходів і впровадження інноваційних енергоефективних технологій, з одного боку, створить передумови мінімізації витрат і скорочення непродуктивних втрат енергоресурсів і, завдяки цьому, виробничих витрат і, відповідно, зменшення собівартості продукції і / або послуг та в цілому підвищення економічної ефективності господарювання, що, в свою чергу, сприятиме поповненню дохідної частини бюджету розвитку українських міст. З іншого боку, підвищення енергоефективності створює передумови забезпечення екологізації по всіх виробничих стадіях підприємств міського господарства і

відповідного зменшення техногенного навантаження на навколишнє середовище українських міст за рахунок скорочення обсягу шкідливих викидів і викидів парникових газів в атмосферу, завдяки зменшенню ресурсо-ї енергоспоживання при виробництві продукції, транспортуванні та наданні послуг. Утім, загальновідомо, що майже 70% будівель в Україні, збудованих у 1946-1990 рр., мають вкрай низькі характеристики енергоефективності [4], а основні фонди, мережі та об'єкти інфраструктури містообслуговуючих, а, подекуди, й містоутворюючих підприємств більшості українських міст функціонують ще з радянських часів. Зазначене обумовлює критичний рівень зношеності, ветхості та, відповідно, аварійності обладнання та мереж виробничої інфраструктури підприємств міського господарства, а також вкрай низький, внаслідок цього, коефіцієнт їх корисної дії і вельми високу енерговитратність та техногенне навантаження на навколишнє природне середовище українських міст і населених пунктів, зокрема, суттєве збільшення використання атмосферного кисню, а також викидання продуктів повного згорання та інших шкідливих викидів в атмосферу. Тож «зелена» реновація фонду як житлових, так і громадських будівель за високими стандартами енергоефективності, а також екологічна модернізація підприємств виступали пріоритетами державної екологічної політики ще до військової агресії РФ проти України, у зв'язку з якою зазначені проблеми значно загострилися, обумовивши нові виклики в цьому напрямі.

Отже, враховуючи вищезазначене, при здійсненні заходів щодо майбутнього повоєнного відновлення житлового фонду та інфраструктури міст і населених пунктів України, що зазнали військової агресії, зокрема, при відбудові / ремонті зруйнованих / пошкоджених комерційних, громадських та житлових будівель, інфраструктурних об'єктів і мереж підприємств міського господарства з метою скорочення ними енергоспоживання доцільним представляється додержання високих стандартів енергоефективності, застосування сучасних прогресивних енергоефективних будівельних матеріалів, максимальне використання потенційної можливості енергетичної децентралізації, когенерації, відновлювальної генерації (де це представляється можливим). Для цього обов'язковою є всебічна підтримка та допомога органів державної влади та місцевого самоврядування, міжнародних фондів та інституцій, з огляду на що енергоефективний шлях заходів повоєнного відновлення інфраструктурних об'єктів і мереж, будівель та споруд як містоутворюючих, так і містообслуговуючих підприємств повинен стати стратегічним пріоритетом державної політики на найближче десятиріччя.

## **СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ**

1. Про Основні засади (стратегію) державної екологічної політики України на період до 2030 року: Закон України від 28 лютого 2019 року № 2697-VIII. *Відомості Верховної Ради України*. 2019. № 16. Ст. 70.

2. Про енергетичну ефективність: Закон України від 21 жовтня 2021 р. № 1818-ІХ. *Відомості Верховної Ради України*. 2022. № 2. Ст. 8.

3. Про Національний план дій з енергоефективності на період до 2030 року: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 29 грудня 2021 р. № 1803-р. *Офіційний вісник України*. 2022. № 8. Ст. 439.

4. Зубко Г. Вже до 2020 року Україна має досягти енергозбереження на рівні 9%. *Міністерство розвитку громад та територій України. Офіційний сайт*. 2022. URL: <http://www.minregion.gov.ua/press/news/vzhe-do-2020-roku-ukrayina-maye-dosyagti-energozberezhennya/> (дата звернення: 05.04.2022).



## СЕКЦІЯ 2. «МОНІТОРИНГ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ТА АНТИКРИЗОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ»

UDC 338.43.01

Pozhuieva T.O.<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Doctor of Economics, Professor, Department of Entrepreneurship, Trade and Exchange Activities, Zaporizhzhya Polytechnic National University, Ukraine

### **THREATS TO AGRIBUSINESS IN UKRAINE AS A WORLD PROBLEM**

In recent years, Ukraine exported agricultural products to more than 176 countries. If in March 2021 agr products worth 1.86 billion dollars were exported, this year the figure decreased to 842 million dollars. The decline was observed almost in all product groups. But the main export items suffered was cereals and vegetable oils, especially sunflower [1]. Ukraine is a world leader in the export of cereals, sunflower oil, honey, chicken and other food products. One in five tons of Ukrainian wheat is used to bake bread and bakery products in the Middle East, Africa and Southeast Asia. Twenty percent of exported corn is fed to livestock and poultry in Italy, Spain and Portugal [3].

In the face of aggravated global food and climate change problem, intensifying the search for ways to solve them for the agrarian business of Ukraine with its powerful potential and favourable natural and climatic conditions opens ample opportunities. Therefore, agrarian business should be recognized as one of the most promising areas of business in Ukraine in the light of these problems [2].

The Ministry of Agrarian Policy is now trying to export agricultural products from Ukraine without working ports. Before the war, there were about 5 million tons of exports a month through Ukrainian ports. There is now a significant surplus of oil and grain in the country. The latter is about 20 million tons, and the remnants of wheat - twice the domestic demand. Railways are the main mode of transport for grain

Certain logistics chains are already operating on the borders of Poland, Romania and Hungary, but the neck of export routes is still too narrow, and there are many interested [1]. To balance Ukraine's domestic food demand, the government has banned the export of cattle, meat and edible offal, rye, oats, buckwheat, millet, sugar and salt to other countries. Automatic export licenses have been introduced for the export of wheat, corn and chicken meat. All other agricultural products can be freely exported [3].

The condition of winter wheat varieties is good, better than expected. For winter, the biggest concern in the rest - most of them in the area under occupation, in the South. Somewhere around 40% under occupation [1].

The situation of Russian aggression could provoke the collapse of global food markets. So the civilized world will not be able to achieve the UN Sustainable Development Goals, first of all *Overcoming Hunger*.

## REFERENCES

1. Денков Д., Гордійчук Д. "Навіть якщо війна закінчиться завтра, хвиля високих цін у світі буде ще 3-5 років". Аграрний міністр Микола Сольський / 14.04.2022; 11:00 // <https://www.epravda.com.ua/publications/2022/04/14/685728/>
2. Tkachenko A. Innovative Approach to Evaluation of the Decoupling Phenomena in Making Decision on Investment of Agro-Business / Tkachenko A., Levchenko N. // International Journal of Recent Technology and Engineering. Vol.8, Issue 3C. p.38-44. URL:<https://www.ijrte.org/wp-content/uploads>
3. Грузінська І. Продовольча безпека: як війна Росії проти України загрожує всьому світу? / 11.03.2022 // <https://brdo.com.ua/news/prodovolchanebezpeka-yak-vijna-rosiyi-proty-ukrayiny-zagrozhuye-vsomu-svitu/>

УДК 338

Архипенко Т.А.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> аспірантка, кафедра менеджменту НГУ «Дніпровська політехніка», Україна

### ДЕСТАБІЛІЗАЦІЯ ЕНЕРГЕТИЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВ

Сучасні реалії світової економіки характеризуються дестабілізацією енергетичної безпеки, що є дуже важливою складовою комплексної системи економічної безпеки підприємств. Не встигнувши відновитися після карантинних обмежень і закриття кордонів, в лютому 2022 р. почалася повномасштабна війна в Україні та був введений воєнний стан. Це призвело до погіршення всіх сфер розвитку населення, держави та бізнесу. Україна, як країна, яка знаходиться в центрі Європи, зіштовхнулася з певними загрозами як в національній, так і в економічній безпеці.

Не зважаючи на воєнний стан, для держави завжди буде актуальним питанням енергетична безпека. Адже стрімкий розвиток суспільства призвів до надмірного споживання енергетичних ресурсів в порівнянні з їх запасами в Україні та дефіцитом в природі. Енергетична криза, яка з кожним роком тільки посилює екологічні та економічні проблеми, як на державному рівні, так і в приватному секторі, потребує впровадження відповідних рішень та забезпечення економічної безпеки підприємств. Таким чином енергетична криза є спільною проблемою для підприємств та всієї країни.

Енергетика – одна зі стратегічно важливих галузей економіки України, від безпечного, стабільного функціонування та сталого розвитку якої залежать життєдіяльність та якість більшості сфер життя суспільства, а також безпосередньо добробут громадян. Важливе значення наш енергетичний сектор має і у глобальному вимірі, адже Україна відіграє важливу роль у забезпеченні енергетичної безпеки всього європейського континенту [1].

Також, треба зазначити, що існує розпорядження Кабінету Міністрів України про схвалення Енергетичної стратегії України на період до 2035 р. «Безпека, енергоефективність, конкурентоспроможність», яким передбачено, що до 2025 р. здебільшого буде завершено реформування енергетичного комплексу України, досягнуто першочергових цільових показників з безпеки та енергоефективності, забезпечено його інноваційне оновлення та інтеграцію з енергетичним сектором ЄС [2].

Але, в розрахунках українського центру економічних та політичних досліджень ім. О. Разумкова, який є недержавним аналітичним центром, спостерігається негативна динаміка. Напередодні опалювального сезону 2021–2022 рр. український енергетичний комплекс зіткнувся з одним із найбільших викликів, що мали місце будь-коли протягом усіх тридцяти років існування суверенної української держави. Насамперед, мова йде про історично низькі запаси вугілля на складах ТЕС, недостатні обсяги накопичення природного газу в підземних сховищах газу, високий рівень зносу інфраструктури та безпрецедентну фінансову кризу на ринку електричної енергії, що зачепила практично усі базові підприємства галузі. У цьому контексті, особливо хотілося підкреслити, що системна енергетична криза відбувається в умовах посилення гібридної війни з боку Росії щодо України та підживлюється нею усіма можливими способами, а саме будівництвом обхідних газопроводів, припиненням поставок вугілля, перешкоджанням транспорту вугілля з Казахстану, обмеженням поставок скрапленого газу, відміною аукціону компанією Інтер РАО на поставки електроенергії в Україну [3].

Отже, підсумовуючи вищевказане, державі пропонується знизити вартість податків на енергоносії для підприємств, щоб вони змогли безперервно функціонувати. Також, підприємства будуть змушені зосередити увагу на оцінку наявних ризиків, сформувати резерви та своєчасно вносити корективи у стратегію розвитку свого суб'єкта господарювання. На жаль, в наслідок енергетичної кризи потерпає економічна безпека держави та вона буде змушена покривати борги на наступний рік.

Вважаємо, що держава повинна забезпечити певні умови для ведення підприємницької діяльності, тобто гарантовано надати підприємствам всі необхідні їм ресурси. Отож, в державній власності повинні обов'язково бути: енергетика, сировинна промисловість, транспорт, зв'язок, земля і нерухомість, комунальне господарство для створення вискоефективного виробництва.

Отож, підтримка держави щодо поліпшення економічної безпеки підприємства обов'язково повинна бути взаємним процесом, де підприємствам необхідно вносити свій внесок у вигляді прозорої звітності та податків.

До викликів сучасного світу варто готуватися завчасно та мати чіткий план дій для забезпечення енергетичної складової економічної безпеки підприємства, аби передбачити та запобігти енергетичної кризи. Наразі дуже актуальною темою є розвиток альтернативної енергетики. Кожен рік з цього приводу розробляються та фінансуються нові дослідження в Україні.

## СПИСОК ВИКОРИСТОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Урядовий портал: Енергетична безпека. URL: <https://www.kmu.gov.ua/diyalnist/reformi/ekonomichne-zrostannya/energetychna-bezbeqa> (дата звернення: 26.04.2022).
2. Верховна Рада України: Про схвалення Енергетичної стратегії України на період до 2035 року «Безпека, енергоефективність, конкурентоспроможність» URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/605-2017-%D1%80#Text> (дата звернення: 26.04.2022).
3. Базові причини енергетичної кризи в ОЗП 2021–2022рр. Разумков центр. URL: <https://cutt.ly/1Heiktb> (дата звернення: 26.04.2022).

УДК 332.012.334

Балахонова О.В.<sup>1</sup>, Фоміна Н.М.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>д.е.н., проф., професор кафедри економіки та менеджменту, Вінницький соціально – економічний інститут університету «Україна», м. Вінниця, Україна

<sup>2</sup>асистентка, кафедра міжнародного менеджменту та інновацій, Національний університет «Одеська політехніка», м. Одеса, Україна

### СУЧАСНА АКТУАЛЬНІСТЬ РОЗВИТКУ КОМПЛЕКСНОЇ КЛАСТЕРИЗАЦІЇ РЕГІОНУ

Модель сталого, стійкого розвитку, як і будь-яка інша соціальна модель, є системою інтегрованих компонентів, їх суттєвих відносин і зв'язків, що відображають основний зміст процесів збалансованого соціально-економічного та екологічного розвитку [4, с. 245].

Кластери - не нове явище у світі та, власне, в Україні, однак саме вони, як свідчить практика, стали в багатьох країнах одним з найпоширеніших інструментів подолання перешкод на шляху істотного розвитку малого і середнього бізнесу та забезпечення їм в економіці гідного місця. При цьому транснаціональні компанії також не залишаються осторонь від цієї форми організації виробництва і шукають у співпраці з фірмами кластера нові конкурентні переваги місцевого характеру.

Слід зазначити, що останнім часом, кластери зайняли особливу нішу в просторі об'єктів економічного аналізу та синтезу. Окремі дослідники

розуміють, що кластери - групи організацій (компаній, підприємств, об'єктів інфраструктури, НДІ, ЗВО та ін.), пов'язаних відносинами територіальної близькості та функціональної залежності у сфері виробництва продукції. Її реалізації чи споживання ресурсів. Причин для присутності кластерної ідеології в просторі економічного аналізу та синтезу декілька [3, с. 111].

У першу чергу це пов'язано особливостями самих кластерів. За своєю економічною сутністю кластери займають проміжне місце між територіально – виробничими комплексами і галузевими альянсами, поєднуючи в собі риси всіх зазначених видів економічних систем. Друга, полягає в тому, що кластер несе в собі і відбиток науково - проектних систем, оскільки часто є результатом запланованих організаційних зусиль осіб, які розглядають формування кластера як управлінський проект. Кластер можна розглядати як процес, оскільки його склад не є постійним і може змінитися в будь-який момент виробничої діяльності – у цьому полягає третя причина.

Також, інтерес до кластерів пояснюється сучасними сформованими тенденціями в розвитку управління регіональною економікою. Справа в тому, що і економічна теорія, і господарська практика не змогли у повному обсязі вирішити проблеми ринкової координації вітчизняної економіки в умовах глобалізації та інноватизації економіки ні на базі «атомізованості», сепаратного підходу до економіки, при якому вона подається як сукупність автономних агентів, ні на базі регіонального підходу, в якому об'єктом управління є територіально-виробничий комплекс ні на базі галузевого підходу, де об'єктом управління виступає галузь [3, с. 112].

На наш погляд, пошуки оптимального рішення територіально – виробничої організації розпочаті при централізованому управлінні, були продовжені в пореформений час, однак ефект не досягнуто до сьогодні.

У проведеному на кафедрі міжнародного менеджменту та інновацій дослідженні показано, що у якості адекватної методологічної бази управлінських процесів у регіонах необхідно використовувати теорію систем як найбільш загальну та одночасно враховуючу специфіку комплексно-кластерної організації [1]. В даний час, як ніколи раніше, стає очевидним, що технології реалізації комплексних кластерних програм і проектів є складними розгалуженими системами, що само утворюються, з безліччю входів і виходів. Ефективність управлінської діяльності у регіоні безпосередньо залежить від інститутів ринкової інфраструктури. Вплив держави на певні сфери їх інтересів дозволить підвищити результативність регулювання життєдіяльності у регіоні.

У ході дослідження життєдіяльності та життєздатності регіонів на прикладі Українського Причорномор'я та зіставлення основних показників із країнами Західної Європи виявлено стійку тенденцію до серйозного відставання у соціально-економічному розвитку. Особливо це негативно

позначається на якості життя та розвитку людського потенціалу. Ґрунтуючись на дослідженнях багатьох авторів, в т.ч. на власних дослідженнях [1; 2], що стосуються результативності реформ, зроблено висновок про те, що вибудована система інститутів, що регулюють економічні процеси, призвела до того, що особливого значення набуває проблема ефективності та стійкості розвитку регіону та управління ним.

Також у процесі проведення дослідження теоретично обґрунтовано та розроблено концепцію комплексної кластерної організації як особливої форми системної територіально - виробничої організації регіону, що є сукупністю кластерів, взаємодія між якими обумовлена регульованим обміном соціально-економічними взаємодіями, які забезпечують отримання синергетичного ефекту як збільшення регіонального потенціалу [1].

У дослідженні пропонується інноваційний проект, спрямований на створення нової форми організації регіону у вигляді кластерів та комплексного кластеру, призначених для збільшення рівня життя та задоволенню існуючих потреб населення.

Інтенсивний розвиток Одеської області дозволяє говорити о глибоких та незворотних передумовах формування та створення кластерів та комплексного кластеру на даній території.

## **СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ**

1. Захарченко В.І., Бондаренко О.В. Комплексна кластеризація території : монографія. Одеса : Фенікс, 2022 ( у друці)
2. Захарченко В.І., Паларев О.А. Кластерна форма територіально-виробничої організації: монографія. Рига, Латвія: Baltija Publishing, 2020. 376 с.
3. Теорія і практика кластеризації економіки : монографія / за наук. та заг. ред. М. П. Войнарєнка, В. І. Дубницького. – Кам'янець-Подільський : Аксіома, 2019. – 336 с.
4. Cluster Policy of Innovative Development of the National Economy: Integration and Infrastructure Aspects : collective monograph / under the editorship of professor Svitlana Smerichevska. Poznań: Wydawnictwo naukowe WSPiA, 2020. 382 p.

УДК 336.64

Бачинська О.М.<sup>1</sup>, Решетюк О.С.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>к.е.н., доцент кафедри інклюзивної економіки, кібернетики і комп'ютерних наук, НРЗВО «Кам'янець-Подільський державний інститут», м. Кам'янець-Подільський, Україна

<sup>2</sup>здобувач вищої освіти, НРЗВО «Кам'янець-Подільський державний інститут», м. Кам'янець-Подільський, Україна

## **ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА**

В сучасних умовах дисбалансу економічних процесів одним із найважливіших аспектів забезпечення стійкого зростання бізнесу та формування позитивних результатів його фінансової діяльності є існування ефективної системи фінансово-економічної безпеки, яка забезпечить захист підприємства від загроз. Захист обумовлений здатністю органів управління підприємства на відповідних рівнях: забезпечити сталий економічний розвиток підприємства; нейтралізувати негативний вплив кризових явищ економіки; сформувати адекватну систему обліку фінансових потоків і зміцнити операційну ефективність системи контролю; забезпечити проведення робіт із захисту конфіденційності інформації, що становить комерційну таємницю [1].

Антикризове фінансове управління суб'єктами економічної діяльності – комплекс постійно діючих специфічних методів та прийомів, які є складовими процесу управління та націлені на профілактику, попередження, подолання фінансової кризи, ліквідацію її наслідків за допомогою сукупного потенціалу фінансової підсистеми суб'єкта економічної діяльності. Сутність антикризового фінансового управління суб'єктом економічної діяльності розкривається через системний підхід, який дозволяє розглянути об'єкт дослідження як систему, що об'єднує певну множину взаємодіючих елементів в єдине ціле. Антикризове фінансове управління суб'єктом економічної діяльності являє собою систему, яка складається з підсистем [2].

Механізм забезпечення фінансово-економічної безпеки підприємства являє собою сукупність законодавчих актів, правових норм, спонукальних мотивів і стимулів, методів, заходів, сил і засобів, за допомогою яких суб'єкт впливає на об'єкт для досягнення цілей безпеки і розв'язання завдань, які стоять перед нею.

На думка О. Амосова, для ефективного функціонування механізму антикризового управління підприємства необхідна реалізація наступних принципів:

*функціональність* – розмежування функцій між підрозділами та філіями установи, які виробляють антикризову стратегію, приймають

управлінські рішення, забезпечують їх реалізацію та здійснюють контроль і регулювання;

*керіваність* – мінімізація рівнів підпорядкованості та оптимізація об'єктів, які підпадають під антикризове управління;

*централізація виконання основних функцій* – забезпечення виконання підрозділами антикризового управління завдань відповідно до визначеної місії, генеральної мети та основних задач функціонування підприємства;

*делегування повноважень та відповідальність* – передавання повноважень (прав прийняття рішень) та прийняття відповідальності керівниками підрозділів залежно від проблемності у розвитку;

*мінімізація (оптимізація) витрат* – обґрунтування витрат на проведення антикризових заходів залежно від прийнятих рішень;

*комплексність* – цілісне охоплення проблем, взаємодія підрозділів та узгодження всіх етапів діагностики і моніторингу діяльності установи;

*раціоналізація інформаційних потоків* – прозорість у інформаційних потоках щодо ситуації в підприємстві [3].

Підсумовуючи наголошу, що ефективність управління системою фінансово-економічної безпеки підприємства визначають за одним критерієм – відсутністю чи наявністю завданих йому матеріальних збитків і моральної шкоди. Надійна система фінансово-економічної безпеки підприємства можлива лише за умови використання комплексного і системного підходу в її організації та управлінні. Ця система надає можливість оцінити перспективи розвитку підприємства, розробити його тактику і стратегію, зменшити наслідки фінансових криз і негативного впливу нових загроз та небезпек.

Отже, система управління фінансово-економічною безпекою підприємства є комплексом заходів різного спрямування, які мають на меті захистити його інтереси від негативного впливу ззовні. Базується на об'єктах, суб'єктах системи, меті, завданнях, принципах та інструментах фінансово-економічної безпеки. Безпосередньо питаннями її забезпечення займається служба безпеки підприємства.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Вівчар О.І. Концептуальні підходи SPACE-методики при діагностиці та оцінці економічної безпеки підприємств. *Науковий журнал «Virtus: Scientific Journal»*, 2016. February, issue 5. С. 231-235.
2. Щербатих Д.В. Складові антикризового механізму фінансового менеджменту промислових підприємств. *Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету*. Черкаси, 2013. Вип. 35. С. 154-159.



3. Амосов О.Ю. Економіко-правове забезпечення антикризового фінансового управління: державно-управлінський аспект. *Державне будівництво*. Х. : ХарРІНАДУ «Магістр», 2008. № 1. С. 7-10.

УДК 338.2

Бобко Н.А.<sup>1</sup>

<sup>1</sup>ст. викладач кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності, НУ «Запорізька політехніка», м. Запоріжжя, Україна

### **МОНІТОРИНГ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ СЬОГОДЕННЯ**

Систематичний моніторинг ступеня економічної безпеки підприємства попереджає виникнення погроз і показує проблемні напрями його діяльності. Це надає можливість проаналізувати ефективність роботи суб'єкта господарювання та виробити попереджувальні заходи щодо сприяння стабільного його функціонування. Особливістю українських підприємств є те, що управлінські рішення приймаються не на засторогу виникнення загроз і небезпечних становищ, а вже після їх настання, що зумовлює підвищення собівартості продукції, використання значної частки їх ресурсів, а також зниження рівня фінансової стабільності.

В ході прикладного налагодження порядку моніторингу економічної безпеки для кожного підприємства відбувається пристосування його до конкретних ситуацій, оптимізація методів збору й аналізу інформації, розроблення управлінських рішень.

Під час формування підходів до здійснення моніторингу економічної безпеки підприємства визначаються актуальні завдання:

- формування мети й основних завдань моніторингу рівня економічної безпеки підприємства виходячи з місії, економічних завдань та інтересів, що стоять перед підприємством;
- формування системи одиничних показників-індикаторів, які можуть кількісно характеризувати стан окремих функціональних складників економічної безпеки підприємства;
- установа джерел інформації для проведення необхідних розрахунків рівня окремих функціональних складників економічної безпеки підприємства та інтегрального показника;
- збір та передача для подальшої обробки необхідної інформації;
- оцінка достовірності та повноти і глибини надання інформації;
- зведення обробленої інформації у комп'ютерні бази даних;
- аналітична обробка інформації та отримання результатів щодо поточного рівня стану економічної безпеки підприємства;
- виявлення причин і наслідків низької ефективності функціонування системи регулювання економічної безпеки підприємства;

- розроблення пропозицій з удосконалення регіонального регулювання для забезпечення безпеки; прогнозування рівня економічної безпеки підприємства [1, с. 72].

Указом Президента України № 347/2021 від 11 серпня 2021 року прийнято «Стратегію економічної безпеки України на період до 2025 року», яка визначає шляхи досягнення цілей і реалізації пріоритетів національних інтересів у сфері забезпечення економічної безпеки.

Важливе місце в безпековому напрямі займають виклики, пов'язані із збройною агресією Російської Федерації та тимчасовою окупацією частини території України. Руйнування економіки України є свідомою і цілеспрямованою дією Російської Федерації та одним з методів гібридної війни, оскільки зруйнована економіка продукує незадоволеність владою, трудову міграцію, соціальну напругу в суспільстві та підриває довіру до влади. При цьому широко використовуються економічні інструменти впливу, до яких, зокрема, відносяться санкції щодо українських товарів і послуг та використання впливу на інші держави з метою прийняття рішень, що суперечать основним національним економічним інтересам України [2].

У зв'язку з введенням в Україні воєнного стану, 01.04.2022 року прийнято Закон України «Про внесення змін до деяких законів України щодо здійснення моніторингу потенційних загроз національній безпеці України у сфері економіки», а саме Закону України «Про банки і банківську діяльність» та Закону України «Про управління об'єктами державної власності».

Метою документа є попередження загроз національній безпеці України у сфері економіки, запобігання впливу потенційних загроз на діяльність державних підприємств, товариств та банків в умовах повномасштабної агресивної війни [3].

Таким чином, цим Законом зобов'язано суб'єктів державного сектору економіки та державні банки здійснювати моніторинг наявних та потенційних загроз національній безпеці України, аналізувати їх вплив на діяльність відповідних державних підприємств, товариств та банків, а також створювати умови для нейтралізації цих загроз.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Литовченко О.Ю., Косяк А.П. Методичне забезпечення моніторингу економічної безпеки підприємства. *Економіка та управління підприємствами*. 2021. Вип. 56. С. 71–76.
2. Указ Президента України № 347/2021 від 11 серпня 2021 року «Про Стратегію економічної безпеки України на період до 2025 року». URL: <https://www.president.gov.ua/documents/3472021-39613>

3. Закон України «Про внесення змін до деяких законів України щодо здійснення моніторингу потенційних загроз національній безпеці України у сфері економіки». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2182-20#Text>

УДК 657:334

Геврек Ю.С.<sup>1</sup>

<sup>1</sup>аспірантка кафедри економіки і фінансів, Одеський національний морський університет, м. Одеса, Україна

### **ФОРМУВАННЯ ОБЛІКОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ІНСТРУМЕНТ УПРАВЛІННЯ БІЗНЕС-РИЗИКАМИ**

Актуальність врахування бізнес-ризиків при формуванні облікової політики підприємства пов'язана з напрямом їх мінімізації при прийнятті управлінських рішень про управління фінансовими та іншими ресурсами, формуванні резервів підвищення вартості бізнесу, розкритті додаткової інформації для інвесторів з метою розуміння статей звітів та оцінювання власності.

Облікова політика – сукупність принципів, методів і процедур, що використовуються підприємством для ведення бухгалтерського обліку, складання та подання фінансової звітності [1].

Бізнес-ризик – ризик, який компанія чи організація має впливати на фактори, які зменшать її прибуток або призведуть до її провалу [2].

Взаємозв'язок облікової політики та бізнес-ризиків наведено у роботах В.В. Кузьоми – визначено необхідність формування облікової політики на підприємстві та показано її вплив на його фінансові показники [3], О.О. Нестеренко – обґрунтуванні методологічні засади опису підприємницьких і бухгалтерських ризиків бізнес-моделі суб'єкта господарювання в інтегрованій звітності для їх своєчасного виявлення та оцінки, а також розробки методів їх нівелювання чи мінімізації та можливого попередження [4].

В обліковій політиці фіксуються принципи оцінки та методи обліку згідно наявності різних варіантів та вибором підприємства. Тобто підприємство обирає варіант обліку з альтернативних варіантів, які передбачені у діючому законодавстві України. Законодавство нашої держави доволі часто пропонує декілька варіантів методів оцінки, обліку та процедур. І з цих варіантів необхідно обрати найбільш оптимальний.

Облікова політика має бути у всіх підприємств – незалежно від масштабів, форм власності, видів діяльності, та форм ведення обліку. Якщо у підприємства відсутні облікова політика – достовірність фінансової звітності може бути поставлена під сумнів. А це є вагомим ризиком. Без облікової політики буде дуже важко доказувати правомірність відображення доходів та витрат підприємства, якщо законодавець передбачає декілька варіантів дій.

На наш погляд цей документ вже давно не тільки обліковий. На теперішній час його сміливо можливо віднести до правоустановчого, тому все частіше контролюючі органи державної влади його запитують в момент перевірок підприємств і активно використовують його «недоліки» для донарахувань зобов'язань до сплати. Тому від того, як він буде складений залежить можливість підприємства оскаржити рішення контролюючого органу.

У поміч формування облікової політики розроблено «Методичні рекомендації по обліковій політиці підприємства», затверджені наказом Мінфіну від 27.06.2013 № 635 [5]. Для її формування, передусім, необхідно проаналізувати основні витрати підприємства, виявити ризиковість тих чи інших витрат, та варіантність їх обліку. Керуючись даними аналізу слід ретельно описати порядок обліку цих витрат в обліковій політиці. До найбільш ризикових можливо віднести метод нарахування амортизації основних засобів, метод обчислення резерву сумнівних боргів, дисконтування заборгованостей, метод вибуття запасів та формування їх собівартості, тобто основні операції, які напряму пов'язані з господарською діяльністю підприємства та мають вагомий обсяг. Саме ці операції треба описати дуже щільно. Наприклад, щодо обліку основних засобів: можливо вказати, що їх первісна вартість буде збільшуватися на суму витрат, які пов'язані з поліпшенням об'єкту (модернізація, модифікація, реконструкція, тощо), що приведе до збільшення економічних вигід, а залишкова вартість зменшується у зв'язку з частковою ліквідацією об'єкту.

Отже, врахування бізнес-ризиків при формування облікової політики підприємства сприяє визначенню умов їх настання у ситуації невизначеності, змін умов господарювання, наявності факторів нераціонального використання ресурсів. Крім того, дозволяє попередити вплив ризикових операцій в частині: втрати капіталу та/або частини активів; виникнення додаткових витрат та/або недоотримання доходів; операції щодо зменшення/втрату економічних вигід.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні: Закон України від 16 липня 1999 року № 996-XIV у редакції від 01.07.2021р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14#Text>
2. Фінансова енциклопедія. URL: <https://ua.nesrakonk.ru/businessrisk/>
3. Кузьома В. В. Формування облікової політики підприємства в сучасних умовах господарювання. *Ефективна економіка*. 2014. №10. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=4473>
4. Нестеренко О. О. Методологічні засади опису ризиків бізнес-моделі суб'єкта господарювання в інтегрованій звітності. *Проблеми економіки*. 2017. №4. С. 369–375.

5. Методичні рекомендації по обліковій політиці підприємства: Наказ Міністерства фінансів від 27.06.2013 № 635 в редакції від 14.01.2020р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0635201-13#Text>

УДК: 658.5.016:336.748.12

Домбровська С.О.<sup>1</sup>, Карпов О.О.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>к.е.н., ст. викладач кафедри фінансового менеджменту та фондового ринку, Одеський національний економічний університет, м. Одеса, Україна

<sup>2</sup>здобувач вищої освіти, Одеський національний економічний університет, м. Одеса, Україна

### **УМОВИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПЛАТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

У сучасних умовах функціонування і розвитку підприємства України все частіше стикаються з проблемою втрати платоспроможності. Формування ефективних векторів відновлення платоспроможності потребує більш ґрунтовного аналізу причин її втрати. Хоча нині якість менеджменту на підприємствах значно зросла, але дуже часто виникають певні проблеми, пов'язані зі зниженням рівня чи взагалі втратою платоспроможності, вирішити які сьогодні однозначно неможливо.

Питання управління платоспроможністю в умовах ринкової економіки завжди привертало увагу, адже якщо підприємство платоспроможне, воно має перевагу серед інших підприємств у питаннях залучення інвестицій, отримання кредитів, вибору постачальників та підбору кваліфікованих кадрів. Аналіз платоспроможності показує за якими напрямками необхідно вести роботу, дає можливість виявити найважливіші аспекти та найслабші позиції. Ефективна діяльність підприємств, стабільні темпи їхньої роботи та конкурентоспроможність у сучасних економічних умовах значною мірою визначаються якістю управління фінансовими ресурсами.

Ліквідність та платоспроможність генерують позитивний вплив на здійснення планів з виробництва і забезпечують його необхідними коштами та ресурсами [1, с. 126].

Платоспроможність іноді прирівнюють до фінансової ліквідності, але це два різні терміни, які значно відрізняються один від одного. Принципові розбіжності у етимології цих понять не створюють передумов для взаємозаміщення. Основна відмінність між платоспроможністю та ліквідністю – це тимчасовий горизонт певного явища у певного підприємства.

Платоспроможність – це здатність своєчасно і повністю виплатити свої борги. Це стосується більш довгострокової перспективи, ніж концепція ліквідності. Це можливість погашення як боргів із терміном погашення до 12 місяців, так і усіх довгострокових зобов'язань підприємства [2, с. 131].

Для забезпечення високого рівня платоспроможності та ліквідності підприємства потрібно безперервно здійснювати аналіз господарської діяльності, який полягає у виконанні таких завдань, як оцінка фінансових результатів і напрямів використання прибутку, забезпечення підприємства необхідною кількістю оборотних активів, вибір оптимальної структури капіталу та ефективних і раціональних напрямів його використання, розробка поточних і перспективних планів розвитку підприємства та здійснення контролю за їх виконанням з урахуванням усіх можливих ризиків.

Платоспроможність є тією необхідною складовою, яка дає змогу зберігати рівноважний, конкурентоспроможний стан сьогодні та в перспективі, постійно реагуючи на екзогенні та ендогенні чинники в актуальних ринкових умовах та адаптуючись до них [3, с. 38].

Проведення аналізу фінансової звітності підприємства дозволяє здійснювати спостереження за окремими видами майна та фінансових джерел його формування, зробити висновки про ефективність їх формування та використання. Тому аналіз є безцінним джерелом інформації для менеджменту підприємства, що дозволяє проникнути в окремі сфери діяльності та визначити їхній реальний стан.

Головна мета аналізу платоспроможності полягає у своєчасному виявленні та усуненні недоліків у фінансовій діяльності, знаходженні резервів поліпшення фінансових можливостей підприємства. При цьому необхідно вирішувати такі завдання:

- на основі причинно-наслідкового взаємозв'язку між показниками виробничої, комерційної та фінансової діяльності оцінювати виконання плану з надходження фінансових ресурсів і їх використання;
- прогнозувати можливі фінансові результати економічної рентабельності, виходячи з реальних умов господарської діяльності і наявності власних і позикових ресурсів;
- розробляти конкретні заходи, спрямовані на більш ефективне використання фінансових ресурсів.

Так, одним з важливих показників фінансового стану підприємства є платоспроможність, яка значною мірою ускладнюється тривалою кризою неплатежів, зростанням дебіторської і кредиторської заборгованості, скороченням виробництва і гострим дефіцитом фінансових ресурсів.

## **СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ**

1. Фінансовий аналіз : навч. посібник. / Косова Т.Д., Сіменко І.В. та ін. Київ : Центр учбової літератури, 2013. 440 с.
2. Оцінка ліквідності та платоспроможності підприємств роздрібної торгівлі : монографія / Н.О. Власова, Т.С. Пічугіна, П.В. Смирнова. Харків : Харк. держ. ун-т харчування та торгівлі, 2010. 222 с.

3. Терен Г.М. Система показників аналізу ліквідності підприємств. *Інвестиції: практика та досвід*. 2016. № 8. С. 36-41.

УДК 339.3

Дудник А.В.<sup>1</sup>, Бардась А.В.<sup>2</sup>, Іванова О.О.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> к.е.н., доц., доцент кафедри менеджменту «НТУ «Дніпровська політехніка», Україна

<sup>2</sup>д.е.н., проф., директор навчально-наукового інституту економіки НТУ «Дніпровська політехніка», Україна

<sup>3</sup>здобувач вищої освіти, «НТУ «Дніпровська політехніка», Україна

## **ШЛЯХИ ВИХОДУ УКРАЇНИ ТА ЇЇ ПІДПРИЄМСТВ З КРИЗОВОГО СТАНУ**

Питаннями антикризового управління як держави, так і підприємств присвячена значна кількість публікацій, серед яких бажано відмітити дослідження О. С. Прокопишина [1], який довів, що є дві основні причини виникнення криз: внутрішні та зовнішні. Так, він вважає, що профілактичний або превентивний криїс-менеджмент є сукупністю взаємопов'язаних важелів та інструментів впливу на фактори, причини і наслідки кризи для поліпшення, стабілізації або досягнення якісно нового стану суб'єкта діяльності (бізнес-процесу). Ми згодні, що основним інструментом превентивного управління є розробка антикризових програм, які охоплюють комплекс взаємопов'язаних і взаємообумовлених управлінських рішень щодо запобігання появі та подолання кризи на підприємстві та країні, окреслених у просторі та часі, узгоджених за виконавцями, предметом, наповненістю змісту і забезпеченням ресурсами.

Сучасна криза в Україні призводить до виникнення негативних наслідків в економіці нашої країни та країн бізнес-партнерів через зниження обсягів виробництва та продаж; погіршення інвестиційного клімату та унеможливлення кредитних процесів; розвиток інфляційних механізмів; зменшення зайнятості працівників і доходів підприємств, що вимагає формування напрямів антициклічної стабілізації.

Стійка економічна система, що має можливість самостійно розвиватися, може автоматично вийти з кризового стану, застосовуючи специфічні механізми господарювання. Загальновідомим є факт, що разом з економічними факторами на економіку впливають і зовнішні фактори: воєнні, політичні, демографічні, техніко-технологічні, природні тощо. Вони можуть впливати як позитивно, так і негативно. Серед зовнішніх факторів особливого значення набуває в даний момент державна підтримка економіки, що створює умови для налагодженої роботи відновлюваних механізмів та спрямовані на порятунок виробничо-господарського сектору економіки.

Враховуючи роль інноваційно-інноваційної політики з метою створення сприятливих умов в економіці, які б спонукали її до прискореного виходу із кризи, можна запропонувати ряд загальнодержавних програм, а саме:

- державного пожвавлення виробництва продукції;
- стимулювання платоспроможності населення;
- впровадження ресурсозощадних технологій.

Відтак, в Україні, враховуючи воєнно-політичне становище, однією з умов пожвавлення виробництва може бути державна Програма відновлення економіки України, яка буде враховувати допомогу усіх країн світу. Реалізація цих Програм, у свою чергу, призведе до розвитку металургійної промисловості, машинобудування, хімічної галузі тощо. В свою чергу пожвавлення виробництва обумовить, відповідно, збільшення потреби в трудових і матеріальних ресурсах та сировині. Все це приведе до підвищення зайнятості населення та його доходів.

З метою стимулювання платоспроможності населення державна Програма повинна передбачити, по-перше, розвиток системи перепідготовки й перенавчання працівників; по-друге, усіляке сприяння розвитку дрібного й середнього бізнесу; по-третє, надання пільгових кредитів населенню для особистого споживання.

Зростання платоспроможності населення дозволить збільшити попит на продукцію особистого споживання, що приведе до росту обсягів виробництва цієї продукції. Зростання виробництва продукції, у свою чергу підвищить зайнятість населення, збільшить продуктивність праці працівників, призведе до збільшення їх заробітної плати. Таким чином пожвавлення поступово перетвориться в економічний підйом. В умовах воєнно-економічної кризи важливе значення приділяється питанню зниження витрат на виробництво продукції, яке забезпечується режимом жорстокої економії поточних витрат та впровадженням ресурсозощадних технологій і техніки. Економії поточних витрат можна досягнути шляхом оптимізації чисельності персоналу за рахунок перерозподілу його функцій; зменшення фонду оплати праці без звільнення працівників; використання більш дешевої, але ж якісної сировини; скорочення витрат, що непов'язані з виробництвом продукції; зниження адміністративних та комерційних витрат.

Впровадження ресурсозощадних технологій і техніки забезпечує ефективне використання сировинно-матеріальних ресурсів. Важливе значення надається використанню альтернативних джерел енергії – енергії повітря, морів, енергії водню й сірководню тощо.

Зниження витрат на виробництво дає можливість в умовах економічної кризи отримати більший прибуток. При цьому додаткові



фінансові ресурси можуть бути спрямовані на реструктуризацію виробництва та на проекти, які приносять «швидкий прибуток».

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Прокопишин О.С. Система антикризового управління як підґрунтя попередження кризових явищ на підприємствах. *Інвестиції: практика та досвід*. 2021. № 9. С. 40–45. DOI: 10.32702/2306-6814.2021.9.40.

УДК 658:14

Захарченко В.І.<sup>1</sup>, Міхно О.М.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> д.е.н., проф., професор кафедри міжнародного менеджменту та інновацій, НУ "Одеська політехніка", м. Одеса, Україна

<sup>2</sup> здобувач вищої освіти, НУ "Одеська політехніка", м. Одеса, Україна

### МОЖЛИВОСТІ ПРОГРАМНИХ ПРОДУКТІВ ПРИ ОЦІНЦІ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЕКТІВ

Для спрощення розрахункових процедур існують програмні продукти, що дозволяють оцінювати та прогнозувати фінансовий стан підприємства, виконувати порівняльний аналіз ефективності варіантів інноваційно-інвестиційного проекту, моделювати економічний розвиток проекту та отримувати прийнятні для інвестора результуючі показники.

Підвищення інтересу до методів оцінки ефективності інноваційно-інвестиційних проектів серед українських підприємств викликає цілком закономірне зростання інтересу до методів бізнес-планування. Причому це стосується не тільки безпосередньо методології розробки бізнес-плану, формування його структури та змісту. Вибору ключових показників для аналізу, а й засобів, що дозволяють автоматизувати процес бізнес-планування, як повністю, так і в окремих його частинах [1, с.91-92].

Якщо говорити безпосередньо про ефективність організації бізнес-планування підприємства, то тут можна відзначити кілька основних моментів: 1) усвідомлення керівництвом підприємства необхідності ретельної оцінки ефективності проектів на початок інвестування в них; 2) рівень володіння виконавцем методами оцінки інвестицій; 3) оптимізація самого процесу бізнес-планування.

До найбільш поширених комп'ютерних імітуючих систем, що використовуються при оцінці ефективності інноваційно-інвестиційних проектів, відносяться: Project Expert (Про-Інвест-ІТ, Альт-Інвест (АЛБТ), COMFAR (UNIDO) [1, с.47-65] та інші програмні пакети.

Можна виділити дві великі групи такого роду програмного забезпечення: "закриті" та "відкриті". У закритих пакетах немає можливості зміни користувачем формул і алгоритмів, які використовуються для обчислення даних. До таких, наприклад, відносять Project Expert. Користувач

при цьому розуміє, що робиться, проте не бачить, як це робиться. Відкриті пакети, написані на базі електронних таблиць, мають можливість модифікації формул.

Кожна програма так чи інакше адаптована до умов української економіки, має певне коло користувачів і приблизно однакові з іншими програмами принципи роботи, вихідні дані, вихідні форми, методики аналізу результуючих показників ефективності проекту.

Останні версії програмних продуктів за критеріями їх якості (функціональним можливостям, якості програмної реалізації, зручності інтерфейсу, захищеності та ін.) досягли певного, рівнозначного рівня розвитку. Нагадаємо, що до функціональних можливостей пакета належать такі показники: використання сучасної методики розрахунку, що базується на імітації потоку реальних грошей; мінімізація обмежень на горизонт та крок розрахунку; мінімізація обмежень на кількість товарів; багатство набору фінансових та економічних показників, що використовуються для оцінки проекту; допускається пакетом різноманітність сценаріїв у реалізації проекту; можливість та способи обліку інфляції, розрахунків у поточних та прогнозних цінах; можливість та способи обліку невизначеності та ризику; можливість збереження у пам'яті комп'ютера прийнятих варіантів розрахунку для подальшого порівняння та остаточного відбору тощо.

Excel. Найуніверсальніший продукт із усього спектру програмного забезпечення.

1. Переваги. Гнучкість та можливість для інвестиційного аналітика реалізувати власні методики та напрацювання.

2. Обмеження. Користувач повинен впевнено володіти аналітичними методиками та навичками роботи з Excel, необхідно додатково готувати підсумкові звіти та документи за результатами аналізу. Ускладнено у цьому випадку швидке створення та ставлення альтернатив. Це відноситься і до різного роду шаблонів та програм на основі Excel (наприклад, «Альт-Інвест»), в яких вже реалізовані форми введення та розрахунку даних, що спрощують створення моделі та проведення аналізу.

Project Expert використовує спеціалізований блок «Аналіз чутливості», в якому користувачеві надається можливість в автоматичному режимі проводити дослідження та будувати графіки, що характеризують вплив вхідних параметрів на ключові вихідні показники ефективності проекту (NPV, IRR та ін.), що дозволяє обґрунтовано оцінити рівень ризику вкладення капіталу у проект.

Переваги:

1. Представляє користувачеві найширші можливості: календарний план- програма продажу кожного виду продукції з урахуванням сезонності, умов поставок та оплати; програма виробництва докладно дозволяє описати

обсяг продукції, норми витрати кожного виду сировини на одиницю продукції, описати придбання матеріальних ресурсів, облік витрат за персонал і загальні витрати виробництва.

2. Дуже докладно описана фінансова діяльність, що включає формування акціонерного капіталу і залучення позикових коштів, можливість оптимізації підбору розміру позикових коштів залежно від залишку грошових коштів на рахунку. Є можливість управління власним капіталом у вигляді інвестиційних вкладень - розміщення тимчасово вільних коштів у альтернативні проекти, яке також може бути оптимізовано. Розподіл прибутку та податкові пільги дозволяють визначити прибутковість акцій і правильно розрахувати базу оподаткування.

3. Велика гнучкість при описі параметрів проекту. Горизонт розрахунку проекту може досягати 30 років із кроком розрахунку в 1 місяць. Для кожного з 16000 можливих видів продукції програма дозволяє скласти детальний план продажу з урахуванням умов оплати.

4. Економічне оточення включає стандартний набір показників - курс основної та додаткової валюти, диференційована інфляція за різними видами доходів і витрат, облікові ставки за позиковими коштами, податкове оточення, що дозволяє створювати нові податки з урахуванням обраної бази оподаткування.

5. Аналітична частина програми представлена докладним переліком показників ефективності, який порівняно з попередніми версіями доповнено новими показниками, наприклад, модифікована норма прибутковості та тривалість, які можуть бути використані за певних схем реалізації проекту.

6. Розрахунок точки беззбитковості по кожному виду продукції.

7. Прекрасний генератор звітів для формування результатів за проектом. Варто виділити чітку структуру бізнес-плану з детальним текстовим описом всіх етапів розробки проекту. Програма дозволяє скласти звіт кількома іноземними мовами.

Недоліки:

1. Відсутність можливості створювати варіанти проекту на будь-якій стадії його розробки та проводити порівняльний аналіз по всьому набору показників, що є в програмі.

2. Ставка дисконтування, як і в усіх програмах, задається інтегровано на весь проект.

3. Фінансових показників, розрахованих на основі формах балансу і звіту про прибутки і збитки, що розраховуються, недостатньо для повної оцінки прогнозованого фінансового стану підприємства.

4. Практично повністю відсутній аналіз операційної діяльності, що ускладнює використання програм для постановки управлінського обліку.

5. Документи формуються відповідно до закордонних вимог і, як зазначалося, дещо спрощені.

6. Програма методично розроблялася у наближенні до західних стандартів бухгалтерського обліку.

Особливо чітко це видно на стартовому балансі, який є спрощеною формою західних стандартів. Це ускладнює використання стандартних вітчизняних форм бухгалтерської звітності для проведення, особливо, ретроспективного аналізу фінансово-господарської діяльності. Фірма випустила додатковий модуль (програму) Audit Expert, який використовує в якості вхідної інформації вітчизняні форми бухгалтерської звітності, проводить фінансовий аналіз та рейтинг підприємств. Однак на виході цієї програми - той же формат фінансових документів, який приймається у якості вихідної інформації основою програмою Project Expert. Однак цей фінансовий модуль постачається за додаткову плату.

Методологія оцінки ефективності інноваційно-інвестиційних проєктів, що використовується в програмних пакетах, дозволяє з мінімальною помилковістю визначити вартість передбачуваного бізнесу на конкретному підприємстві. Зазначений метод оцінки бізнесу широко використовується за кордоном для оцінки нерухомості в оцінці бізнесу на конкретному підприємстві [3, с. 96-99]. Аналітичні можливості окремих програмних комплексів дозволяють планувати та прогнозувати фінансову спроможність підприємства; розробляти заходи щодо фінансового оздоровлення та розвитку міста, регіону [2, с. 78-83] галузі; проводити маркетингові дослідження та оцінювати ризики вкладення ресурсів у реалізацію інноваційно-інвестиційних проєктів. Отже, з'явилися програмні продукти для вирішення деяких питань управління, планування та внутрішнього контролю за ефективністю виробничої діяльності підприємства.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Елементи стандартної моделі сучасної трансформаційної економіки: навчальний посібник. За ред. В.І. Захарченко. Одеса: Наука і техніка, 2016. 336 с.

2. Захарченко В.І., Акулюшина М.О. Динаміка інвестиційно-інноваційних процесів у нестабільному середовищі: монографія. Херсон: Олді-плюс, 2013. 212 с.

3. Науково-методичні засади передпланової оцінки інноваційно-інвестиційних проєктів: монографія. За ред. В. І. Захарченко. Одеса: Атлант, 2015. 104 с.

УДК 330.341.1

Іванова М.І.<sup>1</sup>, Саннікова С.Ф.<sup>2</sup>, Долматова К.В.<sup>3</sup>

<sup>1</sup>д.е.н., проф., професор кафедри менеджменту НТУ «Дніпровська політехніка», Україна

<sup>2</sup> к.т.н., доц., доцент кафедри менеджменту НТУ «Дніпровська політехніка», Україна

<sup>3</sup>здобувач вищої освіти, «НТУ «Дніпровська політехніка», Україна

## **ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ В УМОВАХ ЕКОНОМІЧНОЇ КРИЗИ**

Криза в економіці є однією з фаз економічного циклу. До ХХ століття кризи мали локальний характер, тобто відносилися до якоїсь окремої країни. Із розвитком ринкової економіки ситуація змінилася. За останні 100 років людство мало справу з такими масштабними та руйнівними кризами, яких ще не знало за всю свою історію. Пандемія COVID-19 спровокувала різке скорочення торгівлі та суттєві зміни валютних курсів. Перспективи залишаються вкрай невизначеними, оскільки в найближчому майбутньому, з огляду на війну в Україні та ситуацію у світі, зберігаються ризики розворотів потоків капіталу та подальшого скорочення світової торгівлі. Першочергова роль у вирішенні завдання подолання кризових явищ належить інноваціям, які забезпечують динамічно стійкий розвиток економіки, безперервне оновлення технічної та технологічної бази виробництва, освоєння та випуск нової конкурентоспроможної продукції, вихід на світові ринки товарів та послуг.

Ю.М. Маршавін у своїй роботі виділяє три рівні впливу інвестицій в основний капітал на функціонування ринку праці та сферу зайнятості [1, с. 2]. На першому рівні вплив здійснюється за допомогою механізму формування сукупного попиту. Таким чином, згідно теорії Кейнса [2], це допомагає створити нові робочі місця для робітників підприємств і в галузях, що пов'язані з виготовленням засобів виробництва та які отримують інвестиції. До таких можна віднести: машинобудування, будівництво, металургія, будівельні матеріали тощо. На другому рівні відбувається прийом на організовані на першому рівні нові робочі місця фахівців. Цей процес займає більш часу та проявляється з затримкою. Таким чином сьгоднішні інвестиції визначають кількісні та якісні характеристики завтрашніх робочих місць і формують попит на робочу силу в найближчому майбутньому. Наочно цей рівень представлений на рисунку 1.

Проаналізувавши інформацію, можемо сказати, що присутня пряма залежність між обсягом інвестиційних витрат та рівнем зайнятості населення. Така тенденція може проявлятися одразу або через деякий час. На третьому рівні відбуваються зрушення у структурі економіки за рахунок інвестицій. Вони допомагають розвитку високорентабельних галузей і підприємств.

Однак, підтримка інноваційно-інвестиційної активності економіки

потребує наявності реальних джерел інвестування. На сьогоднішній день у суспільстві поширюється думка, що активізація інвестиційної діяльності та поживлення економіки країни можливе лише завдяки іноземному капіталу. Але статистичні дані показують, що це джерело інвестицій поки ще не має великого значення. За 2016–2020 рр. їх частка не перевищувала 2,7% загального обсягу, а за останні роки має виражену тенденцію до зниження. [3].



Рисунок 1 – Взаємозалежність між обсягом інвестицій в основний капітал і рівнем зайнятості населення

Розвитку інноваційно-інвестиційної активності економіки України заважає низка чинників, які мають бути досліджені більш детально у подальшому. Серед цих факторів – недосконала політика амортизації; слабкі стимули до інвестування та поживлення процесів формування капіталу, що допомогло б підвищити очікувану норму прибутку та знизити реальну процентну ставку за кредитами. Збільшення інвестиційних ресурсів шляхом кредитування бізнесу має здійснюватися насамперед за рахунок залучення коштів з банківської системи, підвищення привабливості збереження грошей на депозитних рахунках, підвищення ролі НБУ у забезпеченні надійності банківської системи, запобігання шахрайству та банкрутству комерційних банків. Для покращення відтворюваної структури інвестицій необхідно створити стимули для прямих інвестицій не просто в основні фонди, а в технічне переоснащення підприємств як основу для модернізації робочих місць.

### СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Маршавін Ю.М. Інвестиційна політика як основний засіб подолання кризи у сфері зайнятості населення. *Ринок праці та зайнятість населення*. 2015. №3. С. 3–7.
2. Кейнс Дж. *Общая теория занятости, процента и денег*. М. : Гелиос АРВ, 1999. 352 с
3. Капітальні інвестиції в економіку України: як змінювався приріст у роках. URL:

<https://www.slovoidilo.ua/2021/03/05/infografika/ekonomika/kapitalni-investycziyi-ekonomiku-ukrayiny-yak-zminyuvavsya-pryrist-2016-2020-rokah.>  
(дата звернення: 06.04.2022).

УДК 346.52

Левченко Н.М.<sup>1</sup>

<sup>1</sup>д.держ.упр., професор, професор кафедри підприємництва, торгівлі та біржової, НУ «Запорізька політехніка», Україна

## **ДОРОЖНЯ КАРТА ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ КОМПЛАЄНС-КОНТРОЛЮ КОМПАНІЇ**

Динамічні зміни сучасного бізнес-середовища та функціонування компаній в умовах невизначеності породжують таке складне явище, як ризики. Наразі у багатьох українських компаніях застосовується лише фрагментарна система управління ризиками, що не дозволяє оперативної їх відслідковувати та своєчасно вживати заходи щодо їх упередження чи мінімізації. Зарубіжні ж компанії успішно застосовують нову модель управління ризиками – систему комплаєнс-контролю, за якої управління ризиками набуває всебічного характеру і координується в рамках всієї компанії.

Задля прийняття рішень щодо формування та запровадження системи комплаєнс-контролю на підприємстві нами запропоновано Дорожню карту формування та запровадження системи комплаєнс-контролю (рис. 1).

Сформована у такий спосіб модель системи комплаєнс-контролю має включати наступні рівні контролю:

- перша лінія захисту - операційне керівництво, яке несе відповідальність за оцінювання, регулювання та мінімізацію ризиків, а також за забезпечення ефективної системи внутрішнього контролю;

- друга лінія захисту - підрозділи, які забезпечують і відстежують впровадження ефективної практики управління ризиками, дотримання законодавства та адміністративних правил/внутрішніх регламентів і розслідування фактів шахрайства, а також комплаєнс-офіцер;

- третя лінія захисту - відділ внутрішнього аудиту, який на основі ризик-орієнтованого підходу надає топ-менеджерам висновок про точність оцінки ризиків.

Сформована у такий спосіб системи комплаєнс-контролю дозволить компаніям уникнути надмірних фінансових втрат внаслідок реалізації комплаєнс-ризиків.

Ідентифікація та оцінювання комплаєнс-ризиків	Визначення критеріїв визнання комплаєнс-ризиків та їх ідентифікація. Оцінювання ступеню уразливості бізнесу та впливу на нього комплаєнс-ризиків. Пріоритизація комплаєнс-ризиків.
Вибір стратегії управління комплаєнс-ризиками та постановка цілей	Вибір стратегії управління комплаєнс-ризиками та постановка цілей. Визначення доцільності створення відокремленого структурного підрозділу з комплаєнс-контролю та/чи покладання обов'язків щодо його здійснення на певних посадових осіб. Здійснення підбору групи експертів.
Розробка Антикорупційної програми, Кодекса етики та ділової поведінки, внутрішніх правил та регламентів	Розробка Антикорупційної програми, Антикорупційних стандартів, Кодекса етики та ділової поведінки, внутрішніх правил й регламентів та внесення їх до ERM задля доступності пошуку та своєчасного інформування про зміни або нововведення, що зменшить навантаження у відстеженні комплаєнс-ризиків у бізнес-процесах. Призначення комплаєнс-офіцера.
Визначення комплаєнс-політики	Визначення комплаєнс-політики та процедури, спрямованих на підтримку успішної імплементації Антикорупційної програми та інших положень стосовно перевірки контрагентів, подарунків, розважальних заходів, пожертвувань та інших сфер, чутливих до корупції
Визначення інсайдерів та інсайдерської інформації	Визначення інсайдерів, інсайдерської інформації та інсайдерської діяльності як виду злочинної діяльності у сфері розповсюдження і використання інсайдерської інформації, здійснення якої може справити значний вплив на ціну одного чи кількох фінансових інструментів або на хід формування цін на організованих ринках. Встановлення комплаєнс-офіцером граничних меж високого, середнього та низького корупційного ризику укладання угод з контрагентами
Визначення зони прийнятного комплаєнс-ризик (ризик-апетиту)	Вибір та валідація моделі й інструментів оцінки ризиків. Визначення профілю комплаєнс-ризик – зони прийнятного комплаєнс-ризик (меж ризик-апетиту та толерантності до ризику). Встановлення критеріїв ідентифікації санкційного ризику ділових партнерів.
Визначення рівнів внутрішнього контролю	Визначення рівнів внутрішнього контролю. Формування політики повідомлення про порушення – порядок повідомлення комплаєнс-офіцера про порушення у сфері комплаєнсу, їх документування та подальше розслідування.
Створення надійної інформаційної системи управління ризиками та звітування	Створення надійної інформаційної системи ефективного управління ризиками та звітування, яка забезпечить агрегування даних щодо ризиків компанії, оперативне та достовірне вимірювання ризиків як в звичайних, так і в стресових ситуаціях.

Рисунок 1 - Дорожня карта формування системи комплаєнс-контролю



Запровадження поданих пропозицій та рекомендацій забезпечить ефективне управління комплаєнс-ризиками компаній, сприятиме їх упередженню та оптимізації.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. ISO 37001:2018 «Corruption Control Systems. Requirements and guidelines for application». Retrieved from URL: <http://online.budstandart.com/ua/>

УДК 332.2

Несторенко Т.П.<sup>1</sup>, Лукашко І.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>к.е.н., доц., Professor WST, Польща

<sup>2</sup>здобувач вищої освіти, Бердянський державний педагогічний університет, м. Бердянськ, Україна

### **ВПЛИВ ПАНДЕМІЇ COVID-19 НА РОЗВИТОК ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ**

Пандемії відомі людству з давніх-давен. І щоразу вони завдавали значних втрат – як людських, так і матеріальних. З березня 2020 р. світ стикнувся з давно небаченими обмеженнями внаслідок пандемії Covid-19. На початку 2022 р. щодня у світі фіксується зростання кількості захворювань на цей вірус. Через прагнення урядів країн світу зупинити поширення вірусу та захистити населення (локдаун, закриття кордонів) значних втрат зазнають національні економіки. Вплив пандемії Covid-19 на стан економіки різних країн та світу в цілому досліджували різноманітні економісти, аналітики, маркетологи, менеджери тощо. Однак, ситуація постійно змінюється. Вводяться нові обмеження, що негативно впливає на результати діяльності як великого бізнесу, так і представників мікро- та малого бізнесу – підприємців. Вплив пандемії Covid-19 на розвиток підприємництва як на світовому рівні, так і на рівні окремих країн потребує подальшого аналізу.

Тому актуальною є мета даного дослідження – визначення впливу пандемії Covid-19 на розвиток підприємництва в Україні за допомогою системного аналізу досліджуваної інформації, синтезу, узагальнення, порівняння тощо. Підприємництво – це особливий вид діяльності, метою якого є отримання прибутку завдяки власному майну, продажу товарів чи наданню послуг. Саме підприємці беруть активну участь у розбудові інфраструктури міста та підвищенню рівня конкуренто-спроможності територіального утворення [1]. Підприємства, як і економіка в цілому, миттєво реагують на будь-які зовнішні фактори [2].

Для більш детального дослідження впливу пандемії Covid-19 на розвиток підприємництва в Україні необхідно розглянути зміни в кількості діючих підприємств за 2014-2020 рр. (рис.1). З 2015 року, як наслідок

початку воєнного конфлікту на Сході України, кількість підприємств зменшилась. Проте в період з 2016 до 2019 роки кількість підприємств зростала [3], що свідчить про покращення умов розвитку бізнесу в Україні. Однак, у 2019 році ситуація змінилась – кількість підприємств скоротилася 1,8%. Перший випадок Covid-19 було виявлено в грудні 2019 року.

Прагнучи захистити населення від вірусу, влада України ввела різноманітні обмеження: локдаун (призупинення діяльності різноманітних закладів, магазинів (окрім продовольчих), обмеження вільного пересування громадян тощо) та закриття кордонів.



Рисунок 1- Динаміка кількості діючих підприємств в Україні в 2014-2020 рр.

Джерело: побудовано автором на основі [2]

Усе це призвело до того, що частина підприємств збанкрутувала (припинила свою діяльність), а інша – зазнала значних збитків і була вимушена шукати нові шляхи збуту й новий цільовий ринок, адже деякі клієнти втратили свою купівельну спроможність. Головним шляхом розв’язання цієї проблеми став перехід до онлайн та/або змішаної діяльності, чому сприяє відповідна підготовка майбутніх фахівців у вишах [4]. Поширення набули онлайн-магазини та продаж товарів у соцмережах. В такий спосіб деякі підприємці змогли зменшити свої витрати на оренду приміщення й комунальні послуги, заробітну плату персоналу тощо. Водночас їх підприємницька діяльність не тільки не занепадала, а й продовжила свій розвиток [5]. Таким чином, пандемія Covid-19 має неабиякий вплив на розвиток підприємництва в Україні: значна її частина занепадала, інша ж зазнала значних збитків. Однак, пандемія мала й позитивний вплив: вона стала поштовхом до розвитку підприємств в онлайн форматі та розширення клієнтської бази завдяки відсутності прив’язки до певної місцевості (адреси).

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Несторенко Т.П. Інфраструктура города в контексте его конкурентоспособности. Зб. наук. пр. (Миколаїв), вип.59 «Економічні науки», Чорноморський державний університет імені Петра Могили, т.72. 2007. С.70-76. <https://cutt.ly/zQEgQ3A>

2. Chukurna O., Nikolaiev D. Marketing strategy of territorial branding in the context of sustainable development. *VUZF Review*, 2021, 6(1), 65-78. <https://doi.org/10.38188/2534-9228.21.6.07>
3. Держстат України. <http://www.ukrstat.gov.ua>
4. Shchetynina O., Horbatiuk L., Alieksieieva H., Kravchenko N. Project management systems as means of development students time management skills. *CEUR Workshop Proceedings*, 2019, 2387, 370-384.
5. Nestorenko T., Tokarenko O., Kolmakova O. Entrepreneurship in Eastern Ukraine: development in the context of armed conflict and the Covid-19 pandemic. *International Relations 2021: Current issues of world economy and politics*, 2021. 510-517.

УДК 368.336

Несторенко Т.П.<sup>1</sup>, Ніцевич В.Р.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>к.е.н., доц., Professor WST, Польща

<sup>2</sup>студентка Бердянського державного педагогічного університету, м.

Бердянськ, Україна

### **ВИЗНАЧЕННЯ РИЗИКІВ ПРОВАДЖЕННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ З НАДАННЯ СТРАХОВИХ ПОСЛУГ**

Будь-яка страхова діяльність завжди пов'язана з ризиком. Саме ризик в діяльності страхової фірми найчастіше виникає внаслідок політичних змін, економічної кризи, інвестиційних та валютних коливань, форс-мажорних обставин тощо. Тому для того, щоб уникнути імовірності виникнення збитків в наслідок ризику у страховій компанії, потрібно знати, які ризики має ця підприємницька діяльність.

Вітчизняні та закордонні дослідники вже багато років займаються дослідженням причин виникнення фінансових ризиків в фінансовому секторі. Зокрема, цим питанням присвячено роботи І. Герасимова [1], О. Корват [2], Т. Несторенко [3], О. Чукурна [4] та інших. Також дослідники розглядають інструменти мінімізації фінансових ризиків, наприклад, застосування системи збалансованих показників [5]. Питання необхідності формування відповідних навичок у майбутніх фахівців розглядаються в роботі О.Щетиніної [6]. В даному дослідженні розглядаються конкретні причини виникнення фінансового ризику для страхового підприємства за допомогою наявної інформації, її аналізу, узагальнення, індукції, дедукції та синтезу тощо.

Ризик – це категорія, що пов'язана з імовірністю настання певних несприятливих подій, які стосуються різних соціально-економічних, екологічних та технологічних проблем. Тому можна стверджувати, що ризик щільно пов'язаний з підприємницькою діяльністю. Він виникає переважно на початку створення підприємства та супроводжує його упродовж усього

процесу функціонування підприємницької діяльності [2]. Підвищена ризиковість, насамперед, притаманна підприємствам, які займаються страховою діяльністю. Причиною цього є наданням підприємством різних страхових послуг, пов'язаних зі страхуванням будь-якого майна, нещасних випадків, здоров'я, життя тощо.

Найпоширенішим явищем, яке часто зустрічається в межах страхової компанії, є ризик страхування. Зазначимо, що він поділяється на 4 види – ризик неадекватності тарифів, ризик ліквідності, ризик неплатоспроможності та ризик управління страховим портфелем. Ризик неадекватності тарифів – пов'язаний з імовірністю невірною розрахування тарифу. Тому в наслідок завищення тарифу зменшиться попит на страховий продукт, а зниження його приведе до втрати платоспроможності підприємства. Ризик ліквідності проявляється у нездатності своєчасно трансформувати активи у кошти для зменшення витрат виниклих зобов'язань. Ризик неплатоспроможності – це ситуація, в якій страхова компанія не може вчасно та в повному обсягу виконати зобов'язання. Ризик управління страховим портфелем появляється при настанні страхової події. Тоді страховик може понести як і великі, так і малі збитки. Страхова компанія також має ризики, пов'язані з формуванням та розміщенням страхових резервів. Це інвестиційний ризик, який виникає через незмогу страхувальника надати правильну оцінку інвестиціям, а також ризик недостатності резервів, коли недостатньо наявного розміру технічних резервів. Тому внаслідок обох ризиків компанія не може розплатитися зі страховими виплатами та виконати зобов'язання. Крім того, існує ризик перестрахування. Він з'являється при наявності неякісного перестраховального захисту, ймовірності несплати зі сторони перестраховика [1]. Підсумовуючи дослідження, можна впевнено сказати, що підприємство, яке надає страхові послуги, має високу ймовірність появи ризику при страховій діяльності. Це може стати причиною як і великих, та і малих збитків підприємства. Отже, це означає, що економічне забезпечення страхової компанії є важливим елементом наявності стабільної роботи підприємства та його фінансового розвитку.

## **СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ**

1. Герасимова І.Ю. Управління фінансовими ризиками страхових компаній з метою забезпечення економічної безпеки // Економічний простір. 2016. № 115. 112-125. [www.eprostir.dp.ua](http://www.eprostir.dp.ua)
2. Корват О.В. Ризики діяльності страховика. Х., 2008. 20 с. (Препр./ХДТУБА).
3. Несторенко Т.П., Сердюк О.В. Методи оцінки ризику при прийнятті інвестиційних рішень у рекреаційній сфері. Вісник Сумського національного аграрного університету, серія “Фінанси і кредит”. 2010. №2.

<https://cutt.ly/ZPucEJ9>

4. Чукурна О.П., Сиволап Л.А., Несторенко Т.П. Економічний механізм оцінки ризику реалізації маркетингової стратегії. Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. 2021 № 2 (50). С.102-109. <https://cutt.ly/pPubdUI>

5. Гавриленко, Н.В., Грищенко, О.В., Козицька, Н.О. Основні проблеми функціонування системи збалансованих показників в стратегічному контролінгу. Економіка. Фінанси. Право. 2020, 5, 13-21. DOI: <https://doi.org/10.37634/efp.2020.5.2>

6. Shchetynina O., Horbatiuk L., Alieksieieva H., Kravchenko N. Project management systems as means of development students time management skills. CEUR Workshop Proceedings, 2019, 2387

УДК 338.2

Онешко С.В.<sup>1</sup>, Селівестрова А.А.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>к.е.н., доц., професор кафедри економіки і фінансів, Одеський національний морський університет, м. Одеса, Україна

<sup>2</sup>здобувач вищої освіти, Одеський національний морський університет, м.Одеса, Україна

### **АНТИКРИЗОВЕ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ НА ОСНОВІ ОЦІНКИ ЕКОНОМІЧНИХ РИЗИКІВ**

Головним критерієм ефективної дієздатності сучасного підприємства є вміння керівництва аналізувати, прогнозувати, проводити профілактику, розумно контролювати та ефективно керувати ризиками, спираючись при цьому на сувору наукову основу. Ризик безпосередньо залежить від ефективності, обґрунтованості та своєчасності управлінські рішення та відіграє важливу роль при антикризовому управлінні.

Оцінка рівня економічного ризику є основою розробки конкретних антикризових заходів, які дозволять максимально прогнозувати настання ризикової події та знижувати рівень ризику. Зниження рівня ризику залежить, по-перше, від пошуку та впровадження нових послуг, продуктів, технологій, виробництво яких гарантовано не спричинить його збільшенню. По-друге, це необхідно в ході управління ризиком, прямому виявленні та оцінці, а також застосуванні процедур, що знижують ризики. В умовах невизначеного бізнес-середовища економічні ризики на підприємствах пов'язані з прийняттям управлінського рішення. Адаже від того, як вищі менеджери розуміють процеси підприємства, від їх знань як зменшити вплив потенційних ризиків, а також вміння вибору моделі управління ризиками залежать результати господарювання. Найбільш ефективним управління ризиками на рівні підприємства буде тоді, коли виділено певні ризики, до яких правильним буде застосування конкретних процедур та методів управління.

Оцінкою ризику називається сукупність аналітичних заходів, з яких здійснюється прогноз отримання додаткового доходу чи шкоди від ризикової ситуації. Перший крок в оцінці ризику, що попереджає кризову ситуацію на підприємстві, – виявлення моменту чи часу втрат. Під моментом втрат потрібно розуміти не тільки подію, яка може стати причиною шкоди, але й ймовірного обсягу можливої шкоди по даній конкретній події. Поки причина невідома, не можна встановити розмір економічних ризиків, втрати яких можуть серйозно скоротити активи підприємства. При визначенні моменту втрат у ціні ризику підсумовуються як збитки, які можуть бути завдані власності підприємства, та і неотримані комерційні та соціальні вигоди (наприклад, втрачений прибуток).

У загальному вигляді розрізняють якісну та кількісну оцінку ризику [1, 2, 3]. Якісна оцінка визначає потенційні зони ризику, потім виявляє можливі чинники конкретних ризиків. Кількісна оцінка ризику є доповненням до якісної оцінки та дозволяє визначити розміри окремих ризиків у чисельному виразі.

Оцінка очікуваного ризику для запланованої діяльності чи конкретної господарської операції вимагає високої кваліфікації менеджера та наявності досвіду діяльності у цьому виді бізнесу. Досвідчений бізнесмен не прийматиме ризикові управлінські рішення лише інтуїтивно. Необхідно мати економічне обґрунтування – розрахунок підприємницького ризику. Виконання такого розрахунку можливе лише за наявності відповідних знань у галузі теорії ймовірностей, статистики та економіки. Однак оцінка можливих втрат може бути доступною й підприємцю-початківцю. Для цього необхідно мати хоча б найзагальніше уявлення про види й причини випадкових втрат, які можуть бути з достовірною ймовірністю виникнути у цій операції. Головне вміти виділити які з можливих втрат призведуть до критичного та катастрофічного ризику.

Вивчення ймовірності ризикових ситуацій дозволяє керівництву підприємства отримати уявлення про взаємозв'язок та взаємовплив потенційних ризиків. Кожен одиничний ризик може спричинити додаткові ризикові втрати, у цьому випадку виникає ділянка економічних ризиків. Визначення ціни можливих втрат має проводитися в межах кожної ділянки втрат з подальшим виявленням їх загальної ціни.

Важливо відзначити, що економічний ризик та ціна ризику залежать від швидкості обороту капіталу. Для деяких статичних ризиків, особливо пов'язаних з дією сил природи, з відходом ключових фігур персоналу носять загальний характер, ймовірність моменту їх наступу в здебільшого є функцією часу. З прискоренням обороту капіталу момент настання ризику за один оборот знижується, але за прийнятний інтервал часу (квартал, рік) залишається тим самим. Економічні ризики як статичні, так і динамічні

прямо пов'язані з певним видом комерційної діяльності. Отже, чим більше здатність бізнесу швидко повертати гроші, тим менш чутливий він до втрат частини одержуваного прибутку та виникнення кризової ситуації.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1.Донець Л.І. Економічні ризики та методи їх вимірювання: навч. посібник. К.: Центр навчальної літератури, 2006. 312 с.

2.Васильєва Т.А., Леонов С.В., Кривич Я.М. та ін. Економічний ризик: методи оцінки та управління: навч. посібник; під заг. ред. Т.А. Васильєвої, Я.М. Кривич. Суми: ДВНЗ «УАБС НБУ», 2015. 208 с.

3.Кучеренко В.Р., Карпов В.А., Карпов А.В. Економічний ризик та методи його вимірювання: навч. посібник. Одеса, 2011. 199 с.

УДК 33:328.185

Перерва П.Г.<sup>1</sup>, Кабак К.С.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>д.е.н., професор, завідувач кафедри економіки бізнесу, НТУ «Харківський політехнічний інститут», м. Харків, Україна

<sup>2</sup>здобувач вищої освіти, НТУ «Харківський політехнічний інститут», м. Харків, Україна

### КОРУПЦІЯ ЯК ЗАГРОЗА ДЛЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ

Корупція як негативний соціальний прояв, може привести до знищення довіри до влади, деградації держави або порушення згоди народу з владою, погіршення рівня економічної безпеки підприємства. Суб'єкти які порушили правила своєї посади можуть бути залучені до кримінальної, адміністративної, цивільно-правової та дисциплінарної відповідальності.

Проблема корупції існує не тільки в Україні, а і у всьому світі. Цим питанням займаються такі поважні організації як Європейський парламент, Організація Об'єднаних Націй, Організація безпеки та співтовариства в Європі. У нашій країні явище корупція викликає звикання у суспільства, таким чином люди вважають, що такий негативний фактор є нормою життя. Через корупцію країна підставляє економічну сторону держави, це зупиняє інвестування іноземних країн, також це створює тіньову економіку.

На наш погляд, для вітчизняних підприємств характерні такі види корупції:

- хабарництво: отримання посадовою особою або через посередника хабара у вигляді грошей, цінних паперів, іншого майна;
- розкрадання: це вчинене протиправного безоплатного вилучення та звернення чужого майна з корисливою метою, що завдало шкоди власнику чи іншому власнику цього майна;
- шахрайство: розкрадання чужого майна або набуття права на чуже майно шляхом обману чи зловживання довірою;

- вимагання: отримання протизаконної майнової вигоди за допомогою примусу, на волю потерпілого;
- зловживання: порушення закону, яке перебуває у незаконному, злочинному використанні своїх прав, можливостей;
- кумівство: службове заступництво, яке надається посадовою особою переважно своїм родичам, близьким або друзям на шкоду інтересам служби.

Якщо уявити, що проведено спеціальне дослідження з питання "Що викликає корупцію?", то, ймовірно, будуть отримані дві основні відповіді – жадібність та злидні.

У країнах з високими рівнями корупції часто говорять про те, що внаслідок низьких зарплат у секторі державної служби службовці намагаються збільшити свій прибуток, вимагаючи хабара. Аргумент держслужбовців (у багатьох країнах це включає суддів, прокурорів, лікарів та вчителів) полягає в наступному: «Якби я отримував зарплату, що дозволяє мені та моїй сім'ї жити гідно, то мені б не доводилося брати хабарі». Цей аргумент вказує на бідність як причину корупції. Проте можна сказати, що зростання зарплат державних службовців не зупиняє корупцію, якщо вона широко поширена.

Ще одна часто звана причина корупції – це особливості культурного характеру. Відповідно до цього підходу існують суспільства та держави, де корупція – нормальний та загальноприйнятий спосіб життя. Зазвичай у такому контексті подарунки – як стверджують – не розцінюються як акт корупції, і як ми відмічали раніше, підтримка членам сім'ї для отримання роботи у багатьох країнах – це нормальна, очікувана поведінка.

В даній причині є як мінімум два контраргументи. Перший: навіть у країнах, де корупція, нібито, є способом життя, існують закони, що карають корупцію. Другий: у тому, що стосується подарунків – часто званих подякою за якісно надану послугу - можна подивитися на це питання з іншого боку: була б послуга якісно надана і без подарунка? Корупція є негативним явищем в Україні та є проблемним питанням для економічного та демократичного розвитку держави. Інші країни допомагають Україні побороти корупцію.

На нашу думку, є два методи боротьби з корупцією, це превентивні (методи, які мають застосовувати ще до того як корупцію вчинять) та каральні методи (ці методи проводять вже після того як злочин було зроблено). Превентивні методи: застосування таких умов у різних сферах, наприклад: законодавстві, економіці, бізнесу, для того щоб корупція стала неможливою або мінімізувати її існування.

В нашій країні з 2014 року діє Закон України «Про запобігання корупції». В цьому законі говориться про поняття корупції та переліку осіб,



які можуть нести відповідальність за зроблений злочин. Також у законі згадується про методи за допомогою яких ведеться боротьба з корупцією.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Kocziszky G., Kobielieva T.O., Pererva P.G., Veres Somosi M. Compliance program. Kharkov-Miskolc : NTU «KhPI». 2019. 689 p.
2. Tkachov M.M., Pererva P.G., Kobielieva T.O., Tkachova, N.P., Diachenko T.A. Management of relations with enterprise stakeholders based on value approach // Problems and Perspectives in Management. 2021. Vol. 19, Iss.1. P.24-38.
3. Перерва П.Г. Управління маркетингом на машинобудівному підприємстві // Навч.посібник для інж.-техн.вузів.- Харків : «Основа», 1993.- 288с.
4. Pererva, P., Nazarenko, S., Maistro, R., Danko, T., Doronina, M., Sokolova, L. (2021). The formation of economic and marketing prospects for the development of the market of information services. *Eastern-European Journal of Enterprise Technologies*, 6 (13 (114)), 6–16.
5. Kocziszky György, Pererva P.G., Szakaly D., Somosi Veres M. Technology transfer. Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI», 2012. 668 p.

УДК 339.138

Перерва П.Г.<sup>1</sup>, Сахацька Є.І.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>д.е.н., професор, завідувач кафедри економіки бізнесу НТУ «ХПІ», Україна

<sup>2</sup>здобувач вищої освіти, НТУ «ХПІ», Україна

## ОЦІНКА ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ БІЗНЕСУ З УРАХУВАННЯМ РИЗИКУ

Проблеми національної економічної безпеки включають в себе різні рівні: рівень країни, рівень підприємства, рівень окремого бізнесу. Економічна безпека будь-якої країни представляє собою інтегровану систему забезпечення ефективного захисту промислового підприємства та його майна, стабільної роботи бізнес-процесів, усунення або мінімізації можливих втрат. Економічна безпека підприємства – це стан, у якому найефективніше використовуються корпоративні ресурси та забезпечується його стійке функціонування. При будь-якому розвитку постійно виникають деякі питання та проблеми. Навіть, якщо брати приклад людини. Вона виростає з дитини, котра до певного часу не розуміє що відбувається навколо та що з цим робити. А з часом, починає адаптуватися до зовнішніх змін та до змін всередині її оточення.

Кожен рівень економічної безпеки характеризується рівнем економічних ризиків, які в певній мірі і характеризують її рівень. Особливе значення в забезпеченні економічної безпеки країни мають інноваційні ризики, рівень яких багато в чому визначає можливості інтелектуально-

інноваційного розвитку країни. Неможливо повністю уникнути ризиків інноваційної діяльності, проте є можливість їх мінімізації. Одним із традиційних варіантів мінімізації інноваційного ризику є диверсифікація діяльності, що полягає в розподілі усіх наявних ресурсів і зусиль дослідників для виконання різноманітних, безпосередньо не пов'язаних один з одним інноваційних проєктів, або навіть зовсім не пов'язаних ніяким чином.

Таким чином, можна зробити висновок, що інтелектуально-інноваційні ризики економічної безпеки на всіх рівнях її визначення представляють собою невід'ємну частину бізнес-діяльності, вона буквально побудована на них. Іноді вказані види ризиків можуть породжувати нові загрози економічній безпеці державі (підприємства), інколи вони навпаки в певній мірі сприяють її розвитку, вдосконаленню.

Виходячи з цих посилок, пропонуємо визначати рівень економічної безпеки країни (регіону, галузі, підприємства, бізнесу) з урахуванням рівня інноваційного ризику.

Виконання поставленої задачі пропонуємо вирішувати з використанням наступних положень. На наш погляд, система національної економічної безпеки може бути представлена як сукупність взаємопов'язаних і взаємно зумовлених підсистем: оціночної, інструментальної, підсистеми факторів, сили та результативності впливу та суб'єктів забезпечення економічної безпеки та ін. Сутність цих пропозицій представлено на рис. 1.



Рисунок 1 – Підсистем оцінки складових економічної безпеки бізнесу

Джерело: побудовано авторами

Виходячи з вищевикладеного, зробимо висновок, що метою діяльності щодо забезпечення економічної і національної безпеки має бути створення можливостей для прогресивного розвитку держави та громадян у цілому.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Tkachov M.M., Pererva P.G., Kobielieva T.O., Tkachova, N.P., Diachenko T.A. Management of relations with enterprise stakeholders based on value approach // Problems and Perspectives in Management. 2021. Vol. 19, Iss.1. P.24-38.
2. Перерва П.Г. Управління маркетингом на машинобудівному підприємстві // Навч. посібник для інж.-техн. вузів.- Харків : «Основа», 1993.- 288с.
3. Pererva, P., Nazarenko, S., Maistro, R., Danko, T., Doronina, M., Sokolova, L. (2021). The formation of economic and marketing prospects for the

development of the market of information services. *Eastern-European Journal of Enterprise Technologies*, 6 (13 (114)), 6–16.

4.Kocziszky György, Pererva P.G., Szakaly D., Somosi Veres M. Technology transfer. Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI», 2012. 668 p.

УДК 657.62

Полінкевич О.М.<sup>1</sup>

<sup>1</sup>д.е.н., професор, професор кафедри туризму та готельно-ресторанної справи Луцький національний технічний університет, Україна

### **ОСОБЛИВОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЇ ГІБЕРНАЦІЇ НА ПІДПРИЄМСТВАХ В УКРАЇНІ**

Світова економіка перепоповнена катаклізмами та кризами, які виникають під впливом пандемії, ескалації військових загроз, аномальних природних катаклізмів, війни в Україні. Відповідно до цього виникає необхідність розробки стратегії запобігання від негативних впливів зовнішнього середовища. Стратегія потрібно для всіх за розміром підприємств. Вона є рушійною силою прогресу та завдяки ній долаються негативні наслідки зовнішніх загроз [2; 3; 4; 5].

Стратегія гібернації передбачає тимчасове призупинення більшості бізнес-операцій, завдяки чому розробляється низка заходів щодо підвищення рівня безпеки підприємств [1]. Підприємство можна порівняти із державою, оскільки керівники бізнесу беруть на себе відповідальність за здоров'я, розвиток та є соціально відповідальними. Соціально відповідальні підприємства намагаються мінімізувати шкоду від довкілля, реалізувати намічену траєкторію розвитку.

Одним із викликів для України, який підриває стійкість економічної системи є пандемія COVID-19 та війна, яка розпочалася із збройного конфлікту на сході.

Перевести бізнес у стан гібернації можна за таких умов:

1) рівень зовнішньої загрози є вкрай небезпечним для економіки країни;

2) негативні явища є потужними, проте тимчасовими;

3) подолати рівень загрози в найкоротший період часу є неможливо.

Стратегія гібернації використовується, коли: природні та техногенні ситуації, рейдерські напади, збройні конфлікти, карантинні обмеження, пов'язанні із ризиком для життя і здоров'я людей.

Стратегія гібернації допоможе вирішити такі завдання:

1) захистити бізнес від загрози, спричиненої різними чинниками;

2) сприяти повернення підприємства до звичайного режиму роботи після зникнення негативного впливу.

Стратегія гібернації спричинює такі зміни:

1) створення умов для працівників, які максимально приближені до тих, які є звичними для них. Окремі види діяльності призупиняють роботу. Залишається працювати на підприємстві незначна кількість працівників, які здатні підтримувати критичну інфраструктуру;

2) зміна ролі управління безпекою. Крім моніторингу потенційних загроз та прагненням до їхньої мінімізації виникають завдання щодо прийняття зважених та обґрунтованих рішень з управління ризиками.

Стратегію гібернації можна реалізувати у такі етапи: 1) сформувати кадровий потенціал для підтримки критичної інфраструктури. До нього мають ввійти фахівці управління, виробничники, які спроможні підтримати інфраструктуру та забезпечити безпеку. 2) організувати антикризову комунікацію задля погашення паніки, формування сприятливого мікроклімату в колективі, подолання негативних моментів та депресій серед колективу. Таку комунікацію мають налагодити менеджери, розробити план дій під час гібернації. Варто проводити щоденну комунікацію із співробітниками через канали зв'язку, інформувати про виходи на роботу, встановлювати обладнання із екстремим зв'язком. 3) створення резервних систем, які будуть облаштовані за принципом safe haven, тобто укриття у випадку небезпеки. Тут має бути запас продовольства, питної води, електроненергії. Мають бути створені фінансові та інформаційні резерви, які не менш важливими.

Варто пам'ятати, що режим гібернації є тимчасовим явищем і має завершитися поверненням до звичного режиму роботи або впровадженням стратегії релокації бізнесу.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Панчак В. Як захистити бізнес від зовнішніх загроз в 2022-му. Стратегія № 1: гібернація. *Погляди*. 2022. 18.01. URL: <https://thepage.ua/ua/experts/yak-zahistiti-biznes-vid-zovnishnih-zagroz-v-2022-mu>

2. Полінкевич О. М. Маркетинг туризму та готельно-ресторанної справи : навч. посібник. Луцьк : ЛНТУ, 2022. 288 с. 1 електрон. опт. диск (CD-ROM). Об'єм даних 5,9 Мб. <https://lib.lntu.edu.ua/uk/147258369/11184>

3. Полінкевич О.М. Стратегії розвитку готельно-ресторанного бізнесу в Україні. *Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки*. 2020. Том 4(24). С. 24–29 DOI: <https://doi.org/10.29038/2411-4014-2020-04-24-29>

4. Polinkevych O., Kamiński R. Anti-crisis development strategies of insurance companies in Ukraine and Poland in the context of COVID-19. *Insurance Markets and Companies*. 2020. Volume 11. Issue #1. Pp. 21-29. [http://dx.doi.org/10.21511/ins.11\(1\).2020.03](http://dx.doi.org/10.21511/ins.11(1).2020.03)

5. Вахович І., Ліпич Л., Полінкевич О., Хілуха О., Кушнір О. Організаційна культура в контексті стратегії розвитку фірми. *Вісник Львівського університету. Серія економічна*. 2021. Випуск 61. С. 254–264. DOI: <http://dx.doi.org/10.30970/ves.2021.61.0.6121>

УДК 336.64

Рушишин Н.М.<sup>1</sup>, Скоропада Х.М.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>д.е.н., професор, професор кафедри фінансів, економічної безпеки, банківської справи та страхового бізнесу, Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів, Україна

<sup>2</sup>здобувач вищої освіти, Львівський торговельно-економічний університет, м.Львів, Україна

### **ЗАПОБІГАННЯ БАНКРУТСТВА ПІДПРИЄМСТВ ЯК ЕЛЕМЕНТ ДЕРЖАВНОГО АНТИКРИЗОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ**

В умовах економічної, політичної нестабільності та ринкової конкуренції більшість підприємств перебувають під загрозою платоспроможності, незадовільного фінансового стану, зменшення прибутковості та як наслідок ймовірність банкрутства. Банкрутство підприємств у свою чергу зумовлює зменшення обсягів виробництва товарів та послуг, що призводить до падіння ВВП та збільшення імпорту; скорочення кількості робочих місць та зростання рівня безробіття; зменшення обсягів податкових надходжень до бюджету та ін. Тому створення ефективного механізму запобігання банкрутству підприємств у системі державного антикризового регулювання сприятиме підвищенню ефективності національної економіки.

Державне антикризове регулювання спрямовується на виявлення та усунення факторів погіршення фінансово-економічного стану підприємств та створення організаційних, економічних та інших умов для відновлення їх платоспроможності з метою уникнення банкрутства. Розробляються та реалізуються заходи організаційно-економічного і нормативно-правового впливу держави, спрямовані на захист підприємств від кризових ситуацій, запобігання їх банкрутству або ліквідації у разі неефективного подальшого функціонування [1].

Причинами виникнення банкрутства підприємств є обставини, що складаються внаслідок посилення негативної дії окремих чинників або їх сукупності, що спричиняють погіршення фінансово-економічного стану підприємств. До внутрішніх негативних чинників, що спричиняють банкрутство підприємств відносять :

- помилки керівництва і фахівців структурних підрозділів в управлінні підприємством;

- відсутність економічної стратегії та концепції розвитку на майбутнє;

- високий рівень затрат на виробництво, що призводить до збільшення собівартості продукції;
- нестача оборотних засобів для підтримання виробничої діяльності, низька їх оборотність тощо.

Антикризове державне регулювання базується на таких загальних принципах : цілеспрямованість, комплексність, наукова обґрунтованість, системність, адекватність, пріоритетність.

Ефективність державного антикризового регулювання залежить від використання комплексу методів, застосування яких дозволить подолати кризові явища. Основні методи антикризового державного регулювання банкрутства підприємств в залежності від форм їх впливу наведені на рис. 1.

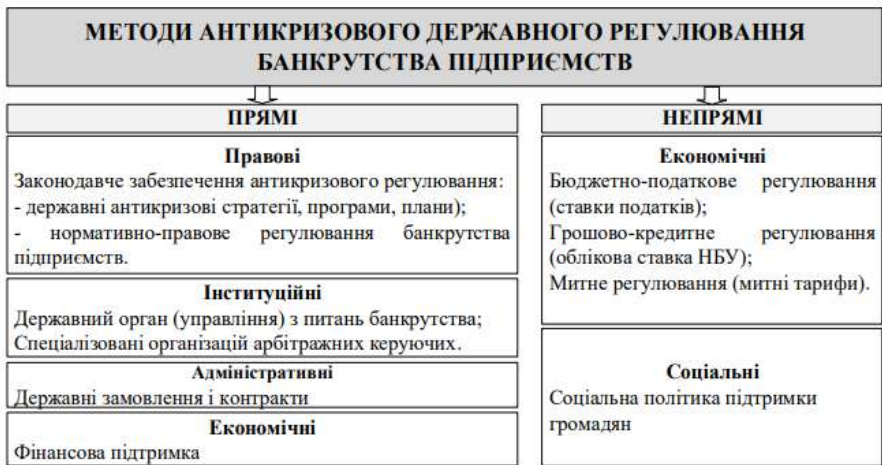


Рисунок 1 -. Методи антикризового державного регулювання банкрутства підприємств [2, с. 91].

Державне антикризове регулювання запобігання банкрутства підприємств повинно скеровуватися на створення сприятливого бізнес-середовища для функціонування підприємств та уникнення кризових процесів в економіці України. В ефективному антикризовому регулюванні в напрямку запобігання банкрутству підприємств зацікавлені є не тільки держава як суб'єкт відносин, що захищає інтереси всього суспільства, а також і власники, працівники, а в деяких випадках, коли мова йде про містоутворюючі або особливо небезпечні підприємства, також і місцеві громади.

### **СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ**

1. Великий Ю. М., Косарева Ю. М., Політун Д. О. Формування

сутності активного антикризового управління. *Науково-виробничий журнал «Бізнес-навігатор»*. 2018. Вип. 3-1 (46). URL: <http://jrn1.nau.edu.ua/index.php/EPSAE/article/view/3933>.

2. Минчинська І. В. Напрями запобігання банкрутству підприємств у системі державного антикризового регулювання економіки України. *Економіка та держава*. № 9. 2021. С. 87-93.

УДК 339.3

Трифонов О.В.<sup>1</sup>, Іванова О.О.<sup>2</sup>, Саксонова К.В.<sup>3</sup>

<sup>1</sup>д.е.н., проф., декан факультету менеджменту, НТУ «Дніпровська політехніка», м. Дніпро, Україна

<sup>2</sup>здобувач вищої освіти, «НТУ «Дніпровська політехніка», м.Дніпро, Україна

<sup>3</sup>здобувач вищої освіти, «НТУ «Дніпровська політехніка», м.Дніпро, Україна

## **ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ В КРИЗОВОМУ СТАНІ**

Н.В. Антипенко у [1] стверджує, що у короткостроковій перспективі основним критерієм оцінювання фінансового становища підприємства є його ліквідність як здатність своєчасно та у повному обсязі розрахуватися за своїми короткостроковими зобов'язаннями, та запропонував до використання інтегровану модель оцінювання результативності підприємства в умовах управління змінами, економіки знань, діджиталізації та інноваційного підприємництва. В основу цієї моделі покладено використання множино-регресійних моделей для розрахунку інтегральних показників майнового стану, ділової активності, фінансової стійкості підприємства. Відтак, фактори визначення актуальних ризиків діяльності підприємств відіграють доволі важливу роль у їх діяльності, і тому нагально мають урахуватися у розробках стратегій й тактик сучасного менеджменту.

Ю.В. Сова, у свою чергу, пропонує у [2] застосувати такі антикризові стратегії як управління змінами, стратегія диференціації, стратегічні альянси, стратегія швидкої реакції, венчурні стратегії, синергічне управління бізнесом, даунсайзинг, системне управління бізнес-процесами, системні інновації, підприємницька креативність. На ефективність функціонування підприємств у кризовому стані впливає раціональний підхід керівництва до розробки такої стратегії діяльності та розвитку, яка б дозволила досягти максимальних результатів за мінімальних ризиків.

На використанні класичного інструментарію наполягає А.В. Ханенко, серед яких ним ґрунтовно досліджено SWOT- та PEST-аналізу, які автор відносить до інструментів оперативного керування [3]. Так, зовнішнє середовище багатогранне і неоднорідне за своїм складом, та включає велику кількість компонентів, які надають різний по мірі, характеру і періодичності вплив на компанію. Автор виділяє дві складові зовнішнього середовища, які



різною мірою впливають на компанію – макросередовище і безпосереднє оточення.

Правдюк Н.Л. у [4] до основних проблем аналітичного забезпечення антикризового управління відносить: визначення зони і виду кризи; наявний потенціал її подолання; побудову антикризової програми діяльності за рахунок аналітичних, а у їхньому складі – інформаційних методів та інструментів. Фактори виникнення кризи автор поділяє на зовнішні (економічні, ринкові, зовнішньоекономічні) та внутрішні (операційні, інвестиційні, фінансові). При цьому вимірювання кризи аналітично-інформаційними методами передбачає аналіз фінансових складових на макро- і мікрорівнях. Інформаційне забезпечення залежить від вимог до управління в операційні, інвестиційні та фінансовій сферах та базується на використанні облікової та фінансової звітності. Так, кризис-управління спрямоване на стабілізацію, по-перше, фінансових складових господарської діяльності підприємств – їх фінансової стійкості та ліквідності. Оскільки основою формування показників фінансової стабільності є дані бухгалтерської та фінансової звітності, від якості аналітичного супроводу та методики визначення показників стійкості і ліквідності залежить ефективність управлінських рішень щодо роботи підприємств, галузі, регіону та країни.

Нами при управлінні підприємствами в кризових ситуаціях рекомендовано запроваджувати такі заходи, як: 1) адаптація підприємств до роботи в кризових умовах, підвищення конкурентоспроможності як продукції, так і підприємств; 2) вдосконалювати та шукати нові механізми фінансування при впровадженні інноваційно-інвестиційних проєктів, що повинні бути спрямовані на підвищення якості техніко-технологічного обладнання, автоматизацію та комп'ютеризацію їх технічного обслуговування; 3) впровадження тотальної діджиталізації виробничих систем та бізнес-процесів; 4) використання сучасних матеріалів, які дозволяють, з одного боку, знижувати собівартість, а з іншого, – забезпечувати високу якість продукції та /чи послуг; 5) запроваджувати принципи сталого розвитку, які спрямовані на забезпечення виробництва з використанням енергозберігаючих технологій вздовж усього виробничого процесу.

## **СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ**

1. Антипенко Н.В., Чіп Л.О., Параскеєва А.М., Докучаєв О.А. Інтегрована модель оцінювання результативності підприємства в умовах управління змінами, економіки знань, діджиталізації та інноваційного підприємництва. *Економіка та держава*. 2022. № 1. С. 19–22. DOI: 10.32702/2306-6806.2022.1.19
2. Сова О.Ю., Морозов Є.Ю. Стратегії запобігання банкрутству підприємств

у контексті ризик-менеджменту. *Проблеми економіки*. 2021. №1. С. 91–97. <https://doi.org/10.32983/2222-0712-2021-1-91-97>

3. Ханенко А.В. SWOT-аналіз та PEST-аналіз в управлінні проєктами машинобудівного підприємства. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2021. №6. Том 1. С. 106–112.

4. Правдюк Н.Л. Аналітичне забезпечення антикризового управління агроформувань. *Економіка АПК*. 2020. № 2. С. 33–44. DOI: <https://doi.org/10.32317/2221-1055.202002033>

УДК 330

Тютченко С.М.<sup>1</sup>, Синиціна Ю.П.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>к.е.н, доц., доцент кафедри економічної та інформаційної безпеки, Дніпропетровський державний університет внутрішніх справ, м. Дніпро, Україна

<sup>2</sup> к.т.н, доцент кафедри економічної та інформаційної безпеки, Дніпропетровський державний університет внутрішніх справ, м. Дніпро, Україна

## **ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВ**

Головним стратегічним орієнтиром національної економіки є підвищення рівня конкурентоспроможності промислових підприємств та становлення їх як рівноправних партнерів у світовому економічному просторі. Реалізація цієї стратегії можлива на підставі послідовного застосування методології забезпечення економічної безпеки підприємств, яка ґрунтується на оцінюванні їх здатності адаптуватись до сучасних умов функціонування.

Проблема забезпечення економічної безпеки промислових підприємств є дуже актуальною та постійно привертає увагу науковців до вивчення численних теоретико-методологічних аспектів і розробки практичних методів та моделей. Переважна більшість методичного інструментарію з оцінювання економічної безпеки підприємств базується на моделях, які використовують детерміновану причинність та причинно-наслідкові односпрямовані зв'язки. Але застосування таких моделей свідчить про неадекватність та неефективність їх використання та призводить до викривлення реальності, що ускладнює прийняття оперативних рішень щодо упередження виникнення ризиків та загроз. Все це спонукає до подальшого вивчення існуючих проблем з оцінювання стану економічної безпеки підприємств та пошуку шляхів їх вирішення [1].

Поняття «економічна безпека підприємства» повинна охоплювати усі напрямки діяльності підприємства і можливі ресурси, які можуть бути задіяні в виробничо-комерційній діяльності. Тому і науковці пропонують включати в

неї наступні складові: виробничу, фінансову, управлінську, інноваційно-інвестиційну, трудову, маркетингову та інші, в залежності від чинників, що впливають на діяльність підприємства в той або інший час та специфічних особливостей галузі, до якої воно належить. Це стає підґрунтям для визначення першочергових заходів щодо забезпечення економічної безпеки підприємства з позиції збереження його як одиниці бізнесу, здатної задовольняти інтереси власників, робітників, постачальників, споживачів та інших. Разом з тим, « потенціал економічної безпеки підприємства» дозволяє урахувати не тільки кількісні характеристики економічної безпеки, але й якісні, які відображають здатність її складових мобілізуватись до змінення масштабів за рахунок взаємного доповнення [2, с.73].

Детальний аналіз існуючого методичного та теоретичного інструментарію з оцінювання економічної безпеки підприємств свідчить про те, що найбільшого поширення набуває метод з інтегрального оцінювання, заснований на визначеній групі пріоритетних критеріїв. Усі ці підходи доцільно умовно поділити на:

1) підходи, які мають найбільше поширення у зарубіжній та вітчизняній практиці: ресурсний, циклічний, системний, цільовий, процесний, ситуаційний, фінансовий, інвестиційний підходи;

2) підходи, які виникають в сучасних умовах: діджитал-підхід, бенефіціарний підхід, стейкхолдер-підхід, репутаційний підхід.

Серед існуючих в економічній науці підходів до дослідження економічної безпеки підприємств можна виділити дві групи:

- вузькоспеціалізований підхід, за якого передбачається аналіз окремих сторін безпеки суб'єктів господарювання або окремих видів безпеки;
- підхід розширеного трактування, яке насправді, лише розмиває межі даного поняття.

Дуже важливо проаналізувати трактування поняття «забезпечення економічної безпеки підприємств» різними науковцями. Наразі дане поняття розглядається науковцями за підходами, поданими в табл. 1.

Таблиця 1-Визначення поняття «забезпечення економічної безпеки»

Підхід	Автори	Змістова складова
Інтегральний	Малашенко В.	Забезпечення економічної безпеки - складова загальної стійкості підприємства, інтегральна характеристика підприємства як відкритої системи, що характеризує загальні можливості ефективного рівноважного безперерйного функціонування організації протистояти ризикам, незважаючи на їх негативний вплив.
Структурний	Орлик О.	Забезпечення економічної безпеки господарюючих суб'єктів ринкової системи господарювання складають ідеї структурної й функціональної варіативності як способу забезпечення конкурентоспроможності за різновиду ринкового хаосу.
Системний	Шкарлет С.М.	Забезпечення економічної безпеки – це системний процес, в якому поєднуються три основних компоненти: по-перше, діагностика та оцінка фінансово-економічних, операційних, та організаційних критеріїв з метою завчасної ідентифікації джерел виникнення небезпечних для діяльності підприємства проявів; по-друге, – своєчасне застосування релевантного каталогу антикризових (стабілізаційних) заходів нейтралізації внутрішніх і зовнішніх факторів; по-третє, – формування системи рекомендацій і заходів щодо створення конкурентної переваги та забезпечення розвитку на усіх етапах його життєвого циклів.
Організаційний	Баскакова О.В. Сейко Л.Ф	Під забезпеченням економічної безпеки підприємства розуміють сукупність організаційних та економічних форм та методів впливу на господарсько-фінансову діяльність для досягнення поставлених цілей та забезпечення стійкого розвитку.
Стабільності	Вовк В.В.	Забезпеченням економічної безпеки є досягнення максимальної стабільності та створення основ для економічного зростання в умовах дії об'єктивних та суб'єктивних загроз.

Отже, аналіз підходів до трактування поняття «забезпечення економічної безпеки підприємств» свідчить про відсутність серед науковців як однастайності думок, так і однорідності підходів. Більшість підходів до трактування даного поняття характеризуються обмеженою сукупністю показників здатності підприємств до забезпечення економічної безпеки.

На нашу думку, з актуалізацією процесу євроінтеграції та постійними змінами в економіці дане поняття має формуватись з

урахуванням загальноєвропейських норм та принципів функціонування підприємств в сучасних умовах розвитку економіки. Тож, при формуванні поняття «забезпечення економічної безпеки підприємств» варто урахувати інтереси, очікування та можливості стейкхолдерів щодо забезпечення життєдіяльності підприємств та їх розвитку. Тому, найбільш змістовним та відповідним сучасності ми вважаємо визначення поняття «забезпечення економічної безпеки» за стейкхолдер-підходом, а саме: «забезпечення економічної безпеки підприємства – це сукупність економічних, мотиваційних, управлінських організаційних та правових способів гармонізації інтересів підприємства з інтересами його стейкхолдерів, завдяки яким з врахуванням специфіки діяльності підприємства забезпечуються стабільне отримання прибутку та розвиток підприємства, що є достатнім для перебування підприємства у зоні економічної безпеки [3, с.43].

### СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Тютченко С.М. Забезпечення економічної безпеки підприємств в умовах трансформаційних змін в економіці. Монографія. Тютченко С.М. Дніпро: ДДУВС. 2021. 212 с. URL: [https://er.dduvs.in.ua/xmlui/bitstream/handle/123456789/6957/%d0%bc%d0%be%d0%bd%d0%be%d0%b3%d1%80%d0%b0%d1%84%d0%b8%d1%8f\\_%d0%a2%d1%8e%d1%82%d1%87%d0%b5%d0%bd%d0%ba%d0%be\\_%d0%bc%d0%b0%d0%ba%d0%b5%d1%82\\_%d0%a3%d0%a2%d0%92%d0%95%d0%a0%d0%96%d0%94%d0%95%d0%9d.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://er.dduvs.in.ua/xmlui/bitstream/handle/123456789/6957/%d0%bc%d0%be%d0%bd%d0%be%d0%b3%d1%80%d0%b0%d1%84%d0%b8%d1%8f_%d0%a2%d1%8e%d1%82%d1%87%d0%b5%d0%bd%d0%ba%d0%be_%d0%bc%d0%b0%d0%ba%d0%b5%d1%82_%d0%a3%d0%a2%d0%92%d0%95%d0%a0%d0%96%d0%94%d0%95%d0%9d.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
2. Бут К.А., Тютченко С.М. Напрямки забезпечення економічної безпеки підприємства. Стратегічні пріоритети розвитку підприємництва, торгівлі та біржової діяльності: матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції, 13-14 травня 2021 року. За заг. редакцією проф. Ткаченко А.М. Запоріжжя. НУ «Запорізька політехніка». 2021. 388 с. С. 72-75.
3. Момот Т. В. Стейкхолдер-орієнтований підхід до забезпечення фінансово-економічної безпеки підприємств: теоретико-методичні засади впровадження. ACTUAL PROBLEMS OF ECONOMICS. 2015. № 8(170). С. 36-44.

УДК 657.37: 334.716

Ширяєва Л.В.<sup>1</sup>, Фоміна Н. М.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>д.е.н, проф., професор кафедри економіки та фінансів, Одеський національний морський університет, м. Одеса, Україна

<sup>2</sup>асистентка, Національний університет «Одеська політехніка», м. Одеса, Україна

## **УДОСКОНАЛЕННЯ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ НА ОСНОВІ КОНЦЕПЦІЇ СПРАВЕДЛИВОЇ ВАРТОСТІ**

Принципами міжнародних стандартів фінансової звітності, активи трактуються як ресурси, контрольовані підприємством у результаті подій минулих періодів від яких підприємства очікує економічні вигоди у майбутньому. На нашу думку, з позиції реалізації майбутніх економічних вигід від використання активів доцільно розглянути передумови впровадження у систему облікових категорій поняття «справедлива вартість».

Визначення справедливої вартості подають міжнародні стандарти фінансової звітності. «Справедлива вартість – сума грошових коштів, достатня для придбання активу або виконання зобов'язання при здійсненні угоди між добре обізнаними, дійсно бажаними зробити таку угоду, незалежними один від одного сторонами» [5]. Термін «добре обізнані» означає, що і продавець, і покупець, що бажать укласти угоду, розумною мірою поінформовані про сутність та основні характеристики її об'єкта та кон'юнктуру ринку на звітну дату. «Бажаючий здійснити цю угоду» покупець зацікавлений у купівлі, але не зобов'язаний її виконувати. Він не прагне і не має наміру здійснити покупку за будь-яку ціну. Такий покупець купує активи відповідно до чинних умов на ринку та поточними ринковими очікуваннями, а не відповідно до гіпотетичних умов, надійний прогноз яких неможливий" [3, с. 74-75]. Тому покупець не захоче платити ціну вищу, ніж чинна на ринку. «Бажаючий здійснити цю угоду» продавець не примушується до здійснення даної операції, він не готовий укласти її за будь-якою ціною, але й не бажає наполягати на ціні, яка не вважається розумною. Продавець має стимул продати на ринкових умовах, за найвигіднішою ціною, яку можна отримати на відкритому ринку після належного маркетингового дослідження незалежно від того, яка саме ця ціна [3, с. 74-75].

Базою визначення справедливої вартості за наявності активного ринку виступає ринкова вартість. Зразками такого ринку для фінансових активів є фондова біржа або дилерський ринок. Але, справедлива вартість має більш широке, переважно - родове значення ніж ринкова вартість. Термін «ринкова вартість» не є синонімом терміну «об'єктивна (справедлива) вартість». У тому сенсі, в якому він використовується у стандартах бухгалтерського обліку [1]. На відміну від визначення ринкової вартості

бухгалтерське поняття об'єктивної вартості передбачає угоду, яка могла відбутися за наявності певних розбіжностей; за обставин, що відрізняються від нормального процесу перерозподілу власності в умовах відкритого ринку. Ці обставини включають у себе можливість укладання угоди, коли одна зі сторін перебуває у скрутному становищі. Термін справедлива вартість також може використовуватися в юридичному аспекті щодо компромісу, що вирішує розбіжності сторін. Причини цих розбіжностей також можуть не відповідати визначенню ринкової вартості.

Справедлива вартість - це не тільки оцінка при придбанні активу або виконання зобов'язання і вчинення угоди між сторонами, це і система облікових дій, спрямованих на визначення потенційної цінності організації, це та оцінка, найбільш адекватна меті подання користувачам достовірної та прозорої інформації, визначена на основі пріоритету економічного змісту над його юридичною формою [2]. У різних ситуаціях в якості справедливої вартості виступають різні типи оцінки: початкові оцінки, ринкові оцінки, зіставні оцінки, відновлювальні оцінки, оцінки заміщення, реалізаційні оцінки, капіталізовані чи рентні оцінки, експертні оцінки, умовні оцінки. При виборі методу або способу оцінки активів та зобов'язань необхідно дотримуватися основного принципу – надійності оцінок.

Існує досить велика кількість причин об'єктивного та суб'єктивного характеру, які значно обмежують використання справедливої вартості в українських умовах. Бухгалтерський облік за справедливою вартістю схвалений Правлінням Комітету Міжнародних стандартів Фінансової звітності (IASB) як переважна база для вимірювання активів. Із запровадження МСФЗ у багатьох країнах світу (зокрема, з 2005 р. для всіх компаній у Європейському союзі, які включаються до публічного лістингу) життєво важливим стає правильне застосування справедливої вартості на узгодженій та прозорій основі.

Концепція розвивається як інструмент, що дозволяє отримати краще уявлення про вартість організації, ефективності її менеджменту та прозорості бухгалтерської звітності. На ринку в Україні як і на багатьох інших ринках, що розвиваються, максимізація вартості організації, як і раніше, вважається суперечливим завданням. Одна з головних причин цієї ситуації в тому, що ціна акцій не повністю відображає ефективність управління організацією. Концентрація власності та контроль над джерелами капіталу в Україні, як правило, значно вищий, ніж у більшості країн з розвинутою економікою. Ринок корпоративних боргових зобов'язань (облігацій) існує в зародковому стані. У більшості найбільші кредитори також володіють великою кількістю акцій підприємств-позичальників, що дозволяє їм отримати внутрішню інформацію про кредитні ризики. Всі ці особливості національної економіки, коли капітал зосереджений і концентрований монополіями, попит на

загальнодоступну інформацію, зокрема бухгалтерську, виявляється низьким. А ідеї, закладені в концепції справедливої вартості, засновані на угодах між обізнаними, незалежними сторонами, інформація про них має бути доступною та публічною.

Важливою проблемою застосування концепції справедливої вартості в Україні є заперечення та неприйняття категорій оцінки «справедливої вартості» у багатьох фахівців у галузі бухгалтерського обліку [4]. Наявність різних способів оцінки активів і зобов'язань ставить перед організаціями завдання вибору оптимального варіанта оцінки та розкриття інформації про справедливу вартість, що дозволяє реалізувати конкретні цілі. Важливими концептуальними засадами бухгалтерської звітності на основі справедливої вартості є:

- надання користувачам бухгалтерської звітності можливості приймати економічні рішення, ґрунтуючись на вартості активів та зобов'язань;

- оцінка можливості організації генерувати грошові надходження з урахуванням попередніх періодів, поточних очікувань, результатів звітного періоду;

- прогнозування майбутніх грошових надходжень у кількісному вираженні, термінах надходження (вибуття) та економічно обґрунтованих гарантіях надходження коштів.

Оцінюючи достовірності бухгалтерського балансу необхідно враховувати вплив постійного супутника сучасної економіки - інфляцію. І якими б методами не вести боротьбу з інфляцією, уникнути цього явища сьогодні неможливо. Реально можна лише стримувати темпи інфляції та зменшувати її вплив на економіку.

У зв'язку з цим у роботі велику увагу приділено цілеспрямованості використання концепції справедливої вартості для ослаблення впливу інфляційних процесів на достовірність бухгалтерської звітності, а також обґрунтовується необхідність прийняття національного стандарту, що враховує зміну цін та пропонує відповідні способи коригування показників бухгалтерської звітності у зв'язку із цими змінами. Історія сучасного досвіду обліку впливу інфляції в Україні ще не настільки тривала як у багатьох зарубіжних країнах. У спробі отримання реалістичних даних українських підприємств з 1990х рр. проводилася неодноразова переоцінка основних коштів. Проте слід зазначити, що проведення переоцінок основних засобів комерційним організаціям час утруднено, оскільки Держслужба статистики України припинила з 2001 р. розробку індексів для переоцінки основних засобів. Доручення КМ України щодо їх розробки також відсутні. Нині у Держслужбі статистики України розроблені і затверджені коефіцієнти, застосовувані для переоцінки основних засобів і нематеріальних активів



лише бюджетних організацій. За логікою КМ України це значить, що комерційна організація може проводити переоцінку основних засобів лише шляхом прямого перерахунку. Можна зробити висновок, що облік інфляції, її вплив і наслідки на бухгалтерську звітність, а також методи інфляційних коригувань і поправок необхідно розглядати в рамках концепції справедливої вартості. І в рамках цієї концепції дискутувати треба не про те чи потрібна ця концепція Україні, а потрібно побудувати струнку систему, збагатити її сучасним інструментарієм, таким як:

- прийняття національного стандарту обліку впливу зміни цін;
- прийняття національного стандарту знецінення активів;
- підвищення інформаційного забезпечення (розробка різних економічних (галузевих) індексів);
- для основних засобів та нематеріальних активів зміна строку корисного використання та методу нарахування амортизації;
- використання велику кількість оцінок для активів та зобов'язань;
- використання корегувань не тільки для активів та зобов'язань але й для бухгалтерської звітності.

Використання концепції справедливої вартості та її інструментарію (розрахункових індексів та коефіцієнтів, методики оцінки) для звіту наслідків інфляції дозволить мінімізувати її вплив на бухгалтерську та фінансову звітність, тим самим збільшить її достовірність та прозорість.

## **СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ**

1. Кірпіков О.М. Використання показників справедливої вартості основних засобів у системі обліку та аналізу підприємств. Казань: Супутник, 2005. 22 с.
2. Княткін А.С Облік та аналіз активів та зобов'язань за справедливою вартістю. Саратов: Інфо, 2006. 27 с.
3. Соколов В.Я Теоретичні засади (основи) подвійної бухгалтерії. Спб: Видавництво СПбГУЕіФ 2006. 187 с.
4. Філіппова С.В, Ковтуненко К.В. Формування професіоналізму бухгалтера виробничого підприємства на засадах компетентнісного підходу : монографія. Донецьк : Ноулідж, 2013. 175 с.
5. Фінансова звітність за національними положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку : практичний посібник. Київ : Лібра, 1999. 336 с.

### **СЕКЦІЯ 3. «РОЗВИТОК ІННОВАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА ТА ФОРМУВАННЯ СТАРТАП ЕКОСИСТЕМИ В УКРАЇНІ»**

UDC 658.512

Shcherbachenko V.O.<sup>1</sup>

<sup>1</sup>PhD in Economics, Associate Professor, Sumy State University, Ukraine

#### **ANALYSIS OF STAKEHOLDERS INVOLVED IN THE INNOVATIONS COMMERCIALIZATION PROCESS**

The work of scientific organizations around the world is increasingly valued in terms of cost-effective use of technology. Research and development is an integral part of the economic process, as it is not only a tool for creating competitive products and increasing profits, but also it ensures the growth of industrial production [1].

The increase in sales and revenues takes place at those enterprises that implement innovations. The desire of manufacturers to identify trends in the market and promote new high-quality products, that focused on meeting current and future needs and desires of consumers, is relevant in modern conditions. [2].

Production of innovations is a long, multi-stage process that requires the generation of new knowledge, restructuring of the management system, creating on the basis of marketing principles of operational search for new areas and ways to realize their potential based on new products, new technologies, new methods of production and sales [3].

Stakeholders of innovation commercialization are stakeholders (individuals or institutions) who can directly or indirectly, positively or negatively influence or be influenced by the commercialization of innovation.

Stakeholder analysis includes four stages:

- 1) identification of stakeholders;
- 2) determining the impact of the initiative on stakeholders;
- 3) identification of possible types of cooperation between stakeholders;
- 4) building a stakeholder engagement plan based on the type of cooperation and the initiative stage.

The first step is to identify the list of stakeholders involved in the focus of the initiative, as well as their key interests. According to [4], the Community Tool Box methodology for identifying all participants is easy to use even in conditions of limited data. Among other things, it is recommended by the World Bank for this purpose.

Thus, according to this methodology, stakeholders are divided into the following groups: priority, representing those for whom this initiative was created; secondary are those persons on whom the initiative has an indirect impact (additional or side effects of the initiative); key - those persons who may not belong to the previous two, but without them the implementation of the initiative may be impossible [4].

The second stage of this methodology involves the analysis of stakeholders for their impact on the implementation of the initiative; as well as their initiatives for their activities. The initiative can be formed by stakeholders, and can also influence them during its implementation.

The third stage involves identifying possible types of stakeholder cooperation in the implementation of innovation policy. According to this method, the following types of cooperation are distinguished [4]: informational, consultative and involved cooperation.

The fourth stage envisages the construction of a stakeholder engagement plan based on the type of cooperation and the initiative stage: planning, implementation, evaluation, control.

Thus, the main stakeholders in the process of commercialization of innovations are producers of innovative products, consumers, higher education institutions, innovation entities (venture funds, business incubators, technology parks, crowdfunding and information platforms), society, government agencies, financial institutions.

## REFERENCES

1. Commercialization of innovations (2020). Lecture notes [Electronic resource]: textbook for students. Specialty 073 "Management", educational and professional program "Investment and Innovation Management" / KPI. Igor Sikorsky; structure.: S.O. Perminov. Kyiv: KPI named after Igor Sikorsky, 2020. 127. URL: [https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/40739/1/Komerts\\_innov.pdf](https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/40739/1/Komerts_innov.pdf)
2. Zakharkin, O., Basantsov, I., Shcherbachenko, V., Zakharkina, L Public-private partnership as an effective tool in R&D activity. 2019. Proceedings of the 33rd International Business Information Management Association Conference, IBIMA 2019: Education Excellence and Innovation Management through Vision 2020. 6674-6678.
3. Zakharkin, O.O., Basantsov, I.V., Myroshnychenko, I.O., Shcherbachenko, V.O. Analysis of the innovative development directions for industrial enterprises. *Espacios*. 2019. Vol. 40. 27,16-25.
4. Henrego Y.O., Polishchuk E.A., Vasilyshen Yu. V. Innovation policy: functions of stakeholders in the process of its formation. *Efficient economy*. №7, 2018. URL: [http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/7\\_2018/32.pdf](http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/7_2018/32.pdf)

\*The research is supported by the budget of the Ministry of Education and Science of Ukraine, provided for the research topic «Cognitive model of innovations' commercialization in the conditions of Industry 4.0: intellectual capital protection, marketing and communications» (№ GR 0122U000780)

УДК 378.14

Балахонова О.В.<sup>1</sup>, Костіна О.С.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> д.е.н., проф., професор кафедри економіки та менеджменту, Вінницький соціально-економічний інститут університету «Україна», Україна

<sup>2</sup> здобувач вищої освіти, Національний університет «Одеська політехніка», Україна

## **ОБГРУНТУВАННЯ КРЕАТИВНОЇ СИСТЕМИ ПІДГОТОВКИ СПЕЦІАЛІСТІВ У ВИЩИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДАХ**

В сучасному світі якість та стан освіти передусім визначає стратегічні показники розвитку країни. Водночас будь-яка сфера життєдіяльності людини потребує змін відповідно до викликів, які ставить сьогодення. В ХХІст. широкого розповсюдження набули креативні підходи до ведення бізнесу, провадження управлінської діяльності, побудова освітнього процесу тощо. Слід відзначити, що на законодавчому рівні закріплено державну політику у сфері освіти як пріоритет, що забезпечує інноваційний, соціально-економічний та культурний розвиток суспільства. Вона базується на наукових дослідженнях, міжнародних зобов'язаннях, вітчизняному та міжнародному досвіді з урахуванням прогнозів, статистичних даних та індикаторів розвитку з метою задоволення потреб людини та суспільства. Такі види освіти як неформальна та інформальна (самоосвіта) можна віднести до складових креативної освіти. При цьому важливо, що на законодавчому рівні закріплено право особи здобувати освіту у будь-яких формах. За основу дослідження пропонується взяти становлення освіти у юридичній сфері.

Питання щодо обґрунтування запровадження та подальшого ведення креативної системи підготовки спеціалістів у вищих навчальних закладах розглянуто в наукових працях таких учених: Захарченко В.І., Мещерякова Е.І., Сергієнко Є. та Якимчук О. Матеріали даних вчених сприяли суттєвому дослідженню креативних напрямків навчання в закладах вищої освіти, однак питання до сьогодні лишається відкритим через постійну зміну законодавства, суспільних потреб та змін в освітньому процесі в цілому.

Сфера освіти є однією з провідних сфер життєдіяльності та розвитку держави, саме тому її постійний розвиток та прирівнення до сучасних тенденцій, міжнародних та досліджених вітчизняних норм та вимог є фундаментальною основою до побудови конкурентоздатної економіки країни.

Так, розпочаті у 1990-ті роки радикальні перетворення в Україні у всіх сферах суспільної життєдіяльності супроводжувались істотними змінами в системі українського права. Це спричинило стрімкий ріст попиту щодо кваліфікаційних спеціалістів – юристів та, як наслідок, це призвело до кількісного зросту освітніх установ (державних та недержавних), що проводять освітню діяльність з напрямків юриспруденції та правознавства. В

даних умовах перед системою юридичної освіти повстали нові завдання, що потребують невідкладного рішення. Одна з найважливіших – створення цільної концепції юридичної освіти, що задовольняє забезпечення формування у майбутніх спеціалістів сучасного наукового світогляду, розвиток творчих здібностей у професійній діяльності в умовах лавиноподібного нарощування об'єму нормативно-правової інформації, швидких та достатньо істотних змін у правозастосовній практиці. Вивчення публікацій останнього десятиліття показує, що в українській педагогічній науці в наш час даний документ відносно всієї освіти в Україні є, однак, Якимчук О. робить наголос, що «Національна доктрина розвитку освіти у XXI столітті» стала одним з найфундаментальніших документів у цій галузі в Україні на початку нового тисячоліття. Саме ця Доктрина дозволила визначити базові орієнтири, що спрямували українську освітню сферу на європейську інтеграцію та залучення західних навчальних стандартів. Водночас її реалізація не стала шляхом безперервних перемог»[5, с.62].

Не позбавлена юридична освіта й від явищ, що пов'язані з неувагою до вищих цінностей та цілями освіти, пасивним сприйняттям тих життєвих пріоритетів, що стихійно утворюються в суспільстві. В цьому взаємозв'язку особливу актуальність набувають комплексні прогностно-орієнтовані дослідження питань удосконалення системи навчання юридичним дисциплінам, що враховують необхідність та можливість інформатизації освіти, формування інформаційно-правової культури діяльності, в тому числі й культури самостійної діяльності в процесі навчання.

Для навчання юридичним дисциплінам доцільно приймати креативні системи, головною характеристикою яких є напрям креативного розвитку особистості, володіючи необхідним рівнем загальної та правової культури, культури професійної та самостійної діяльності, а також сформованим правовим світоглядом. В умовах інформатизації суспільства визначається ще один найважливіший напрямок креативної системи навчання: розвиток здібностей роботи в інформаційно-правовому просторі зі специфічними інформаційними потоками.

Застосування терміну «креативно-акцентована» до системи освіти, дозволяє закріпити змістовну та формальну характеристики системи[3.с.23]. Виходячи зі змісту, креатив – це система освіти, заснована на творчості та його розвитку. В даному випадку творчість слід сприймати як вищу форму активності та самостійної діяльності людини. Проектування даної системи сприяє розвитку творчості у діяльність викладачів та розробників, а результат її використання в освітньому процесі – розвитку в кожному майбутньому спеціалісту-юристу закладеного в них творчого потенціалу, виховання сміливості думки та впевненість в особистих творчих силах, уміння творчо

працювати з правовою інформацією, знаходити рішення конкретних правових завдань.

Згідно Закону України «Про вищу освіту» (ст.26) одним із завдань вищого навчального закладу проголошено: «...5) забезпечення органічного поєднання в освітньому процесі освітньої, наукової та інноваційної діяльності»[1,с.33]. Крім того, відповідно до ст. 53 Конституції України держава гарантує забезпечення доступності та безоплатності серед іншого вищої освіти в державних та комунальних навчальних закладах, розвиток вищої освіти, а також запровадження різних форм навчання.

За своїм змістом креативна система освіти конкретної юридичної дисципліни – це сукупність взаємодіючих та ієрархічно упорядкованих елементів, варіювання котрими згідно з встановленими критеріями дозволяє змінити структуру системи згідно варіативним цілям та умовам функціонування системи, що досягається за допомогою зміни пріоритетів або акцентів.

Оформлення креативної системи дозволяє зовнішньо виразити зміст, а також сприяє визначенню внутрішньої будови, структури та порядку її функціонування[2,с.21]. Одним з елементів формальної сторони гнучкої інтегрованої системи освіти й може стати виділення акцентів, тобто підкреслення різноманітними способами найбільш важливого та суттєвого[4,с.82]. При цьому акценти можуть виділятися як розробниками під час проектування систем, так і викладачами в процесі їх застосування в навчанні конкретним юридичним дисциплінам.

Креативно-акцентну систему освіти можна визначити наступним способом: це гнучка інтегрована система, представлена сукупністю певним образом послідовно упорядкованих та застосованих технологій навчання, систем організаційних та процедурних компонентів освіти та контролю, методів управління процесом навчання, котрі забезпечують досягнення заданого результату дослідження конкретної юридичної дисципліни, а також розвиток творчих особистостей та професійно-ділових якостей майбутніх спеціалістів, формування культури їх самостійної діяльності.

Навчання майбутніх спеціалістів в області юриспруденції потребує формування особового світогляду правознавця, володіючого комплексними теоретичними знаннями, розуміючого складності та тонкощі взаємодії держави й права, що володіє не тільки знаннями в різних сферах публічного й приватного права, але й здібного здійснювати правозастосовну практику в своїй майбутній професійній діяльності.

Формування правового світогляду повинно бути нерозривно пов'язаним з процесом становлення правової культури майбутнього юриста, який розвивається в контексті формування світогляду. Якщо в креативно-акцентованій системі освіти акцент світогляду є провідним, визначальним, то

культуро-творчих акцентів може бути декілька: акцент на формування культури творчого освоєння матеріалу досліджуваної дисципліни, «входження» в правову сферу, що визначається конкретною галуззю права; акцент на культуру правотворчої діяльності, що визначає появу та розвиток досліджуваної галузі права; акцент на культуру самостійної діяльності, пов'язаної з автономністю досліджуваної конкретною особистістю юридичної дисципліни та інші.

Важлива умова, що визначає забезпечення гнучкості в процесі інтеграції окремих технологій в процесі навчання юридичним дисциплінам - це необхідність включення галузі (або підгалузі) права в систему українського (а можливо й міжнародного) права. Все це ще один важливий акцент, істотна характеристика креативної системи освіти.

Дослідження показали, що акценти в креативній системі освіти вибудовуються у певну ієрархічну структуру: перший рівень – акценти світогляду; другий рівень – культуротворчі акценти; третій рівень – акценти, що визначаються специфікою навчання конкретної юридичною дисципліни та необхідність забезпечення її включення в початковий план.

Загальна практика свідчить, що застосування креативно-акцентних систем навчання призводить до розвитку самоорганізації, внутрішньої та зовнішньої культури майбутніх юристів; підвищує рівень успішності; сприяє інтенсифікації процесу освіти завдяки раціоналізації використання часу аудиторних занять та самостійної діяльності; має позитивний вплив на зміни в співвідношенні між продуктивним та непродуктивним часом, що використовується на пошук та систематизацію матеріалу; посилює мотивацію до самостійної діяльності та підвищує відповідальність за її результати.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Закон України «Про вищу освіту»
2. Захарченко В. И. Новая экономика для новой Украины. *Економіст*, 2009. №2. С.16-22.
3. Мещерякова Е.И. Необходимость и возможности прогностически ориентированного обучения специалистов. *ИТР*, 2003. №10(34). С.23-24.
4. Сергієнко Є. Смыслові аспекти управління сучасним університетом *Вища освіта України*, 2018. №3(70). С.78-83.
5. Якимчук О. Досягнення суперечності реалізації «Національної доктрини розвитку освіти у ХХІ столітті». *Вища освіта України*, 2019. №1(72). С.62-67.

УДК 330.341.1

Бобко Н.А.<sup>1</sup>, Михайлик Д.В.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>старш. викл. кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності, НУ «Запорізька політехніка», м. Запоріжжя, Україна

<sup>2</sup>здобувач вищої освіти, НУ «Запорізька політехніка», м. Запоріжжя, Україна

## **РОЗВИТОК ІННОВАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ**

Інноваційне підприємництво – це підприємницька діяльність, що направлена на створення нових технологій, продукції, послуг та супроводжується формуванням відповідних методів організації та управління.

Розвиток інноваційної підприємницької діяльності є одним з основних напрямів економічного зростання країни. Завдяки інноваціям значно відтворюється конкурентоспроможність, залучається до країни потік нових інвестицій.

В Україні стан розвитку інноваційного підприємництва формує нормативно-правове забезпечення, сприятливе інвестиційне середовище та економічний стан країни загалом. Питання подальшого розвитку інноваційної підприємницької діяльності в Україні ускладнюються новим етапом розвитку інноваційної підприємницької діяльності. Економічне зростання країни в подальшій перспективі формується під впливом її здатності та відповідності адаптуватися до нових технічних та технологічних досягнень та підтримки розвитку інноваційної сфери. У цій ситуації, основними нагальними проблемами розвитку інноваційної діяльності, що підлягають невідкладному вирішенню є: нерозривне співіснування теоретичної та практичної сторони науки в економіці; визначення подальших завдань державного розвитку; формування та підтримка відповідних систем розгляду та визначення ефективності нових науково-технічних програм та забезпечень; створення нового та формування вже існуючого правового забезпечення для розвитку та вдосконалення інноваційної підприємницької діяльності; всебічна підтримка державою підприємств, які займаються науковою діяльністю та науково-технічними розробками [1, с. 110].

До основних показників оцінки розвитку інноваційного підприємництва включають:

- фундаментальні дослідження;
- прикладні дослідження;
- дослідно-конструкторські розробки;
- дослідно-експериментальні розробки;
- організаційно-економічна робота;
- промислове виробництво нових товарів [2, с. 138].



Кабінетом Міністрів України нещодавно затверджено План заходів на 2022–2023 роки, що сприятиме реалізації Стратегії розвитку сфери інноваційної діяльності до 2030 року.

Основні напрями Плану:

- створення сприятливого нормативно-правового середовища для розвитку інновацій;
- розвиток інноваційної інфраструктури;
- розвиток інноваційної культури та культури підприємництва, популяризація у сфері інноваційної діяльності та трансферу технологій;
- забезпечення надання державної підтримки для впровадження інноваційної діяльності;
- забезпечення комунікації між усіма учасниками інноваційного процесу, сприяння отриманню ними консультаційних послуг та супроводу на всіх етапах інноваційного циклу;
- забезпечення ефективного захисту прав інтелектуальної власності;
- стимулювання інновацій та проєктів на базі відкритих даних, цифровізація;
- проведення моніторингу у сфері інноваційної діяльності [3].

На сьогодні функціонування інноваційного підприємництва потребує необхідного державного регулювання та підтримки існування в економічному середовищі. Необхідність державної підтримки викликана наступними обставинами: складністю організаційного процесу наукових досліджень; відсутністю інтересу у бізнес-структур до досягнення соціального ефекту; відсутністю вільної конкуренції у вітчизняних інноваційних підприємств.

В умовах воєнного стану на території України єдиним можливим способом підтримки бізнесу є тотальна дерегуляція, лібералізація та посилення державної підтримки.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Гавриш О. М., Пильнова В. П., Пісковець О. В. Інноваційне підприємство: сутність, значення та проблеми в сучасних умовах функціонування. *Економіка та держава*. 2020. № 12. С. 109–113.

2. Таран С. Ф. Методика аналізу та оцінки регіональних особливостей розвитку інноваційного підприємництва. *Економіка та держава*. 2021. № 1. С. 137–141.

3. План заходів на 2022–2023 роки Стратегії розвитку сфери інноваційної діяльності до 2030 року. URL: <https://nim.media/articles/zatverdzheno-plan-zakhodiv-2022-2023-strategiyi->

УДК 330.341.1:658.589:378.4

Верес Шомоши М.<sup>1</sup>, Перерва П.Г.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>д.э.н., профессор, декан Мишкольцкого университета, Венгрия

<sup>2</sup>д.э.н., профессор, заведующий кафедры экономики бизнеса НТУ «ХПИ», Украина

### **ТРАНСФЕР ТЕХНОЛОГИЙ КАК ОСНОВА ИННОВАЦИОННОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА**

Трансфер технологий относится к процессу, посредством которого определенная технология (включая зрелую технологию и технологию в состоянии изобретения) передается с места ее происхождения или сферы практики в другие места или отрасли. Соответственно, в контексте обеспечения развития инновационного предпринимательства важно обеспечение научного потенциала для создания технологий как собственными силами, так и активное привлечение технологий, разработанных другими предприятиями и организациями путем трансфера. С одной стороны, предприятия имеют достаточно ограниченную материально-техническую базу для осуществления самостоятельных исследований, а с другой стороны, профессиональные научно-исследовательские учреждения, не получая надлежащего государственного финансирования, требуют активизации сотрудничества с предпринимательским сектором экономики.

С точки зрения целостности технического содержания трансфер технологий можно разделить на два основных вида: «трансплантация» и «прививка». «Трансплантируемая» передача технологии относится ко всему содержанию технологии. Зарубежная экспансия транснациональных компаний в основном реализует передачу их технологий через эту модель. Эта модель мало зависит от оригинальной технологической системы основной части технологии и имеет высокий процент успеха. Передача технологии с использованием модели «прививки» относится к передаче технологии, достигнутой производственным потоком части технологии, например, определенной единичной технологии или ключевого технологического оборудования. Она принимает оригинальную технологическую систему потребителя технологий как родительскую, а также прививает и интегрируется с внешней передовой технологией, тем самым вызывая обновление функций и эффективности оригинальной технологической системы. Очевидно, что способ передачи технологий сильно зависит от начального технологического уровня получателя технологии и требует более жестких условий соответствия. Хотя оплата передачи технологии в достаточной степени низкая, коммерческий риск при использовании модели трансфера технологий «прививки» возникает чаще.

Обычно его используют объекты с относительно сбалансированной технической мощностью.

С учетом носителей трансфера технологий можно выделить три их разновидности: «физическую», «интеллектуальную» и «человеческую».

«Физическая» передача технологии относится к передаче технологии, вызванной физической передачей. С технической точки зрения физические объекты, возникающие в виде средств производства и продуктов труда, являются материализацией и объективацией конкретных товаров, по виду и качествам которых может отражаться существование определенной технологии. Поэтому, когда физический поток или перенос происходит и будет перенесена определенная технология, являющаяся основной формой так называемого переноса «жесткой технологии». Интеллектуальный режим относится к передаче технологий, вызванной распространением знаний и потоком определенных специализированных научных теорий, навыков, опыта и методов. Эту передачу технологий часто называют передачей мягких технологий. Товарные операции в форме знаний, таких как запатентованные технологии, технические ноу-хау, формулы процессов и информационный интеллект на рынке, являются основными формами трансфера технологий.

Передача технологий «на основе человека» – это давняя модель передачи технологий в человеческом обществе, вызванная потоком людей. Например, миграция, мобилизация, вербовка, обмен, обучение в разных местах и другие формы мобильности могут вызвать передачу технологий. Это потому, что независимо от того, какую конкретную форму приобретает технология, она существует с людьми как ядро, понимают, осваивают и применяют. Поэтому поток человеческих ресурсов должен сопровождаться передачей технологий, что приносит интеллектуальные результаты.

### **СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ**

1. Перерва П.Г. Комплаенс-программа промышленного предприятия: сущность и задачи // Вісник НТУ "ХПІ". Харків : НТУ "ХПІ", 2017. № 24. С. 153-158.
2. Tkachov M.M., Pererva P.G., Kobielieva T.O., Tkachova, N.P., Diachenko T.A. Management of relations with enterprise stakeholders based on value approach // Problems and Perspectives in Management. 2021. Vol. 19, Iss.1. P.24-38.
3. Перерва П.Г. Управління маркетингом на машинобудівному підприємстві // Навч. посібник для інж.-техн. вузів.- Харків : «Основа», 1993.- 288с.
4. Pererva, P., Nazarenko, S., Maistro, R., Danko, T., Doronina, M., Sokolova, L. (2021). The formation of economic and marketing prospects for the

development of the market of information services. Eastern-European Journal of Enterprise Technologies, 6 (13 (114)), 6–16.

5. Гончарова Н.П., Перерва П.Г., Яковлев А.И. Маркетинг инновационного процесса. К.: ВИРА-Р, 1998. 267с.

УДК 336.741.242

Воїтцев А.В.<sup>1</sup>

<sup>1</sup>аспірант, Інженерний навчально-науковий інститут ім. Ю.М. Потебні Запорізького національного університету, м. Запоріжжя, Україна

## **МЕТОДОЛОГІЯ ДОСЛІДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНО-ЦИФРОВОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ**

Актуальність дослідження інноваційно-цифрової організації набуває все більшого значення, так як на наших очах відбувається трансформація сучасного суспільства у єдності технологічної, економічної та соціальної складових. Її процес обумовлений широким поширенням цифрових технологій, розвиток та впровадження яких веде не тільки до зміни технологічного укладу, а й механізмів упровадження інноваційно-цифрової організації. Метою наукового дослідження є розробка концептуальних підходів до розробки моделей креативного менеджменту в інноваційно-цифровій організації у контексті теоретичних та практичних вимірів за умов розвитку цифрового менеджменту і цифрової економіки.

Категорією наукового пізнання, що дозволяє краще зрозуміти суть цифрових інновацій, - це формування інноваційно-цифрової організації, яка формується на основі креативного менеджменту. Механізм, через який цифрові трансформації реалізуються в організації, це розробка таких напрямів, як робототехніка, штучний інтелект, біо-та нейротехнології, 3D-друк і 3D-виробництво, зайнятість, в яких переломлюються всі названі вище процеси. Світ цифрових технологій цифрового суспільства – це справжній виклик для всіх організацій і підприємств, що потребують кращого упровадження цифрового ландшафту, так як цей ландшафт змінюється неймовірно швидко, має змінюватися і бачення потреб цифрових концепцій та підходів, що вимагають їх адекватного пізнання. Теоретичні знання розробки моделей креативного менеджменту в інноваційно-цифровій організації, що пов'язані з цифровими технологіями, будуть ставати все важливішими, особливо у часи використання інформаційно-комунікаційних і комунікативних технологій, які впливають на соціальні та економічні зміни, що трансформують цілі сектори економіки.

Метою дослідження є розробка моделей креативного менеджменту в інноваційно-цифровій організації, що представляє сукупність цифрових ресурсів, виражених цифровим інструментарієм - засобами, методами,

мобільними соціальними мережами, технологіями, методиками, направленими на пошук даних з метою мобільної оптимізації, що сприяють ефективному переведенню всього процесу управління на цифровий формат, у тому числі розробці та реалізації управлінських рішень. Цінними для даного дослідження є доробки з інноваційно-цифрової організації, що представляють сукупність цифрових ресурсів, виражених цифровим інструментарієм цифрового суспільства таких вчених, М.Кириченко, О.Кивлюк, О.Крайнік, В.Нікітенко, Р.Олексенка, О.Пунченка, Т.Сергієнко, О.Сосніна, Д.Свириденка, С.Терепищого, А.Ярошенко, Р.Олексенка, О.Пунченка, А.Череп, А.Шевченко, які в своїх роботах підняли проблему цифрових технологій, у контексті яких розглянуто проблеми цифрового суспільства, цифрової особистості та підготовки фахівців для вищої освіти. Ми спираємося на роботи сучасних зарубіжних авторів, як Е.Брінелфсона, Д. Стадвелла, К.Кевіна, С.Крістофера, Е.Макафі, М.Грема, О'Райлі, Й. Рандерса, А.Росса, Д.Роуза, Ш.Ручіра, К.Скіннера, М. Спенса, О.Тоффлера, Р.Флориди, М. Форда, Н.Чандра, К.Швабса, в яких проаналізовано цифровізацію як головну тенденцію розвитку сучасних організацій та показано шляхи формування цифрових компетентностей. Проблематика впливу глобальних викликів цивілізації на цифрову трансформацію організацій як чинників удосконалення цифрового розвитку сучасного суспільства сприяє трансформації цифрових компетентностей у людський і соціальний капітал. Для аналізу інноваційно-цифрової організації використано Agile-методологію, яка відноситься до теорії складності, що розвивається у нелінійному цифровому середовищі, потребує змін, до яких можна віднести переорієнтацію існування людини на мережеві структури. Інформаціологічний метод як один із самих розвинутих методів призначений для аналізу проблем цифровізації систем управління та прийняття рішень в умовах організації як складної соціальної системи. За допомогою інформаціологічного методу було здійснено соціальну діагностику стану інноваційно-цифрової організації у контексті її становлення як єдиного складного соціального феномена та динамічного процесу. У результаті соціально-філософського аналізу вирішено наукову проблему, яка існує у самій реальності і зачіпає інтереси самих широких соціальних груп, а саме формування інноваційно-цифрових організацій [1]. Для цього використано Action research як сукупність науково-практичних рекомендацій, такі методи наукового пізнання, як опитування, спостереження, діагностика, експертиза та активне втручання у зміни задля перетворення об'єкта вивчення – інформатизації організації, її управлінського процесу, впровадження у практику управлінської діяльності. Action research акцентує увагу на дослідженні цифрового досвіду інноваційно-цифрової організації. Використано також методи експлікації понять інноваційно-цифрової

організації, в основі яких дефініція термінів у контексті знаковимволічної логіки, яка апробується стратегією цифрового суспільства. Методологія креативного менеджменту в інноваційно-цифровій організації розглядається за допомогою використання принципів систематизації знань, в основі яких – принципи об'єктивності, конкретності, науковості, системності, аналізу і синтезу, індукції і дедукції, моделювання, за допомогою яких можна сконструювати концептуально-науковий базис логіки наукового пізнання та апробувати інноваційні ідеї, концепти, смисли. Велике значення мають методи та моделі Римського клубу, який пропонує модель еволюції від простої комп'ютерної моделі World3 з «Меж зростання» 1972 року до моделі 2050 Йоргена Рандерса. Методи дослідження – аналізу та синтезу, абстрагування, узагальнення результатів наукових пошуків, історичного та логічного, порівняння результатів дослідження, кореляції між предметами, моделями, об'єктами управлінської парадигми, використання логіки трансформації управлінських ідей сприяють конструюванню гіпотез, висновків, узагальнень. У результаті використання цих методів формується кардинально-генеральне, яке наповнюється об'єктивно-раціональним змістом. Висувається гіпотеза, що в основі інноваційно-цифрової організації як передової організації з освоєння цифровізації світу, розвиваються цифрові технології, які виступають головним трендом технологічного розвитку, та трансформують цілі галузі виробництва. Обґрунтовується, що інноваційно-цифрова організація розвивається на основі цифрових креативних проривних технологій, які несуть зміни і сприяють не тільки успішному підприємництву і бізнесу. Доводиться, що інновації вже прийшли у наш світ і будуть змінювати його з небаченою швидкістю, що буде стосуватися всіх галузей виробництва, а в перспективі сприяти розвитку smart-організацій і smart-співробітників що допоможуть розв'язанню цих проблем у практичній площині. Таким чином, розробка моделі креативного менеджменту в інноваційно-цифровій організації, що представляють сукупність цифрових ресурсів, виражених цифровим інструментарієм, допоможе ефективно вирішувати проблеми організації, орієнтуватися у стрімкому інформаційному середовищі, розуміти цінність інформації та виклики проривних технологій активно її використовувати у діяльності керівників та організацій [2].

## **СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ**

1. Regina Andriukaitiene, Ernestas Janulionis, Valentyna Voronkova. The concept of corporate social responsibility and its implementation in the activity of organizations (Концепція корпоративної соціальної відповідальності та особливості її реалізації у діяльності організацій). Humanities bulletin of Zaporizhzhie State Engineering Academy: Proceedings Scientific publications. Zaporizhzhie: EPD of ZSEA.2019. Issue 76. P.184-196.

2. Krainik O., & Sergienko T. Directions of industrial management efficiency improving with use of information resources. *Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії: Збірник наукових праць Запоріжжя* : ЗДІА, 2018. Вип. 75. С. 193 – 204.

УДК 330(02.064)

Гриша С.О.<sup>1</sup>

<sup>1</sup>аспірант, Інженерний навчально-науковий інститут ім. Ю.М. Потебні Запорізького національного університету, м. Запоріжжя, Україна

**РОЗВ'ЯЗАННЯ ЕКОЛОГІЧНИХ ПРОБЛЕМ ЯК ЧИННИК  
ФОРМУВАННЯ СТАЛОГО І ЗБАЛАНСОВАНОГО РОЗВИТКУ:  
МЕТОДОЛОГІЯ ДОСЛІДЖЕННЯ**

Актуальність теми дослідження розв'язання екологічних проблем як чинник сталого і збалансованого розвитку є невід'ємною частиною кожної країни світу, в основі яких взаємодія людини, природи, суспільства та ліквідація кризових чинників розбалансованого світу. Саме тому сьогодні слід перейти від економіки агресивної експансії до економіки сталого розвитку, щоб сприяти формуванню стійкої ідентичності та сталості суспільства, для чого потрібна якісно нова парадигма розвитку. Мета дослідження – теоретичні та практичні виміри розв'язання екологічних проблем як чинник формування сталого і збалансованого розвитку організацій.

Нова парадигма сталого розвитку як головний драйвер та мегатренд вирішення екологічних проблем включає управління кліматичними змінами та подолання руйнівних наслідків зміни клімату, управління природними ресурсами, упровадження поновлюваних джерел енергії, екологічні технології, що потребують переходу до циркуляційної економіки, яка вимагає нової економічної логіки - подолання масштабних руйнівних наслідків планети. В основі формування нової парадигми ідея про те, що майбутнє країни треба цілеспрямовано програмувати як збалансоване. Для цього слід сформувати таку парадигму сталого розвитку, яка привела б до ощадливості, інклюзивності, упровадження поновлюваних джерел енергії, збереження довкілля, вивільнення енергії підприємництва, інновацій та досягнення сталого і збалансованого розвитку, в основі якого гармонія, процвітання, подолання ризиків, добробуту, екологічної безпеки [1].

Для того, щоб розв'язати екологічні проблеми, слід зупинити глобальне потепління і не допустити руйнівних наслідків зміни клімату, людство мусить зовсім припинити викиди парникових газів атмосферу. Людство ще ніколи не стикалося із завданнями такого масштабу. Кожній країні прийдеться відмовитися від звичних підходів, так як сьогодні будь-яка

діяльність супроводжується викидами парникових газів, тому якщо ми нічого не змінимо, екологічної кризи не оминати. Країни та уряди здатні винайти, застосувати технології, і, якщо вони будуть діяти швидко, то будуть спроможні відвернути кліматичну катастрофу.

Сьогодні практично будь-яка діяльність супроводжується викидами парникових газів і якщо нічого не змінити, то світ і дедалі вироблятиме парникові гази, зміна клімату набиратиме обертів, а її вплив на людство буде катастрофічним. Не менш важливим є рух у напрямку економіки, яка базується на відновлювальних матеріалах, циркуляційних матеріальних потоках та податках, які використовуються для врівноваження попиту. Аналіз літератури з означеної проблеми [2].

Ми спираємося на книгу Білла Гейтса «Як відвернути кліматичну катастрофу. Де ми зараз і що нам робити далі»(Bill Gates. Now To Avoid a Climat Disaster : The Solutions We Have and the Breakthroughs We Need. New York Alfred A. Knopf, 2021), який витратив десятиліття на з'ясування причин і наслідків клімату для того, щоб зупинити екологічний колапс на планеті. При аналізі вказаних проблем ми спираємося на дослідження Римського клубу, що демонструє переваги у вигляді значних скорочень викидів вуглецю від тривалішого використання продукції та збільшення обсягів переробки і повторного використання. У «Факторі п'ять» (Factor Five) доповіді Римському клубу (2009 рік) автори показали, що п'ятикратне збільшення ефективності ресурсів є можливим навіть у чотирьох найбільш енерго-та водоспоживаючих галузях (будівництво, промисловість, транспорт та сільське господарство).

Обґрунтування доповідей Римському клубу подано у роботі Donella Meadows, Jorgen Randers Dennis Meadows «Limits to Growth. The 30 –Year Update» (Медоуз Донелли, Рандерса Йоргена, Медоуз Денніса. Межі зростання. 30 років потому / за наук. ред. Віктора Вовка. Київ : Пабулум, 2018. 464 с.), чий внесок був фундаментальним. «Межі зростання моделює сценарії розвитку світової економіки та відповідає на питання «Що може бути зроблено для створення екологічно збалансованої та соціально-орієнтованої економіки, яка принесе добробут для всіх [3].

Велику роль для нас відіграли роботи Аль-Халілі Джима «Що далі? Все, що наука знає про наше майбутнє», Аппело Юргена «Менеджмент 3.0. Agile-менеджмент. Лідерство та управління командами», Джеймс Вумека, Деніела Джонса « Ощадливе виробництво. Як виробнича система Toyota допоможе запобігти матеріальних втрат і забезпечити процвітання вашої компанії»; Друкера Пітера Ф. «Виклики для менеджменту ХХІ століття», де формуються умови створення нової парадигми як чинник сталого і збалансованого розвитку.



Співпрезиденти Римського клубу Ернст Ульріх фон Вайцзекер, Андерс Війкман «Come On! Капіталізм, недалекоглядність, населення і руйнування планети. Доповідь Римському клубу», під «Come On!» назвали «нове Просвітництво 2.0», під яким розуміється баланс між природою і людиною, між довгостроковими наслідками і тактичними завданнями. Авторка трьох світових бестселерів Кляйн Наомі. «Змінюється все. Капіталізм проти клімату» майстерно аналізує те, як великі корпорації та ідеологія вільного ринку блокують і без того непевні спроби боротися з кліматичними змінами [4].

У роботі Пінкер Стівена «Просвітництво сьогодні. Аргументи на користь розуму, науки та прогресу» у розділі «Довкілля» відмічається, що ми розтринькуємо щедрі дари землі, тим самим пришвидшуючи день розплати, у результаті чого природа завдасть нам удару у відповідь. У роботі Шваб Клауса «Четверта промислова революція. Теоретик урбаністики, професор Торонтського університету Флорида Річарда у роботі «Криза урбанізму. Чому міста роблять нас нещасними: яким буде майбутнє» відмічає, що урбаністам варто замислитись про нову міську кризу і розглядає кризу, що спричинила нинішній тип урбанізації та пропонує варіанти, як подолати кризу сучасних міст.

Методологія. Для дослідження використано методи аналізу і синтезу, абстрагуванню, переходу від конкретного до абстрактного і навпаки, логічного та історичного. Для нас важливим є аксіологічний, системний та синергетичний підходи до вирішення екологічних проблем, що дали можливість виявити вплив цінностей на формування нової парадигми сталого розвитку, можливість окреслити досліджувану тему як систему сферу і проаналізувати її архітектоніку як складного нелінійного феномена.

Велику роль зіграв метод кроскультурного аналізу, який допоміг порівняти розвиток глобального потепління в усіх країнах, щоб не допустити руйнівних наслідків зміни клімату, визначити пріоритетні напрямки формування парадигми сталого і збалансованого розвитку заради виживання планети. На відміну від простого зростання температури на всій планеті, глобальне потепління різко підвищило нестабільність кліматичної системи, а потепління – це лише початок зростання метеорологічної невизначеності. Аксіологічний підхід розглядає екологічні проблеми як складний соціальний, культурний та економічний феномен, що вимагає виявлення все більше креативних начал у формуванні даної парадигми.

На нашу думку, аксіологічний підхід до розв'язання екологічних проблем – це використання інформаційно-комунікаційних технологій для вироблення праксеологічних рішень, які потребують розширення його культурологічних функцій. Інформаціологічний підхід забезпечив збирання

інформації про екологічні проблеми сучасності завдяки новим методам Big data (великі дані), майнинг даних, data science.

У самій суті деяких складних систем – здатність обробляти та продукувати інформацію, а вивчення складності стало однією з найперспективніших галузей наукового дослідження, в основі якого неоднорідність, мережева організація, взаємозалежність та адаптація, що являють собою чотири регулятори гнучкості [5].

Ці принципи призначені перекривати та доповнювати один одного, так як екологія є самоадаптованою складною системою, яка пропонує план того, як надати обрисів новому світу та посприяти процвітанню планети. Культура емерджентних інновацій парадигми сталого та збалансованого розвитку дозволить пізнати та відчутти відповідальність урядів країн перед світом, націлену на довготривалі зміни, які будуть започатковані у вирішенні конкретних екологічних проблем, аналіз яких і надається у науковому дослідженні.

Автори Римського клубу створили прототип комп'ютерної моделі, завдяки якій можна було зрозуміти поведінку економічних та екологічних систем. Методологією даного дослідження слугує комп'ютерна модель «World3», аби об'єднати дані та теорії, що стосуються зростання, розробити внутрішньо послідовні сценарії розвитку світу з метою подолання глобальних екологічних проблем, які стосуються використання ресурсів і викидів. Модель М3 закликала до глибоких соціальних інновацій через технологічні, культурні та інституційні зміни з метою уникнення збільшення «екологічного відбитку», щоб перейти до сталості.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Voronkova Valentyna, Puchenko Oleg, Azhazha Marina. Globalization and global governance in the fourth industrial revolution (industry 4.0). *Humanities Studies*. 2020. Випуск 4(81). С. 182-200.
2. Крайнік О., & Куріс Ю. Вплив цифровізації економіки на розвиток людського й соціального капіталу. Міжнародна науково-практична конференція «Формування концепції цифровізації як чинник розвитку креативності особистості та її вплив на розвиток людського й соціального капіталу» 26-27 листопада 2020 року. Запоріжжя: ЗНУ, 2020. С.145-148.
3. Kyrychenko Mykola. The impact of digital technologies on the development of human and social capital in the conditions of the digitalized society. *Humanities Studies*. 2019. Вип. 1(78), С. 108-129
4. Nikitenko Vitalina, Andriukaitiene Regina, Puchenko Oleg. Formation of sustainable digital economical concept: challenges, threats, priorities. *Humanities Studies*. 2019. Випуск 1(78). С. 140-153.
5. Tovarnichenko Vladimir. Pseudoscience and information security in smart –

УДК 658.030.1

Гугарева Ю.В.<sup>1</sup>, Левицький Д.В.<sup>2</sup>, Алькатеб Хайдер<sup>3</sup>

<sup>1</sup> к.е.н., доцент кафедри міжнародного менеджменту та інновацій, Державний університет «Одеська політехніка», м. Одеса, Україна

<sup>2</sup>здобувач вищої освіти, Державний університет «Одеська політехніка», м.Одеса, Україна

<sup>3</sup>здобувач вищої освіти, Державний університет «Одеська політехніка», м.Одеса, Україна

## СУТНІСТЬ ТА ВИДИ СТРАТЕГІЙ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Стратегія інноваційного розвитку є необхідним засобом для оптимізації інноваційної діяльності підприємства з метою забезпечення її розвитку та досягнення високих показників по ефективності. Також вона є важливою частиною загальної стратегії підприємства. При формуванні стратегії інноваційного розвитку слід враховувати аналіз внутрішнього і зовнішнього середовища, науково-технічних та людських ресурсів підприємства, дотримання загальної стратегії підприємства та інше [2].

Найчастіше, інноваційна діяльність підприємства реалізується в сфері її розвитку, основною частиною якої є саме стратегія інноваційного розвитку. На сьогоднішній день виділяють кілька понять терміна «стратегія інноваційного розвитку», кожен з яких характеризує певний аспект інноваційної стратегії, підкреслюючи її найбільш суттєві риси і особливості (табл.1).

Таблиця 1 – Поняття терміна «стратегія інноваційного розвитку»

Автор	Визначення
Н.С. Терьошкіна [4]	Елемент інноваційної діяльності та атрибут її результативності та ефективності
М.Є. Рогоза [3]	Форма комплексного довгострокового планування інноваційної діяльності
Л.М. Киш [2]	Результат об'єднання теоретичних напрацювань в сфері інноваційного та стратегічного менеджменту
З.В. Юринець [5]	Засіб мінімізації інноваційних ризиків
М.І. Копитко [1]	Стратегія, в якій спочатку відбувається вкладення в НДДКР як в невловимі активи

Важливим моментом при виборі стратегії інноваційного розвитку є процес оцінки передбачуваної ефективності інноваційного проекту. Це відноситься до формування плану НДДКР (науково-дослідні і дослідно-конструкторські розробки), а також всіх форм інноваційної діяльності. Необхідним є ефективний розподіл і використання всіх можливих ресурсів, а

також забезпечення ефективного пристосування до зміни різних факторів зовнішнього і внутрішнього середовища.

Через високий рівень невизначеності та інвестиційні ризики, оцінка стратегії інноваційного розвитку підприємства є досить складним процесом. Для успішного вибору тієї чи іншої стратегії, необхідно визначити, наскільки вона відповідає цілям підприємства і сприяє реалізації його інноваційного розвитку. Для цього необхідно забезпечити узгодженість рішень всіх типів менеджменту: стратегічного, інноваційного, виробничого, фінансового, маркетингового та інших.

Розглянемо найбільш поширені види стратегій інноваційного розвитку: наступальні, оборонні та імітаційні.

Наступальні стратегії відрізняються досить високим рівнем ризику і ефективністю (за наявності сприятливих подій). Вони як правило використовують новітні технології та характеризуються здатністю до швидкої розробки та впровадження інновацій. Зазвичай це великі об'єднання і підприємства, домінуючі в своїй області. Однак це можуть бути і малі інноваційні організації, які зосереджені на одному або декількох інноваційних проєктах.

Оборонні (захисні) стратегії мають більш низький ризик порівняно з наступальними стратегіями. Такі стратегії підходять для великих організацій, які мають стабільну ринкову позицію, високу якість і відносно низькі витрати на виробництво. У сфері інновацій ці підприємства зосереджені на розробці і адаптації вже існуючих технологій, оскільки найбільше уваги приділяють виробництву і маркетингу, ніж НДДКР, проте мають значний науково-технічний потенціал для швидкого реагування на дії конкурентів. Таким чином, головна мета таких стратегій – не поліпшення конкурентних позицій, а збереження вже досягнутих.

Імітаційні стратегії характеризуються тим, що при них використовують інновації і технології інших організацій, але з деякими поліпшеннями і модернізацією. Такі організації добре знайомі з вимогами ринку, мають непоганий організаційний і технологічний потенціал, що дозволяє їм часто займати провідні позиції у своїй галузі та на відповідних ринках. Використання даного виду стратегії стає дуже прибутковим при скороченні витрат на інноваційну діяльність з метою оптимізації загальної ефективності діяльності організації.

При виборі стратегії інноваційного розвитку пропонується використовувати підхід, заснований на обліку рівня інноваційного потенціалу підприємства, інноваційної активності та ризиків.

Так, при високому рівні інноваційного потенціалу та інноваційної активності рекомендується наступальні стратегії. При невисокому рівні інноваційного потенціалу і ризиків, але високому рівні інноваційної

активності найбільш відповідними можуть бути оборонна або імітаційна стратегії. Оборонні стратегії також використовуються при високому рівні інноваційної активності і ризиків, але з низьким рівнем інноваційного потенціалу. Якщо підприємство характеризується високим рівнем інноваційного потенціалу, але низьким рівнем інноваційної активності на початковому етапі рекомендується використовувати імітаційні стратегії, а потім – наступальні.

Таким чином, стратегія інноваційного розвитку підприємства може бути визначена в якості узагальнюючої моделі дій, необхідних для досягнення поставлених перед підприємством цілей в сфері його інноваційного розвитку. Вона завжди націлена на досягнення фінансових та інноваційних результатів. Для вибору стратегії інноваційного розвитку необхідні дві основні вимоги: діяльність, яка спрямована на розвиток організації і підвищення його ефективності, а також позиціонування інноваційної стратегії як важливого засобу досягнення цілей організації [1].

Правильно підібрана і спланована стратегія інноваційного розвитку виступає основним фактором для успішного розвитку всього підприємства. При цьому необхідно постійно аналізувати ті чинники, які визначають функціонування цього підприємства. Також рекомендується використовувати положення стратегічного та інноваційного менеджментів для об'єднання стратегічних напрямків і цінностей підприємства в системі інноваційної діяльності. Можна припустити, що якість і динаміка інноваційного розвитку економіки країни й суспільства в цілому залежить від кількості організацій, що здійснили перехід від імітаційних до оборонних стратегій, тобто тих організацій, хто змінив стратегію споживача інновацій на стратегію їх творця.

## **СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ**

1. Копитко М. І. Управління інноваціями: навчальний посібник для самостійного вивчення дисципліни у схемах і таблицях. Львів: ЛьвДУВС, 2019. 292 с.
2. Киш Л.М. Стратегічний інноваційний розвиток підприємств в Україні. Причорноморські економічні студії. 2017. Вип. 23. С. 90-95.
3. Рогоза М. Є. Стратегічний інноваційний розвиток підприємств: моделі та механізми: монографія / М. Є. Рогоза, К. Ю. Вергал. Полтава: РВВ ПУЕТ, 2011. – 136 с.
4. Терьошкіна Н.Є. Інноваційна стратегія в системі управління національно. Маркетинг і менеджмент інновацій. 2014. №2. С. 151-161.
5. Юринець З.В. Інноваційні стратегії в системі підвищення конкурентоспроможності економіки України : дис. ... д-ра екон. наук. Львів, 2016. 519 с.

УДК 330.341.1

Димченко О.В.<sup>1</sup>, Смачило В.В.<sup>2</sup>, Рудаченко О.О.<sup>3</sup>, Дріль Н.В.<sup>4</sup>

<sup>1</sup>д.е.н., проф., зав. кафедри кафедри підприємництва та бізнес-адміністрування, Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова, Україна

<sup>2</sup>д.е.н., доц., доцент кафедри кафедри підприємництва та бізнес-адміністрування, Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова, Україна

<sup>3</sup>к.е.н., доц., доцент кафедри кафедри підприємництва та бізнес-адміністрування, Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова, Україна

<sup>4</sup>ст. викладач кафедри підприємництва та бізнес-адміністрування, Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова, Україна

### **ФОРМУВАННЯ УНІВЕРСИТЕТСЬКОЇ СТАРТАП-ЕКОСИСТЕМИ: ДОСВІД ТА ВИКЛИКИ**

Драйвером економічного, культурного, інтелектуального та технологічного зростання територій беззаперечно є наукові осередки, які представлені університетами та іншими навчальними закладами. Вікові традиції розвитку міст свідчать, що наявність закладів вищої освіти сприяє генеруванню наукового потенціалу та прогресивній спільноті.

Сучасні реалії розвитку країн, наприклад, Ізраїлю, демонструють, що вільне ринкове середовище, розвиток підприємницького мислення та навичок, формування креативності у молоді оптимально формується на базі університетів, адже поєднує: прогресивні знання, матеріально-технічне забезпечення, науковий, кадровий та інформаційний потенціали. Поєднання усіх цих факторів сприяє створенню стартап-екосистеми, яка є середовищем, що побудоване на взаємодії людей та організацій, матеріальних й нематеріальних факторів, які дозволяють розвивати стартапи та підприємництво в країні.

Таким чином, формування локальної стартап-екосистеми доцільно розпочинати на базі закладів вищої освіти. Практичний досвід в цій сфері має Харківський національний університет міського господарства ім. О.М. Бекетова (ХНУМГ), на базі якого зараз сформовано цілісну екосистему підтримки стартап-проектів, що позитивно впливає на регіональний економічний та інноваційний розвиток.

Досвід формування можна розглядати в структурній та часовій площинах.

Головними структурними елементами на даний час є:

- школа розвитку BEKETOV STARTUP SCHOOL junior, яка призначена для школярів Харківського регіону та передбачає навчання й

розробку власного стартап-проекту, а також його презентацію на всеукраїнському (регіональному) конкурсі;

- стартап-школа BEKETOV STARTUP SCHOOL призначена, передусім, для здобувачів, молодих вчених, викладачів, а також всіх, хто має власну ідею або розробки для стартап-проектів та передбачає навчання за розробленою тренінговою програмою, менторський та експертний супровід, пітчінг стартап-проектів і бізнес-планів та участь у Всеукраїнському фестивалі стартапів;

- метою бізнес-інкубатору Beketov Business Incubator є інфраструктурно-консультаційне забезпечення молодіжного підприємництва. Наразі бізнес-інкубатор орієнтований саме на успішну реалізацію стартапів та бізнес-ідей і є логічною частиною підтримки перспективних стартапів, які стали випускниками BEKETOV STARTUP SCHOOL.

- науковий парк Beketov Science Park

- центр трансферту технологій «Мегаполіс» здійснює загальноуніверситетську, національну та міжнародну координаційну підтримку щодо трансферту технологій для всіх представників локальної стартап-екосистеми ХНУМГ ім. О.М. Бекетова.

Екосистема університету базується на концепції SMART-спеціалізацій, узгоджена зі Стратегією розвитку Харківської області до 2025р. та зосереджена на напрямку SMART-city.

Еволюційно становлення було відмінним від ієрархічно-логічної побудови стартап-екосистеми університету. Першим етапом, до осені 2021р., було створення та функціонування бізнес-інкубатору в рамках проекту «Бізнес інкубатор для студентів, викладачів і бізнесу» за підтримки Міністерства закордонних справ Польщі та завдяки партнерству з Міжнародною організацією «Фонд польсько-української співпраці ПАУСІ», а також функціонування наукового парку та Центру трансферту технологій “Мегаполіс”, діяльність яких регламентувалася відповідними положеннями.

Наступним етапом в розвитку інноваційного середовища ХНУМГ стала участь представників закладу в міжнародному проєкті «Підприємницький університет», який реалізується за підтримки Міністерства освіти і науки України та ГО YEP в 2020-2022рр. Викладачі кафедри “Підприємництва та бізнес-адміністрування” пройшли тренінги з підвищення кваліфікації та інтегрували отримані знання у навчальний план спеціальностей 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» та 051 «Економіка», запровадивши дисципліну «Інноваційне підприємництво та управління стартап проєктами». Даний курс також включено до сертифікатних програм, які пропонуються всім інститутам ХНУМГ ім. О.М. Бекетова.

Влітку 2021р. в межах університетського проєкту “Школи розвитку”, який орієнтований на школярів, було запропоновано проведення “StartUp, Business & International Economics Beketov School”.

Для подальшого становлення стартап-екосистеми університету, наказом ректора було створено BEKETOV STARTUP SCHOOL, метою якої є сприяння розвитку та набуттю навичок, необхідних для генерування бізнес-ідей та створення власних стартапів. В межах діяльності стартап-школи розроблено програму навчання та комплекс тренінгових занять. Таким чином, в університеті сформовано цілісну стартап-екосистему, що дозволяє внести свій вклад в розвиток підприємницької екосистеми України та Харківського регіону.

УДК 336

Діденко Л.В.<sup>1</sup>, Шаповалюк І. О.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>доцент кафедри фінансових ринків, Державний податковий університет, м. Ірпінь, Україна

<sup>2</sup>здобувач вищої освіти, Державний податковий університет, м. Ірпінь, Україна

## **ІННОВАЦІЇ НА ФІНАНСОВОМУ РИНКУ**

Під інновацією розуміють успішне комерційне використання і виконання нових ідей, знань і технологій, а по-друге, процес перетворення нової ідеї в безпосередній соціально-економічний ефект. Інновація - результат колективних зусиль, де успіх залежить не лише від сфери науки і техніки, але від значно ширшого спектру галузей та соціального оточення.

Фінансові інновації на сучасних ринках капіталів упроваджуються для залучення ресурсів на економічний розвиток, тому до них широко застосовується термін “інвестиційно-інноваційні фінансові продукти”. Виникнення таких продуктів зумовлене посиленням конкуренції за фінансові ресурси на світових валютних, кредитних, фондових та страхових ринках. Фінансові інновації характеризуються розгалуженою системою класифікації залежно від їх виду та форми [1].

Інновації фінансових інструментів або продуктів поділяють на інновації: концептуальних засобів – поняття і концепції, що є основою фінансів як неформальної дисципліни; фізичних засобів – інструменти і процеси, які можна використати для досягнення конкретної мети.

Інновації фінансових технологій (процесів) – це інновації в економічній і фінансовій теоріях, математичних та статистичних методах, обізнаність про нові фінансові розробки, комп’ютерні та телекомунікаційні технології і т. ін. Якщо розглядати фінансові інновації за видами, то їх можна класифікувати передусім за цільовою ознакою:



– кризові інновації, спрямовані на подолання організаційної, виробничої, економічної або фінансової кризи певного суб'єкта господарювання;

– інновації розвитку, пов'язані з перспективними прогнозами господарської діяльності, наприклад, втрати конкурентоспроможності товару, погіршення іміджу суб'єкта господарювання, його можливого банкрутства.

Якщо фінансові інновації класифікувати за зовнішньою ознакою, то можна виокремити:

– нові фінансові операції до них належать форми контролю й обліку руху грошових коштів та цінних паперів, методи планування фінансових показників, методологія складання фінансових планів різних видів (баланс доходів і витрат, план грошових потоків, бюджетування, оперативні фінансові плани тощо), прийоми фінансового аналізу, форми організації фінансової роботи суб'єкта господарювання, інтерактивне та інше аналогічне інвестування капіталу, дії, пов'язані зі спробою захоплення суб'єкта господарювання, дії з освоєння нових фінансових ринків;

– нові фінансові продукти, вони є неконкретизованою формою матеріалізації фінансових операцій, тому їх не можна продати [2].

Фінансові інновації реалізуються через інститути фінансового ринку, які сьогодні є його невід'ємною частиною. Без них фінансовий ринок існувати вже не зможе. Тому, на нашу думку, до складної системи фінансового ринку доцільно включити як окремий сегмент ринок фінансових інновацій [1].

Факторами, які зумовлюють виникнення фінансових інновацій, є цілий ряд чинників. Вартісний чинник – тут йдеться про сукупність факторів, які впливають на кінцеву вартість фінансових операцій клієнта. Ціновий чинник – відображає проблеми, пов'язані з різним рівнем та коливаннями ціни на товари, послуги і валютні кошти на різних ринках і в часі. Ризиковий чинник відображає можливості зниження або перенесення ризику з одного сегмента ринку на інший, менш чутливий до певного виду ризику, або такий, де за аналогічний рівень ризику можна отримати вищий рівень прибутку. Законодавчий чинник, або вплив нормативно-правової бази та законодавчих змін на діяльність бізнесу. Технологічний чинник відображає технологічні інновації фінансових процесів і нерівномірність розподілу інформації. Соціальний чинник, тут йдеться про інструменти, котрі створюються з урахуванням особливостей національної моралі й психології та потреб споживача певного продукту. Особистісний чинник – це мотивація керівників фінансових структур та вищого менеджменту виробничих компаній, пов'язана з корисними намірами, спонукає ринок створювати нові фінансові інструменти, які сприяють швидкому збагаченню[3].

Позитивні ефекти для економіки країни від впровадження фінансових інновацій можна виділити наступні: поліпшення розподілу фінансових ресурсів на фінансових ринках, що сприяє стабільному довгостроковому зростанню економіки; зменшення коливань темпів економічного росту; підвищення гнучкості суб'єктів фінансової інфраструктури.

Упровадження інноваційних фінансових інструментів в Україні буде сприяти зниженню вартості власного капіталу для вітчизняних підприємств корпоративного сектору, що, у свою чергу, сприятиме нарощенню прямих іноземних інвестицій в економіку країни. Залучення іноземних інвестиції у вітчизняну економіку зумавлюватиме зростання частки інвестування у валовий внутрішній продукт України, що приводитиме до зростання економіки країни в майбутньому.

Отже, фінансові інновації пов'язані зі створенням нових організаційних структур у складі підприємств, нових методів організацій проведення (інновації системної структури організації: управлінської, виробничої, технологічної).

### **СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ**

1. Карпенко Г.В. Фінансові інновації: питання теорії та можливості впровадження в економіку країни / Г.В. Карпенко, А.П. Данькевич // Фінанси України. - 2017. - №9. — СІ 11— 118.
2. Мишкін Ф. Фінансові інновації: передумови виникнення та еволюція форм / Ф. Мишкін // Фінансовий ринок України. - 2015. - №5. - С.21-24.
3. Фінансова система національної економіки: проблеми розвитку та управління змінами : у 3 т. / за ред. Т. І. Єфименко ; ДННУ “Акад. фін. управління”. – К. : ДННУ “Акад. фін. уп

УДК 658.586

Залуцька Х.Я <sup>1</sup>, Козик В.В. <sup>2</sup>, Кунинець М. <sup>3</sup>

<sup>1</sup> д.е.н., доцент кафедри економіки підприємства та інвестицій  
Національний університет «Львівська політехніка» м.Львів, Україна

<sup>2</sup> к.е.н., проф. кафедри економіки підприємства та інвестицій  
Національний університет «Львівська політехніка» м.Львів, Україна

<sup>3</sup> здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти,  
Національний університет «Львівська політехніка» м.Львів, Україна

## **СТАН ТА НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ СТАРТАПІВ В УКРАЇНІ**

Криза в Україні є дуже нищівною, а отже відновлення економіки в подальшому є необхідним та важким. Підтримка стартапів та забезпечення їх розвитку може значною мірою допомогти країні.

Стартапи - це нові комерційні, гуманітарні або наукові проекти, які за умови успішного виконання отримують надприбуток. Більшість продуктів, якими ми користуємось сьогодні в свій час були лише ідеєю. До таких можна віднести усім знайомий Monobank – перший повністю мобільний український банк, який планує вихід на ринок банківських послуг Великобританії. Ще одним досить успішним стартапом в Україні є Petchube - електронний пристрій, за допомогою якого користувачі можуть не лише бачити своїх домашніх улюбленців, а й розмовляти та гратися з ними за завдяки смартфону. Не менш успішними є такі стартапи як Terrasoft, Rozetka, Letyshops, Rocket, Кабанчик, Zakaz.ua.

Ще кілька років тому в Україні не було стартап компаній вартістю 1 мільярд доларів, їх ще називають “Єдинорогами”, однак сьогодні згідно з рейтингом Unicorn Tracker, створений CB Insights, вже потрапило 5 активних “Єдинорогів” та 8, тих які напівдорозі до вартості в мільярд доларів [1].

Варто взяти до уваги також і дослідження журналу CEOWORLD про найбільш дружні до стартапів країн світу, в якому розраховано можливості та конкурентноспроможність країн. Згідно нього перше місце займають Сполучені Штати Америки завдяки високому рівню стартапів та інвестування в них. В той час Україна в даному рейтингу Україна зайняла із 62 країн 42 місце та отримала оцінку 50 балів, яка володіє лише 267 стартапами [2].

В Україні та у всьому світі найбільш розвиваються стартапи у сфері ІТ, адже на сьогоднішній день онлайн-сервіси – невід’ємна частина побуту практично кожної людини. Завдяки різним онлан-сервісам люди мають можливість пересилати кошти, купувати продукти, знаходити репетиторів та проходити курси, оплачувати чек в закладі, керувати системою розумного будинку. В Україні є також можливість за допомогою застосунок “Дія” отримувати електронні послуги держави.

З огляду на все вище згадане, варто зробити висновок, що стартапи

та технологічні компанії стануть ключовими для відновлення української економіки, створення робочих місць і позитивного впливу на міста. Однак, Україна суттєво відстає від країн сусідів та аналогічних за рівнем розвитку технологій. Причинами цього відставання є: брак державної підтримки; нерозвинена інфраструктура підтримки стартапів; слабкі міжнародні зв'язки; недостатнє фінансування. Мала зацікавленість країни у сучасних інноваціях, дає поштовх підприємцям шукати інвестування і реалізовувати свої проекти закордоном.

Для вирішення цих проблем і враховуючи події, які відбуваються в країні важливим є стимулювання розвитку стартапів. Для результативності стимулювання вітчизняних стартапів необхідно розробляти мотиваційні заходи за певними групами: державні; галузеві (регіональні); особистісні. Це дозволить врахувати і сконцентрувати увагу на відповідних джерелах створення, поширення, фінансування, залучення стартапів в межах окремої групи.

Основні заходи групи державних стимулів повинні бути зосереджені на створення належно привабливого стартап середовища для вітчизняних стартаперів і включати заходи із: створення відповідних галузевих платформ взаємодії спеціалізованих структур із міжнародними компаніями; формування (пошук) бази замовників та структур, які працюють у сфері венчурного інвестування; залучення інвесторів тощо.

Група галузевих (регіональних) стимулів повинна базуватися на заходах забезпечення: державних замовлень; державних грантів; пільг в оподаткуванні; субсидій на навчання, перепідготовку, підвищення кваліфікації працівників, відшкодування витрат на організацію бізнесу; гарантій прав компаній на інтелектуальну власність тощо.

Особистісні стимули повинні зосереджуватися на активізації інноваційної діяльності вітчизняних підприємств, навчальних закладів, наукових установ за рахунок застосування відповідних управлінських інновацій.

Ефективність заходів кожної окремої групи стимулів та їх регульований взаємозв'язок відповідним законодавчим забезпеченням сприятиме результативному нарощенню та утриманню розвитку стартапів в Україні.

## **СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ**

1. Cbinsights - повний список компаній Unicorn <https://www.cbinsights.com/research-unicorn-companies> (дата звернення 06.05.2022);

2. CEOWORLD magazine “Most Startup Friendly Countries In The World, 2021” <https://ceoworld.biz/2021/04/26/most-startup-friendly-countries-in-the-world-2021/> (дата звернення 06.05.2022)

УДК 008.2

Іванов І.І.<sup>1</sup>

<sup>1</sup>аспірант кафедри менеджменту організацій та управління проектами, Інженерний навчально-науковий інститут ім. Ю.М. Потєбні Запорізького національного університету, м. Запоріжжя, Україна

## **ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ КОНЦЕПЦІЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ В УМОВАХ НЕСТАБІЛЬНОСТІ**

Актуальність дослідження концепції соціальної відповідальності бізнесу у тому, щоб сформувавши умови, в основі яких перехід від стану нестабільності, невизначеності і неоднозначності до збалансованого сталого розвитку, переходу до екобезпечного розвитку бізнесу, структурним змінам, що сприятимуть вирішенню кризових ситуацій з використанням конкурентних переваг організації. Формування концепції соціальної відповідальності бізнесу виходить з того, що ми живемо у час глибокої нестабільності та кризи, переходу до цифрового розвитку суспільства, яке відбувається під впливом Четвертої промислової революції, яка вимагає інноваційних підходів для реалізації її завдань.

Сучасний бізнес, викликаний кризою, потребує перебалансування організаційно-управлінських засад організацій, які зіткнулися з глобальними викликами світовлаштування. У зв'язку з тим, що людина і природа були протиставлені один одному, відбулася їх широка підключеність до ринкових відносин, що поглибило протиріччя у системі «людина-природа-суспільство», та привело до втрати контролю зі сторони керівників над ситуацією несталості. І щоб вижити в умовах глобального кризового світу, організаціям бізнесу треба бути динамічними, здатними швидко адаптуватися, підлаштовуватися під вимоги потреб людини [1].

Так як бізнес перебуває у ситуації сповільнення, невизначеності, турбулентності, хаосу, ризиків, війни, то керівники повинні оволодівати всіма новими підходами виходу організацій з кризи, для чого оволодівати всім об'ємом інформації, передовими креативними технологіями, щоб виживати в умовах, подолання інформаційної ентропії (невизначеності, хаосу, безладу). До цієї нестабільності привело те, що бізнес переживає у той же час критичну ситуацію «планетарних меж», не здатних забезпечити плодами цивілізації – їжею, чистою водою, чистим повітрям, Інтернетом.

Так як «людина не є володарем природи» і втратила важелі регулювання цих процесів, то відбуваються глобальні еволюційні кризи: змінюється клімат, прискорення парникового ефекту, зміни біорізноманіття у результаті руйнації біосфери, збільшується кількість гібрицидів на полях, зникають біологічні види, значні руйнування нашій країні нанесла війна, у результаті чого земля може вийти із стабільної рівноваги, а аналогічно до

біотичної дерегуляції відбувається і технологічна дерегуляція за рахунок складно організованої техносфери.

До протиріччя «людина-природа-суспільство» приєдналася і техносфера. Формування нової концепції соціальної відповідальності бізнесу як чинник соціально-орієнтованого та екологічно збалансованого розвитку зможе прогнозувати нелінійний розвиток, знайти відповіді на глобальні еволюційні кризи та нові патерни поведінки під час війни. Ми намагаємося виробити нове розуміння вирішення складних проблем, знайти переходи до конкурентного відновлення суб'єктності людини завдяки новій системі цінностей - соціально-орієнтованого, екологічно збалансованого і соціально відповідального відношення до розвитку бізнесу [2].

Тема формування концепції соціальної відповідальності бізнесу є достатньо інноваційною, так як дана концепція є новою і націленою на посткризовий розвиток бізнесу як соціально-орієнтованого та екологічно збалансованого. На сьогоднішній день така концепція як дорожня карта відсутня, не розроблено методологічних, концептуальних та праксеологічних вимірів. Для цього слід розробити концепцію бізнесу як нового екозбалансованого мислення та соціальної відповідальності керівників, розробити механізми їх упровадження та практичні рекомендації органам місцевої влади та бізнесу.

Дана концепція ще тільки з'являється на науковому горизонті, тому її результати та практичні рекомендації будуть працювати на користь розуму, науки, прогресу, гуманізму, людини, країни. Для цього слід використати нові методологічні прийоми (методи, підходи, принципи), щоб оновити сучасну базу дослідження з використанням як кількісних, так і якісних методів збирання інформації, проведення експериментальних досліджень. Сучасна концепція соціальної відповідальності бізнесу як чинник соціально-орієнтованого та екологічно збалансованого розвитку бізнесу базується на теорії складних систем, в основі яких AGILE-методологія і AGILE-філософія, яку називають методологією складності, яка також є інноваційною [3].

Для аналізу концепції слід використати методологію SySt (системна структурна розстановка) як методологію процесу розвитку усвідомленості та змін у напрямку стабільності, що дозволить поглибити системний аналіз бізнесу соціальної відповідальності як екологічно збалансованого, соціально-орієнтованого та інноваційно-проривного на основі принципів теорії складності. Системний аналіз концепції соціальної відповідальності бізнесу як чинник соціально-орієнтованого та екологічно збалансованого розвитку в умовах в умовах кризи, нестабільності та війни допоможе структурувати проблеми, вивчити зарубіжний досвід та розробити цілком дієву та ефективну концепцію.

Використання результатів дослідження буде задіяно в освітянському просторі, що направлені на підготовку сучасних фахівців - менеджерів, економістів, маркетологів у контексті трансформації економіки, менеджменту і бізнесу; у комплексному аналізі інноваційної діяльності організацій, що базуються на інноваціях та інноваційних проривних технологіях, як самої інноваційної науково-технічної діяльності та культуротворчості, а також у програмах цифрової освіти. Концепція дослідження базується на зміні парадигми розвитку як цифрового суспільства, так і бізнесу та освіти, в основі яких концепція Четвертої промислової революції, що отримала назву «навчання, що продовжується все життя» [4].

В Україні має сформуватися концепція соціальної відповідальності бізнесу як чинник соціально-орієнтованого та екологічно збалансованого розвитку, яка буде базуватися на комплексній модернізації та інноваційному розвитку всіх секторів бізнесу на основі технологій нового покоління, що забезпечують високу додаткову вартість бізнесу, що матимуть високу енергоефективність, яка базується на енергозберігаючих технологіях та екологічній інфраструктурі. Концепція має бути корисною для багатьох галузей – виробничої, освітянської, науково-технічної, економічної, бізнесової, управлінської, маркетингової.

Методологічна цінність та обґрунтованість методів та засобів дослідження, можливість їх застосування як міждисциплінарних в контексті гнучкого менеджменту 3.0 зводиться до використання системної, синергетичної, структурно-функціональної методології, яку ми будемо використовувати як оновлені складові методології формування концепції соціальної відповідальності бізнесу як чинника соціальної відповідальності організацій. Очікувані наслідки від результатів дослідження будуть мати як теоретико-методологічний, так і практичний ефект, що в цілому буде сприяти виходу організацій з кризи, подолання та досягнення стабільності у результаті впровадження соціально-орієнтованого і екологічного збалансованого напряму розвитку бізнесу.

Практичні засади концепції соціальної відповідальності бізнесу будуть проникати в усі сфери людської життєдіяльності – управління, освіти, туризм, цифрові технології та сприяти підвищенню Глобального індексу креативності, людського розвитку, здоров'я, добробуту та економічної свободи. Для цього слід комплексно оцінити потенціал цифрового суспільства як складного інтелектуального ресурсу та його впливу на розвиток людського капіталу. Формування концепції соціальної відповідальності бізнесу буде сприяти появі нового (інноваційного) знання про розвиток цифрового бізнесу як нового технологічного та соціально-культурного феномена, зокрема діяльнісних, мережевих, соціальної адаптації

особистості та бізнесу, що передбачає використання цифрових технологій для оптимізації бізнес-процесів, підвищення продуктивності компанії та покращення взаємодії з клієнтами. Слід вивчати і міжнародний досвід розвитку бізнесу, так як у деяких країнах слід очікувати на ще більше протистояння глобалізації, адже вони можуть відчувати ослаблення дешевими імпортованими товарами, масовими нестабілізаційними потоками ринковими силами. Економічне стимулювання бізнесу буде відбуватися завдяки ІТ інтернет-речей, робототехніка, штучний інтелект, розумні будинки, розумні енергосистеми, зелені технології, енергозбереження. Як висновок, відмітимо, що розробка теоретичних засад концепції буде сприяти подальшому розвитку цифрового бізнесу та рекомендацій щодо його удосконалення, буде побудована нова модель розвитку бізнесу сталого розвитку на основі використання методів і підходів Agile-менеджменту, задіяного вченими Римського клубу для вирішення проблем нестабільності, стохастичності, фрактальності, біфуркаційності.

Соціально-технологічний прорив щодо впровадження соціально відповідального бізнесу як чинника стабільності організацій та його впливу на економіку сталого розвитку буде реалізований за рахунок цифрової глобалізації 4.0.

## СПИСОК ВИКОРСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Воронкова В.Г., Романенко Т.П., Андрюкайтене Регіна. Концепція розвитку проектно-орієнтованого бізнесу в умовах цифрової трансформації до smart-суспільства. Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії» : збірник наукових праць. Вип. 67. Запоріжжя: РВВ ЗДІА, 2016. С.13-27.
2. Valentyna Voronkova, Natalya Metelenko, Vitalina Nikitenko, Iryna Silina. System analysis of the economy of sustainable development as environmentally balanced and socially oriented one (Системний аналіз економіки сталого розвитку як екологічно збалансованої і соціально-орієнтованої). Humanities studies: сборник научных трудов. Запорожье : ЗНУ. 2019. Вып. 1(78). С.86-97.
3. Krainik O., & Sergienko T. Directions of industrial management efficiency improving with use of information resources. *Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії: Збірник наукових праць Запоріжжя : ЗДІА*, 2018. Вип. 75. С. 193 – 204.
- 4.Ткаченко А.М., Круглікова В.В. Вплив регіональної політики на конкурентоспроможність регіонів України. *Економічний вісник ДВНЗ УДХТУ*, 2021, № 1 (13). С. 14-25.



УДК: 334.722:364.46

Льченко В.М.<sup>1</sup> Кисельов В.Р.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>к.е.н., доцент кафедри підприємництва та економіки підприємств, Університет митної справи та фінансів, м.Дніпро, Україна

<sup>2</sup>аспірант кафедри підприємництва та економіки підприємств, Університет митної справи та фінансів, м.Дніпро, Україна

## **СУЧАСНЕ СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО – ВИКЛИК ЧИ НЕОБХІДНІСТЬ**

З кожним днем війни в Україні, соціальним підприємствам дедалі важче підтримувати свою діяльність. Російське вторгнення стало випробуванням не лише для системи бізнесу та господарської діяльності, а й для кожного українця. Великі підприємства та агломерації, що розташовані по різних територіях та складають певну систему – знаходять шляхи до виробничої діяльності через фокус на безпечних територіях та переміщення основних активів. Звісно, що й в найбільших компаніях відбуваються скорочення чисельності персоналу, адже відбувається й суттєве скорочення обсягів виробництва чи надання послуг. Соціальним же підприємствам набагато важче «вижити» в умовах війни через незначний обсяг та склад, а також відсутність активів для переміщення або ж відновлення у разі пошкодження засобів виробництва.

Величезною проблемою на сьогоднішній день є внутрішній психологічний стан працівників. Адже шок, стрес та паніка являють собою стан, в якому працівник не здатен концентрувати свою увагу на процесі роботи, або ж взагалі може бути відірваний від виробництва. Тому потрібна співпраця з психологічними центрами, інформація щодо заходів безпеки та наявності сховищ на підприємстві, всебічна підтримка працівника.

Особливої уваги треба приділити наявності резервних засобів зв'язку. Аби уникнути спроб блокування Інтернет-зв'язку та звичайного зв'язку, більшість підприємств закупили eSim. Ще одна технічна можливість для таких випадків – національний роумінг, який поки що працює в тестовому режимі.

Соціальне підприємництво в такий важкий для всіх час є особливо актуальним тому, що суспільство має вирішувати ряд соціальних проблем підприємницькими методами, бо держава не в змозі самотужки справити багатьох сподівань, а більша частина громадських інститутів виявилася неефективною або ж просто паралізованою військовими діями. Перед соціальним підприємництвом лежить місія формування нових моделей інноваційного типу відтворення 21 століття, де гармонізація параметрів економічних систем напряму буде залежати від якості та глибини соціалізованості, нового гуманізму підприємництва в контексті військової агресії [1].

Варто зазначити, що на сьогоднішній день в контексті розвитку інноваційної діяльності соціального підприємництва та в період війни, змінюються й загальні тенденції розвитку соціального підприємництва. Відтак, варто говорити, що абсолютна більшість соціальних підприємств виникали у великих містах з локальним рівнем території їх поширення, а поширеною формою організації залишаються – ФОП. На жаль, переважають лише нові підприємства, які працюють від одного до трьох років, а серед кількості найманих працівників, в більшості випадків – їх кількість не перевищує десятих осіб [2]. Саме цим й обумовлена важкість роботи соціальних підприємств на сьогодні, адже немає ні певних активів, здатних утримуватися в кризових явищах, ні постійного персоналу, на який варто було б розраховувати.

В умовах кризи загострюються існуючі соціальні проблеми, виникає потреба в нестандартних рішеннях та соціальних інноваціях. В умовах кризи, яка виникла внаслідок війни, важливо зосередитися на аспектах, які важливі для виживання бізнесу. Необхідно консолідувати зусилля для недопущення закриття соціальних підприємств. Тому Українська соціальна академія надає підтримку, якої сьогодні потребують соціальні підприємці – проводять навчання на безкоштовних освітніх курсах для понад ста осіб: як почати соціальний бізнес, як адаптуватися до нових економічних реалій, як розробити ефективну стратегію продажів та розвитку бізнесу. Головна ідея – навчити боротися з тимчасовими труднощами [3].

Незважаючи на всі проблеми, соціальне підприємництво існує і діє як в інших країнах, так і в Україні. Воно має значний потенціал до свого розвитку та те, яким буде соціальне підприємництво через роки залежить вже зараз від свідомості не лише керівників таких підприємств, а й від кожного громадянина.

### **СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ**

1. Михайлюк М.А. Інноваційний тип відтворення і соціальне підприємництво в Україні. URL: [https://ir.kneu.edu.ua/bitstream/handle/2010/25471/SP\\_18\\_19.pdf?sequence=1](https://ir.kneu.edu.ua/bitstream/handle/2010/25471/SP_18_19.pdf?sequence=1)
2. Соціальне підприємництво в Україні: звіт за результатами дослідження / Наталія Гусак, Вікторія Кузнецова, Тетяна Стеценко. – К. : Pact, Inc., Western NIS Enterprise Fund, Школа соціальної роботи НАУКМА, ГО "Молодіжний центр з трансформації соціальної сфери "СОЦІУМ XXI" 2020. – 45 с.
3. Фарат О.В., Косовська В.В. Проблеми соціального підприємництва під час пандемії. Економіка та суспільство. Електронний журнал. 2021. №31/2021.

УДК 332.13:338.14(477)

Карпенко А.В.<sup>1</sup>, Карпенко Н.М.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> д.е.н., проф. НУ «Запорізька політехніка», м.Запоріжжя, Україна

<sup>2</sup> к. держ. упр., доц. НУ «Запорізька політехніка», м.Запоріжжя, Україна

## **ПЕРСПЕКТИВИ КЛАСТЕРНОГО РУХУ В УМОВАХ ВІЙСЬКОВОГО ВТОРГНЕННЯ В УКРАЇНУ**

Повномасштабне вторгнення росії на територію України 24 лютого 2022 року стало шоком як у суспільному сприйнятті дійсності, так і для більшості процесів у різних сферах діяльності. Надтяжкі втрати людських життів, зростаючі міграційні потоки, висока стресовість ситуації й обмежена активність значної частини спільноти негативно вплинули на економіку країни. Порушення бізнесових зв'язків, логістичних потоків і відсутність традиційного попиту спричинили сповільнення виробництва чи повну зупинку багатьох підприємств. Поступово значна частина бізнесів на охоплених бойовими діями та окупованих територіях країни перейшла у стан часткового замороження, скорочення виробництва, перепрофілювання чи релокації. Національна економіка почала суттєво втрачати свої можливості не лише через фізичне знищення виробничих об'єктів та порушення інфраструктури, а й сповільнення чи призупинення економічної активності, розірвання ланцюгів створення доданої вартості тощо.

Згодом, поступово оговтавшись від шоку й опинившись перед суттєвими загрозами бізнес почав активно відшукувати напрями для стабілізації та подальшого функціонування, можливого розвитку. Важливими стали заходи щодо консолідації ресурсів і взаємної підтримки. В цей час влада країни намагалася максимально концентрувати увагу на проблемах спричинених військовим вторгненням у міжнародній спільноті з метою отримання різної допомоги, в т.ч. і фінансової та здійснювати пошук напрямів створення лояльних умов для бізнесу. Однак, попри всі комплексні зусилля влади та самого бізнесу на середину квітня 2022 р. у МСБ України відбулось скорочення персоналу на 1,2 млн. осіб, а загальні прямі втрати МСБ з початку війни склали 85 млрд. дол. [1].

Поточні вагомні виклики дуже гостро постали перед різними інституціями країни, які мали різні передумови для сприйняття дійсності та подолання негативних наслідків бойових дій. Як показали обставини, що там де була концентрація достатньої компетентності, ресурсів та якісна координація — позитивні результати були наочними, інакше — нераціональні втрати багатьох ресурсів, в т.ч. і часу. Не виключенням стала ситуація й у бізнесовому середовищі, де вагомою є лідерська і фахова компетентність менеджменту в поєднанні з сильною командою. Саме МСБ з такими властивостями швидко оговтались від шоку та почали активно

відновлюватись, шукати можливості для конструктивного діалогу, формування нового рівня співпраці на територіях з відносною тишею.

В умовах військового вторгнення в Україну яскравим прикладом консолідації зусиль став волонтерський рух, який демонструє високу результативність, проте разом з цим значна частина бізнесової спільноти відволікається від реальної економіки. Такі тенденції є точно виправданими у критичних обставинах, однак впорядкування ряду процесів та координація дій вивільнила б суттєву частину ресурсів і дозволила б зберегти значну кількість робочих місць, виробляти необхідні товари та послуги. Сьогодні це залишається вельми актуальним, оскільки поточна ситуація з бойовими діями та прогнози експертів щодо їх продовження, не дають підстав і надії на швидке припинення конфлікту. Відповідно, можна констатувати, що йде “війна на виснаження”, тому економічний фронт стає надважливим у забезпеченні соціально-економічного підґрунтя функціонування економіки України.

Доцільно зазначити, що консолідація зусиль, яка сьогодні проявляється у волонтерському русі має перенестися та розповсюдитися на бізнес. Зокрема, це може бути реалізовано у формуванні кластерних організацій, розширенні співпраці бізнесу як в межах регіональних спільнот, так і на всеукраїнському рівні.

Вкотре поштовх до розвитку кластерного руху в Україні припав на 2020 рік, коли було розроблено проект Національної стратегії кластерного розвитку до 2027 року. Майже одночасно Німецьке товариство міжнародної співпраці GIZ підтримало ініціативу кластерного розвитку та дозволило розпочати проект з розвитку в регіонах Запоріжжя та Харкова кластерів ІАМ (Інжиніринг-Автоматизація-Машинобудування). Реалізація даного проекту сприяла не лише розвитку кластерних процесів у зазначених регіонах, а й певним змінам в інноваційних екосистемах, поступовому зближенню з регіональними владами й потужному впливу на розвиток кластерного руху в Україні [2].

Сьогодні в Україні зареєстровано понад 50 кластерів, діяльність яких починає набувати нового етапу розвитку. 24 березня 2022 року 16 кластерів та кластерних організацій України об’єднались в «Український кластерний альянс» (УКА), який бере на себе місію розвитку всього кластерного руху в Україні [3]. Протягом декількох тижнів зазначена ініціатива набула більшого розголосу та сприяла розширенню об’єднання до 35 кластерів і кластерних організацій. Кластерна спільнота сьогодні об’єднує близько 1800 підприємств з різних регіонів України, які мають свою спеціалізацію, ресурси та досвід, суттєвий потенціал сумісного зростання. Експертне середовище розширюється, набуває нових знань і започатковує обмін та співпрацю. Збільшення масштабів кластерної спільноти починає давати все більше

результатів у пошуку та реалізації проєктів, формуванні партнерських відносин не лише у національній економіці, а й з закордонним бізнесом і кластерами. Відповідно узгодження спільних пріоритетів, лояльне ставлення до нових учасників, формування довіри на фоні поточних загроз і бажання взаємопідтримки має забезпечити розвиток кластерного руху, що здатний стабілізувати економічні відносини та сприяти відновленню економіки України.

### СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Advanter Group. Дослідження стану бізнесу в Україні на 13.04.2022. <https://advanter.ua/>
2. Юрчак О. Розвиток кластерів «Інжиніринг – Автоматизація – Машинобудування» в регіонах Харкова та Запоріжжя. Фінальний звіт проєкту ClusteRISE. 2021. 34 с. [www.aprau.org.ua](http://www.aprau.org.ua)
3. Український кластерний альянс. <https://www.facebook.com/UAClusterAlliance>

УДК 339

Кушнір Т.М.<sup>1</sup> Гуменюк Н.М.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>к.е.н, доц., Львівський національний університет імені Івана Франка, м. Львів, Україна

<sup>2</sup>здобувач вищої освіти, Львівський національний університет імені Івана Франка, м. Львів, Україна

### ІННОВАЦІЙНИЙ МАРКЕТИНГ – РУШІЙНА СИЛА ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

В сучасних умовах задля втримання конкурентних позиції на ринку та отримання прибутку підприємства повинні постійно працювати над вдосконаленням технологій та продукції. Рушійною силою вирішення цих завдань є інноваційна маркетингова діяльність. Впровадження маркетингових інновацій спрямоване на більш повне задоволення потреб споживачів та відкриття нових ринків збуту з метою підвищення обсягів продажів.

«Інноваційний маркетинг – один із підходів стратегічного управління, який реалізується на вищому рівні управління підприємством, а його основна мета полягає у розробленні та впровадженні нових продуктів, модернізації існуючих товарів та послуг, а також застосуванні сучасних інструментів просування продукції та послуг на ринку. Основними компонентами інноваційного маркетингу є унікальність, новизна та нестандартність, які поєднують різні фрагменти традиційних принципів маркетингу» [4, с. 47].

Спіфанова І.Ю. та Гладка Д.О. стверджують, що «Інноваційний маркетинг входить до поняття «інноваційний потенціал»», який «відображає

здатність до змін, покращання, прогресу, це джерело розвитку кожного підприємства. Відповідно, маркетинг присутній у внутрішніх факторах інноваційного потенціалу та включає в себе: сегментацію ринку; цінову політику; рекламну компанію; прогнозування попиту» [2, с. 23].

Про необхідність інноваційного маркетингу говорять Зяйлик М.Ф. та Вівчар О.І. «Для підвищення конкурентоспроможності підприємства необхідно дотримуватися двох напрямків у діяльності – розробляти та впроваджувати інновації і реалізовувати комплекс маркетингу» [3, с. 186].

Ключовими етапами інноваційного маркетингу можна визначити:

«1. Маркетинг в інноваційній сфері починається з вивчення макроекономічних процесів у державі: темпи розвитку інфляції, платоспроможність населення, політична ситуація, зміни в системі оподаткування.

2. Тактика інноваційного маркетингу передбачає використання різних технологій. Основна орієнтація цього етапу спрямована на вивчення споживчого попиту за допомогою анкетування або опитувань у торгових точках. Після даних процедур проводиться аналіз, визначається вид продукції, який буде більш затребуваним на конкретному ринку.

3. Інноваційні методи маркетингу – це дослідження конкурентних властивостей продукції та подання її позицій між однотипними товарами.

4. Останнім етапом інноваційного маркетингу вважають «портфельний аналіз», який ґрунтується на дослідженні всіх видів підприємницької діяльності та виділення найбільш рентабельних» [1, с. 76-77].

Такий алгоритм сприяє просуванню продукції, її перетворенню на конкурентоздатну та привабливу для потенційного споживача.

У літературі зустрічаємо багато варіацій класифікації видів інноваційного маркетингу. Зокрема, до інноваційного маркетингу відносять: трейд-маркетинг, «терористичний» маркетинг, «партизанський» маркетинг, сенсорний маркетинг, крос-маркетинг, провокаційний маркетинг, вірусний маркетинг, маркетинг подій (event-маркетинг), мобільний маркетинг тощо.

«Основними критеріями, які стимулюють розвиток маркетингу інновацій, можуть бути: перевищення пропозиції над попитом; виникнення конкуренції товаровиробників, розвиток ринкової інфраструктури; зростання інвестиційних можливостей споживачів інноваційного продукту; прагнення підприємств до розширення ринків збуту, підвищення конкурентоспроможності продукції й збільшення прибутку» [4, с. 48].

Отже, для підвищення результативності діяльності підприємств у сучасних умовах розвитку ринкових відносин, потрібні нові підходи до розроблення й здійснення стратегічних рішень. Вдалим підходом для управління бізнесом є інноваційний маркетинг. Завдяки розробці

послідовних і конкретних етапів застосування інноваційного маркетингу, підприємство має можливість просувати свою продукцію, перетворювати її на конкурентоспроможну, закріплювати за собою власний бренд та бути привабливим для споживачів, однак для кожного підприємства інноваційний маркетинг здійснюється по-різному, тому і виокремлюють кілька його видів.

### **СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ**

1. Борисенко О. С Тарабан М. В. Роль маркетингу в управлінні інноваційною діяльністю підприємств в умовах глобалізації економіки. Науковий вісник «Економіка та управління підприємствами». 2017. №14. С. 75-80.
2. Єпіфанова І. Ю., Гладка Д. О. Інноваційний маркетинг у діяльності підприємств. Вісник Вінницького політехнічного інституту. 2018. № 4. С. 23-25.
3. Зяйлик М. Ф., Вівчар О. І. Особливості інноваційного маркетингу в Україні. Вісник Дніпропетровського університету. Серія «Економіка» Вип. 5/2 С. 185–190.
4. Савченко С. О., Аблязова Н. Р., Сукач О. М. Інноваційний маркетинг у системі управління підприємством. Науковий журнал «Підприємницт

УДК 008.2

Мар'єнко В.Ю.<sup>1</sup>

<sup>1</sup>аспірантка спеціальності 073 «Менеджмент»

кафедри менеджменту організацій та управління проектами

Інженерний навчально-науковий інститут ім. Ю.М. Потебні

Запорізького національного університету, м. Запоріжжя, Україна

### **КОНЦЕПЦІЯ НАЙБІЛЬШ ПЕРСПЕКТИВНИХ ІТ-ТРЕНДІВ ДЛЯ БІЗНЕСУ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ**

Дослідницька та консалтингова компанія Gartner (США) щорічно складає список з найперспективніших ІТ-трендів, які можуть бути корисними для розвитку бізнесу. Нещодавно вона підготувала чергову добірку технологічних тенденцій на 2022 рік, і саме їй ми вирішили присвятити нашу статтю. На думку віце-президента Gartner Девіда Грумбріджа, використання актуальних ІТ-трендів забезпечить сталий розвиток компаній та можливість створення ними стійкої технічної бази з великим потенціалом для масштабування. У свою чергу, це дозволить бізнесу оптимізувати свої витрати та збільшити обсяг інвестицій у цифрові технології.

1. Генеративний штучний інтелект (Generative AI). Один з найбільш перспективних видів ІІІ є метод машинного навчання (machine learning, ML), у процесі якого нейромережа обробляє певний масив даних (текст,

зображення, відео) і створює оригінальний контент на його основі. Generative AI має широкі можливості для розробки нового контенту у багатьох сферах діяльності – починаючи від реклами та маркетингу, закінчуючи програмуванням та медициною. Gartner передбачає, що в 2025 році на цю технологію буде припадати не менше 10% від усього контенту, що випускається. Експерти вважають, що генеративний штучний інтелект може стати дуже ефективним інструментом для контент-мейкерів. Ймовірно, що у найближчому майбутньому ця технологія дозволить ШІ створювати різні види контенту за заданими параметрами: описами, тегами тощо. На сьогоднішній день з таким завданням вже справляється нейромережа DALL-E, вона здатна візуалізувати текст, успішно підбираючи близькі за змістом зображення (text-to-image).

2. Фабрики даних (Data fabric). Фабрики даних – це B2B сервіс-посередники між IT-платформами та компаніями-клієнтами. Вони допомагають координувати обмін даними між учасниками ринку, підвищують ефективність їх обробки та надійність зберігання, оптимізують масштабованість, дозволяють швидше впроваджувати нові технології та виводити їх на окупність. Ще одна важлива перевага data fabric полягає у наявності вбудованих модулів аналітики, які здатні точно швидко обробляти інформацію. Фабрика даних скорочує час та витрати на інтеграцію даних із різних систем, які використовує бізнес: CRM, ERP, HRIS тощо.

Ці послуги стають все більш затребуваними з урахуванням постійно зростаючого обсягу даних та нестачі кваліфікованих кадрів у сфері Data Science та Data Engineering. З їхньою допомогою компанії можуть ефективніше масштабувати свій бізнес, не боячись зіткнутися з проблемами зростання через неправильно спроектовану інфраструктуру.

3. Хмарні платформи (Cloud-native platforms), які отримують ще ширше застосування. Зокрема, помітно зросте частка сервісів та додатків, що спочатку створюються в хмарній інфраструктурі. Це забезпечить їм гнучку експлуатацію ресурсів для більш швидкої, надійної та доступної розробки та обслуговування IT-рішень. Разом з тим, розвиток хмарних платформ допоможе створювати продукти з принципово новою архітектурою – більш еластичною та масштабованою. Таким чином, все більше компаній використовують принцип Cloud Only під час побудови своєї IT-інфраструктури, повністю відмовившись від традиційного підходу з розгортанням локальних дата-центрів. Хмарні платформи постійно розвиваються та вдосконалюються, допомагаючи швидше розробляти та виводити на ринок нові IT-продукти. Найбільшими провайдерами технологій зараз вважаються Amazon Web Services, Microsoft Azure та GCP.

4. Інтелект ухвалення рішень (Decision intelligence). Це метод структурованого прийняття рішень, який поєднує у собі науку про дані та



теорію соціальних наук. Розвиток цієї дисципліни допоможе ефективно масштабувати технології machine learning. Суть методу полягає в тому, що кожне прийняте рішення представляється у вигляді набору процесів, що дозволяють аналізувати дії, отримувати зворотний зв'язок та коригувати їх на основі отриманої інформації. Decision intelligence дає можливість автоматизувати процес прийняття рішень, залучаючи для цього технології штучного інтелекту. Метод представляє особливий інтерес для великого бізнесу, тому що за його допомогою компанії можуть швидше і точніше приймати управлінські рішення, знизивши ризик помилок через «людський фактор». Він буде корисний і актуальний у різних сферах, починаючи від фінансів, банківського сектору та ІТ, закінчуючи медициною та виробництвом.

5. Мережа кібербезпеки (Cybersecurity mesh), яка забезпечує гнучку розподілену та інтегровану архітектуру систем безпеки компаній. Експерти Gartner стверджують, що бізнесу необхідно децентралізувати заходи захисту своїх ІТ-продуктів, акцентуючи їх на безпеці безпосередньо користувачів, а не лише сервісів та додатків. Для цього було розроблено концепцію Zero Trust, що складається з комплексу децентралізованих рішень. Вона містить такі заходи безпеки, як контроль пристроїв, розподіл рівнів доступу, аналізу поведінки, додаткові інструменти аутентифікації. Також мережа кібербезпеки може включати комплексні блокчейн-рішення та низку інших новітніх технологій. Все це помітно підвищує ступінь захисту пристроїв і елементів ІТ-інфраструктури компаній: комп'ютерів, каналів зв'язку, баз даних.

6. Складові програми (Composable applications). В основі таких програм знаходиться набір модульних компонентів, що допомагає швидко і безпечно змінювати архітектуру ПЗ. Складові програми є набагато адаптивнішими, порівняно з «цілісними» продуктами. Це помітно спрощує та прискорює виведення на ринок та масштабування програмного забезпечення, а також розробку нових продуктів на базі існуючого коду. Одним із найбільш перспективних підходів у розробці складових додатків вважається створення єдиної уніфікованої платформи (SDK), яка мала б повну сумісність із усіма продуктами компанії. Модульна структура забезпечує їй гнучку розширюваність та масштабованість, спрощує супровід та обслуговування, підвищує ефективність збору метрик та ведення аналітики, що забезпечить бізнесу набагато динамічніший розвиток, порівняно з традиційними форматами.

7. Гіперавтоматизація (Hyperautomation). Цей тренд передбачає масштабну автоматизацію, що охоплює максимальну кількість бізнес-процесів. Використовуючи його компанії можуть значно підвищити свою рентабельність за рахунок прискореного масштабування, а зниження впливу людського фактора дозволяє зробити бізнес більш стійким.

Гіперавтоматизація дає можливість оптимізувати чисельність персоналу, доручивши автоматичі цілу низку робочих процесів, які раніше виконували співробітники. Вона звільняє ресурси компанії, допомагаючи сконцентрувати їх на ключових напрямках або направити на розробку нових продуктів. Крім того, цей тренд добре поєднується з масовим поширенням віддаленої роботи, яке спостерігається останні кілька років. З його допомогою компанії зможуть гнучкіше і швидко приймати рішення, зробивши свої бізнес-процеси більш ефективними та оперативними.

8. Розробка штучного інтелекту (AI Engineering). Важливим бізнес-трендом 2022 стане інтегрований підхід до проектування ІІ-систем. Компанії повинні враховувати, що будь-які моделі machine learning досить швидко втрачають актуальність і перестають бути корисними для автоматизації бізнес-процесів. Тому необхідно приділяти особливу увагу побудові своїх моделей, попередньо зібравши дані, спроектувавши сховища та аналітичні шари. Потім підприємства мають гармонійно впровадити створену модель ML у поточні бізнес-процеси, вбудувавши їх у свою технічну інфраструктуру. Експерти Gartner упевнені, що розробка систем на базі AI забезпечить бізнесу триразове зростання прибутку до 2025 року.

9. Сукупний досвід (Total experience). Total experience (TX) – це стратегія ведення бізнесу, за якої у діяльності компаній застосовуються різні види досвіду: співробітників, клієнтів та користувачів. Цей підхід допомагає зробити всіх зацікавлених осіб більш лояльними, а також покращити низку бізнес-показників – насамперед обсяг отриманої виручки та прибутку. Концепцію TX активно застосовують багато ІТ-компаній у різних країнах світу, яка полягає у побудові безперервної мультимедіальної комунікації як зі своїми клієнтами, так із співробітниками.

10. Автономні системи (Autonomic systems), які є програмами або інструментами/обладнанням з можливістю самоврядування, здатні змінювати свої алгоритми у режимі реального часу без зміни їх ПЗ. Експерти вважають, що autonomic systems є дуже перспективним трендом, що наближає ІТ-сферу до винаходу повномасштабного штучного інтелекту. Найважливішою перевагою автономних систем вважається їхня відмінна здатність до адаптації в умовах новизни чи невизначеності. За цією ознакою вони багато в чому нагадують інтелект людини, оскільки можуть самоналаштувати свої алгоритми та оптимізувати продуктивність. Gartner передбачає значні перспективи цього тренду в багатьох сферах, включаючи робототехніку, безпілотні пристрої, виробниче обладнання.

11. Розподілені підприємства (Distributed enterprises) є одним з важливих бізнес-трендів. Так називають компанії, які відмовилися від традиційного офісного формату роботи та перейшли на віддалені чи гібридні форми організації праці. Вже зараз ця тенденція надзвичайно затребувана

серед IT-компаній, а найближчим часом її перейматимуть представники інших напрямів бізнесу. Розподілені підприємства отримують відчутну перевагу у пошуку співробітників, оскільки вони можуть шукати спеціалістів не тільки у місті чи країні перебування їхнього офісу, а буквально по всьому світу. Популярною альтернативою видаленню вважається гібридна модель роботи, при якій співробітники збираються в офісі лише 1-2 дні на тиждень для вирішення спільних завдань, а решту часу працюють віддалено. За оцінкою Gartner, з 2023 року прибутковість територіально-розподілених компаній зростатиме на 25% швидше, ніж у їхніх «стаціонарних» конкурентів.

12. Обчислення для посилення конфіденційності (Privacy-enhancing computation). Ця технологія зміцнює заходи безпеки при зберіганні та обробці персональних даних на програмному та апаратному рівнях. Вона стала особливо затребуваною в останні роки, після посилення законодавчих вимог до захисту даних користувача у багатьох країнах світу. Експерти Gartner стверджують, що до 2025 року обчислення для посилення конфіденційності інформації використовуватиме більшість великих компаній [1].

## **СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ**

1. Мар'єнко В.Ю. Напрями інформаційного забезпечення на підприємстві в умовах цифрової трансформації. HUMANITIES STUDIES: Collection of Scientific Papers / Ed. V. Voronkova. Zaporizhzhia : Publishing house "Helvetica", 2021. 9 (86). С.154-167.

УДК 658:14

Меркулов М.М.<sup>1</sup>, Міхно О.М.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> д. е.н., професор, Ізмаїльський державний Гуманітарний університет, Ізмаїл, Україна

<sup>2</sup>здобувач вищої освіти, Національний університет «Одеська політехніка», м. Одеса, Україна

### **ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ РОБОТИ КОМЕРЦІЙНИХ БАНКІВ НА РИНКУ ЦІННИХ ПАПЕРІВ**

Комерційні банки історично були першими установами, які почали спеціалізуватися на операціях з цінними паперами. Цілі, які переслідують банки, здійснюючи операції з цінними паперами, впливають із самої природи та ролі, яку вони відіграють на фінансовому ринку. Цінні папери є засобом для досягнення головної мети - отримання прибутку. Вони розширюють можливості банків з організації грошово-кредитних відносин, посилюють ринковий характер своєї діяльності. Стандартність та серійність,

здатність інтенсивно звертатися на фінансових ринках обумовлює привабливість цінних паперів для банків, допомагає забезпечувати їх ліквідність [1].

Виходячи з цілей діяльності банків на ринку цінних паперів всі операції, які вони проводять, можна об'єднати в наступні групи: операції з отримання доходу; операції з підтримки ліквідності банку; операції, подібні до кредитування (облік векселів, репо); емісія власних цінних паперів із метою залучення ресурсів (недепозитні джерела коштів); операції, у яких банк виступає посередником над ринком цінних паперів [2].

Найважливішою класичною функцією банківських операцій з цінними паперами є отримання доходів, причому стабільних, тривалих, не схильних до кредитного ризику. Мінімальні вимоги до інвестиційного портфеля полягають у тому, щоб окупити витрати на залучені депозити. Інвестиційні папери дають гарантований стабільний дохід на відміну від позичок, що супроводжуються ризиком невчасних сплатень, а також мають здатність скорочуватися залежно від економічної кон'юнктури [3, с. 25-26].

Підтримка ліквідності для банків є надзвичайно важливою, оскільки будь-яка, навіть короткострокова затримка виконання банками своїх зобов'язань перед клієнтами може призвести до масового вилучення коштів вкладниками та банкрутства. При цьому найбільш простим способом підтримки ліквідності на належному рівні є наявність великих незнижуваних залишків коштів у касі і на кореспондентських рахунках. Однак цей спосіб дорогий, він призводить до заморожування ресурсів та втрати доходів.

В умовах розвиненого фондового ринку банки вирішують проблему ліквідності, вкладаючи кошти у цінні папери. Це дає можливість банкам у разі потреби швидко перетворювати цінні папери на гроші для виконання своїх зобов'язань. При цьому найбільшу ліквідність у всьому світі має державні цінні папери та цінні папери, які гарантовані державою.

А. Операції банків із цінними паперами, аналогічні кредитуванню, здійснюються шляхом обліку переказних векселів. Проводиться також кредитування клієнтів векселями самих банків. При короткостроковому кредитуванні банки використовують операції репо-купівля цінних паперів з умовою зворотного викупу.

Б. Випуск власних цінних паперів задля залучення додаткових ресурсів широко поширений у зарубіжній банківській практиці. У Росії тривалий час зберігалися обмеження, а саме заборона випуску облігацій на формування та поповнення статутного капіталу, випуск їх у сумі трохи більше 25% зареєстрованого статутного капіталу зробили емісію облігацій не привабливою для банків. І навіть після зняття обмежень випуск облігацій банками є невеликий, їхнє місце займають інші інструменти, зокрема депозитні та ощадні сертифікати та векселі.

В. Функції фінансового брокера - це посередницькі (агентські) функції, які перебувають у купівлі-продажу цінних паперів за рахунок і за дорученням клієнта виходячи з договору комісії чи договору доручення. При цьому банк може виконати доручення клієнта одним із таких способів: здійснити угоду на біржі; купити цінні папери у клієнта для власного портфеля або продати наявні в нього цінні папери клієнту. У тому випадку, якщо заявка клієнта стосується акцій, які котируються на офіційному ринку, то такі угоди здійснюються, як правило, на біржах.

Г. Під дилерською діяльністю розуміється укладання угод купівлі-продажу цінних паперів від свого імені та за власний рахунок. Дилером може бути лише юридична особа, що є комерційною організацією. Варто зазначити, що центральні банки є, як правило, основними дилерами з державних цінних паперів. На сьогоднішній день центральні банки через ринок цінних паперів впливають на фінансовий ринок та ринок капіталів.

Банки можуть займатися організацією випуску цінних паперів. Здійснюючи емісію цінних паперів, підприємства зазвичай вдаються до послуг посередників-банків, що мають необхідний досвід та можливості: кваліфікований персонал, мережу відділень та філій, що дозволяють розширити коло інвесторів. Таким чином, банк виступає у ролі інвестиційної компанії. Емісія цінних паперів за дорученням клієнта включає три етапи: 1) підготовка емісії - узгодження з емітентом умов емісії; 2) прийом (викуп) цінних паперів у емітента; 3) розміщення цінних паперів (приватне, відкритий продаж).

Виступаючи у ролі інвестиційної компанії, банки можуть видавати гарантії щодо розміщення цінних паперів на користь третіх осіб. Банк від свого імені за винагороду протягом певного терміну здійснює управління переданими йому у володіння ресурсами, що належать іншій особі: цінними паперами; грошовими коштами, призначеними для інвестування у цінні папери; грошовими коштами та цінними паперами, одержуваними у процесі управління цінними паперами.

Д. Клірингова діяльність - це діяльність з визначення взаємних зобов'язань, що включає збір, звірку, коригування інформації з операцій з цінними паперами, підготовку бухгалтерських документів, залік взаємних зобов'язань, розрахунки: за ними. Розрахунки з операцій із цінними паперами здійснюються виходячи з договорів із учасниками ринку цінних паперів, котрим банк проводить розрахунки.

Е. Депозитарною діяльністю визнається надання послуг із зберігання сертифікатів цінних паперів та (або) обліку та переходу прав на цінні папери. Професійний учасник ринку цінних паперів, який здійснює депозитарну діяльність, називається депозитарієм. Особа, яка користується послугами депозитарію зі зберігання цінних паперів та (або) обліку прав на них

називається депонентом. Між депозитарієм та депонентом укладається депозитарний договір (договір про рахунок депо), який регулює їх відносини у процесі депозитарної діяльності. Укладання депозитарного договору не тягне за собою перехід до депозитарію права власності на цінні папери депонента. Депозитарій немає права розпоряджатися цінними паперами депонента, управляти ними чи здійснювати від імені депонента будь-які дії з цінними паперами, крім випадків, передбачених депозитарним договором.

Депозитарій несе цивільно-правову відповідальність за збереження депонованих у нього сертифікатів цінних паперів. Він має право на підставі угод з іншими депозитаріями залучати їх до виконання своїх обов'язків щодо зберігання сертифікатів цінних паперів та (або) обліку прав на цінні папери депонентів. Відповідно до депозитарного договору, депозитарій має право на надходження на свій рахунок доходів за цінними паперами, що зберігаються з метою перерахування на рахунки депонентів.

Ж. Банки займаються діяльністю із ведення реєстру власників цінних паперів. Під системою ведення реєстру власників цінних паперів розуміється сукупність даних, зафіксованих на паперовому носії та (або) з використанням електронної бази даних, що забезпечує ідентифікацію зареєстрованих у системі ведення реєстру власників цінних паперів номінальних власників ланцюгових паперів та облік їх прав щодо цінних паперів, зареєстрованих на їхнє ім'я, що дозволяє отримувати та надсилати інформацію зазначеним особам та складати реєстр власників цінних паперів. Для цінних паперів на пред'явника система ведення реєстру власників цінних паперів не застосовується.

3. Реєстр власників цінних паперів - це частина системи ведення реєстру, що представляє собою список зареєстрованих власників із зазначенням кількості, номінальної вартості та категорії іменних цінних паперів, яка належить їм, складений станом на будь-яку встановлену дату і що дозволяє ідентифікувати цих власників, кількість та категорію цінних паперів, які належать їм. Власником реєстру може бути емітент або професійний учасник ринку цінних паперів, який здійснює діяльність із запровадження реєстру на підставі доручення емітента.

І. Номінальний власник цінних паперів - особа, зареєстрована у системі ведення реєстру, зокрема є депонентом депозитарія, і є власником цих цінних паперів. Номінальним власником цінних паперів можуть бути професійні учасники ринку цінних паперів. Це може бути депозитарій, зареєстрований як номінальний власник цінних паперів відповідно до депозитарного договору. У ролі номінального власника може бути зареєстрован брокер.

## **СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ**

1. Закон України «Про банки і банківську діяльність».

2. Закон України «Про цінні папери та фондовий ринок».

3. Одереди Д.А., Бакаре Х.А. От А до Я об акциях и фондовых биржах.

Как использовать приватизацию и заставить Ваши сбережения работать на Вас. Харьков: Форт ЛТД, 1992. 152 с.

УДК 339.138

Наги Сабольч<sup>1</sup>, Перерва П.Г.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>д.э.н., профессор, зам. декана Мишкольцкого университета, Венгрия

<sup>2</sup>д.э.н., профессор, заведующий кафедры экономики бизнеса НТУ «ХПИ», Украина

## **ОСОБЕННОСТИ РЫНОЧНОГО ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ**

На сегодняшний день в трудах исследователей, занимающихся проблемами позиционирования, нет единого мнения относительно того, что именно позиционирование торговой марки, товара, фирмы. Все большее значение в управлении интеллектуально-инновационными технологиями придается определению их рыночной позиции для потенциальных потребителей (так называемое рыночное позиционирование) в конкретный период времени [1-5]. Это крайне важно для оценки эффективности рыночных стратегий промышленных предприятий, которые обычно сосредотачивают свое внимание на освоении нового продукта и определении его жизненного цикла в отрыве от технологических кривых и кривой спроса на продукт. Разрыв этой триады обычно приводит к провалу предприятия, так как приводит к быстрой потере рыночных конкурентных позиций. Поэтому представляется необходимым исследовать теоретические и практические возможности промышленного предприятия влиять на рыночное позиционирование своего инновационного продукта (технологии), или присоединиться к существующей деятельности, которая имеет место в данное время в отрасли и осуществляется ведущими новаторами-изготовителями. Однако, решениям в этой связи должно предшествовать тщательное изучение следующих вопросов [1]:

- какие интеллектуально-инновационные технологии могут быть отмечены новым спросом – технологическими изменениями?
- каково нынешнее положение этих технологий в национальном и глобальном масштабе?
- каковы производственные и рыночные отношения между этими технологиями?
- на каких направлениях НИОКР следует сосредоточиться топ-менеджменту промышленного предприятия?
- каков горизонт рыночного и производственного прогноза

(жизненный цикл технологии)?

Позиционирование интеллектуально-инновационной технологии направлено на формирование рыночного предложения и имиджа производителя таким образом, чтобы целевой рынок понимал и ценил предлагаемые ценности поставщиком (изготовителем) в отношении конкурентного предложения. На практике это означает, что поставщик продукта должен не только разработать четкую стратегию позиционирования, но и должен быть в состоянии эффективно донести ее до получателей (потребителей).

В литературе подчеркивается эффективность продвижения только одной характеристики продукта, например товар высочайшего качества, самой низкой цены и т.п., что называется одномерным рыночным позиционированием. Однако, в этом случае необходимо обязательно указывать и эффективность позиционирования на основе нескольких преимуществ (особенностей) предложения, так как при появлении на рынке инновационной (востребованной потенциальными потребителями) становится возможным приобретение большего количества товара в различных сегментах рынка.

Позиционирование рыночного продукта, на наш взгляд, состоит из трех последовательных этапов:

- определение различий между отдельными продуктами;
- подбор и обоснование выявленных отличий;
- информирование целевой аудитории о сути отличительности предлагаемого продукта.

Позиционирование технологических инноваций основано на ином подходе к выделению различий, на основе которого производится позиционирование. Права интеллектуальной собственности могут и должны в значительной степени рассматриваться как маркетинговый инструмент. И стратегический подход к использованию этих прав может стать важным фактором в процессе повышения конкурентных позиций данного промышленного предприятия и его продукции в отрасли.

## **СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ**

1. Procedura zarządzania własnością intelektualną. Gdański park naukowo-technologiczny. 2010. 109 s.
2. Перерва П.Г. Комплаенс-программа промышленного предприятия: сущность и задачи // *Вісник НТУ "ХПІ"*. Харків : НТУ "ХПІ", 2017. № 24. С. 153-158.
3. Tkachov M.M., Pererva P.G., Kobielieva T.O., Tkachova, N.P., Diachenko T.A. Management of relations with enterprise stakeholders based on value approach // *Problems and Perspectives in Management*. 2021. Vol. 19, Iss.1. P.24-38.



4.Перерва П.Г. Управління маркетингом на машинобудівному підприємстві // Навч.посібник для інж.-техн.вузів.- Харків : «Основа», 1993.- 288с.

5.Pererva, P., Nazarenko, S., Maistro, R., Danko, T., Doronina, M., Sokolova, L. (2021). The formation of economic and marketing prospects for the development of the market of information services. *Eastern-European Journal of Enterprise Technologies*, 6 (13 (114)), 6–16.

УДК 334.722

Несторенко Т.П.<sup>1</sup>, Гасевська А.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>к.е.н., доц., Professor WST, Польща

<sup>2</sup>здобувач вищої освіти, Бердянський державний педагогічний університет, м. Бердянськ, Україна

## **ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ІНФРАСТРУКТУРИ ПІДТРИМКИ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ЗАПОРІЗЬКІЙ ОБЛАСТІ**

На сьогоднішній день існування розвинутої, ефективної та дієвої інституційної інфраструктури підтримки бізнесу в регіоні є одним з основних факторів стимулювання підприємницької діяльності і швидкої адаптації суб'єктів бізнесу до ринкових умов [1].

Задля підтримки розвитку середнього та малого бізнесу в Запорізькій області з 1999 року діє Державна організація «Регіональний фонд підтримки підприємництва в Запорізькій області». Дана установа щорічно організовує бізнес-навчання, надає консультативні послуги підприємцям, зокрема, щодо складання бізнес-планів, вирішення земельних питань, оподаткування тощо.

Важливим кроком на шляху стимулювання підприємництва стало прийняття «Стратегії регіонального розвитку Запорізької області на період до 2027 року», в якій ефективно функціонування інфраструктури підтримки підприємництва, а також мережі кластерів та індустріальних парків розглядається як один з основних чинників подальшого розвитку бізнесу в регіоні [2].

Реалізація стратегії передбачає залучення усіх зацікавлених членів суспільства до підприємництва, формування підприємливості як ціннісної орієнтації і забезпечення рівного доступу до ресурсів, інфраструктури та послуг з розвитку бізнесу для усіх категорій громадян.

В Запорізькій області створено бізнес-інкубатори на базі вищих навчальних закладів: два знаходяться в Запорізькому національному технічному університеті), по одному – на базі Запорізької державної інженерної академії, Хортицької національної навчально-реабілітаційної академії, Бердянського державного педагогічного університету та Таврійського державного агротехнологічного університету (м. Мелітополь).

Метою даних інкубаторів є створення сприятливого інвестиційного клімату в Запорізькій області шляхом розвитку інфраструктури підтримки малого підприємництва.

Отже, в Запорізькій області розвиток підприємницької діяльності має суттєвий потенціал.

Але під час пандемії Covid-19 та загроз військових дій середовище для ведення бізнесу є дуже ризикованим для підприємця [3], який збирається відкрити власний бізнес в Запорізькій області.

Разом з тим, конкурентоспроможність міста залежить від конкурентоспроможності фірм, які розташовані на його території. Щоб залучити і утримати фірми у місті, необхідно створити їм умови, які сприятимуть зростанню конкурентоспроможності. Також слід враховувати, що рівень конкурентоспроможності міста є чимось більшим, ніж просто інтегральним показником конкурентоспроможності підприємств, розташованих на його території.

Для підвищення ефективності підприємницької діяльності необхідно використовувати сучасні інструменти управління процесами [4], а також стимулювати інноваційну діяльність підприємців [5].

Тобто можна зробити висновок, що для забезпечення активного розвитку підприємницької діяльності в регіоні необхідно виконання декількох передумов.

Розвиток підприємництва буде можливий за умови поєднання в цьому напрямку зусиль як самого бізнесу, так і закладів освіти [6], органів державного управління та самоуправління.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Несторенко Т.П. Інфраструктура города в контексте его конкурентоспособности. Зб. наукових праць, вип.59 «Економічні науки», Чорноморський держ. ун-т ім. П.Могили, т.72. 2007. С.70-76. <https://cutt.ly/zQEgQ3A>
2. Стратегія регіонального розвитку Запорізької області на період до 2027 року. 2019. <https://cutt.ly/RPjrh1Q>
3. Nestorenko T., Tokarenko O., Kolmakova O. Entrepreneurship in Eastern Ukraine: development in the context of armed conflict and the Covid-19 pandemic. International Relations 2021: Current issues of world economy and politics. Proceedings of scientific works from the 22nd International Scientific Conference 2nd – 3rd December 2021. 510-517. <https://cutt.ly/4PujPv7>
4. Гавриленко, Н.В., Грищенко, О.В., Козіцька, Н.О. Основні проблеми функціонування системи збалансованих показників в стратегічному контролінгу. Економіка. Фінанси. Право. 2020, 5, 13-21. DOI: <https://doi.org/10.37634/efp.2020.5.2>
5. Гавриленко Н.В., Грищенко О.В. Система податкового стимулювання інноваційної діяльності: стан і перспективи. Економічний простір. 2020. (171). 73-79. <https://doi.org/10.32782/2224-6282/171-13>

6. Shchetynina O., Horbatiuk L., Aliksieieva H., Kravchenko N. Project management systems as means of development students time management skills. CEUR Workshop Proceedings, 2019, 2387, 370-384.

УДК 378.4

Несторенко Т.П.<sup>1</sup>, Жадаєва Ю.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>к.е.н., доц., Professor WST, Польща

<sup>2</sup>здобувач вищої освіти, Бердянський державний педагогічний університет, м. Бердянськ, Україна

### **УНІВЕРСИТЕТ ЯК СУБ'ЄКТ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

Підприємництво – ініціативна, самостійна, постійна, на власний ризик господарська діяльність, яка здійснюється суб'єктами господарювання. Варто відзначити, що підприємницька діяльність за своєю суттю є суб'єктивною. Генерувати та втілювати нові знання – це завдання, що стоять перед системою вищої освіти, основним з яких є посилення наукової та науково-дослідної діяльності. Одним із джерел такого фінансування може і має стати підприємницька діяльність університетів. Мета дослідження полягає у визначенні можливостей підприємницької діяльності закладів вищої освіти (університетів).

Закордонні та українські вчені акцентують увагу на необхідності пошуку нової форми існування українських університетів і відзначають вагому роль об'єктів інфраструктури підтримки розвитку академічного підприємництва у контексті розвитку академічного підприємництва в цілому (Т. Несторенко, Н. Дубровіна, Я. Пеліова [1], Н. Чухрай [2]), пошуку моделей оподаткування результатів підприємницької діяльності бюджетних установ, в тому числі і університетів [3]. Особливе значення приділяється можливостям здійснення переміщеними університетами підприємницької діяльності для покращення їх фінансового стану та забезпечення позитивного впливу діяльності університету на економіку приймаючого міста [4]. Тривалий час академічне підприємництво мало похідний характер від наукових досліджень. Проте приватне і державне фінансування наукових досліджень перетворює комерціалізацію наукових знань, а відтак і академічне підприємництво, на головну складову у відношенні «наука – підприємництво». Наукові знання як товар передаються за гроші або їх еквівалент [5]. Таким чином, комерціалізація наукових знань здійснюється через особливий вид підприємницької діяльності – академічне підприємництво. В умовах ринкових відносин розвиток економіки, насамперед, залежить від інтелектуального капіталу, наукових досліджень, розробок, які проводять в сучасних університетах. Сьогодні показало, що університети повинні бути інтегровані до сучасності. Відповідно до ст. 27

Закону України “Про вищу освіту”, заклад вищої освіти як суб’єкт господарювання може діяти в одному із таких статусів: бюджетна установа, неприбутковий заклад вищої освіти, прибутковий заклад вищої освіти [6]. Таким чином законодавець визнає заклад вищої освіти суб’єктом господарювання і допускає діяльність закладу вищої освіти у статусі прибуткового закладу вищої освіти. Згідно зі ст.29 Закону України «Про вищу освіту», заклади вищої освіти можуть формувати на своїй базі різні типи інноваційних структур. У цьому контексті заклад вищої освіти може формувати свою діяльність як суб’єкт господарювання [6, 7]. Отже, враховуючи положення наведених нормативних актів, видається можливим визначити академічне підприємництво як наукову, науково-технічну та інноваційну діяльність закладів вищої освіти, що здійснюється для досягнення економічних і соціальних результатів та з метою одержання прибутку. Таким чином, об’єднуюча складова різноманітних поглядів вчених на академічне підприємництво полягає у визнанні комерціалізації наукових знань як основи академічного підприємництва. Академічне підприємництво – це наукова, науково-технічна та інноваційна діяльність закладів вищої освіти, що здійснюється для досягнення економічних і соціальних результатів та з метою одержання прибутку. Суб’єктами академічного підприємництва є юридичні і фізичні особи. Впровадження моделі підприємницького університету вимагає реструктуризації системи управління університетом, прийняття рішень, реінжинірингу бізнес-процесів. Підприємницькі університети – це вже сучасність і найближче майбутнє.

### СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Nestorenko T., Dubrovina N., Péliová J. Local Economic Impact of Domestic and International Students: Case of University of Economics in Bratislava. *European Financial Systems 2016. Proceedings of the 13th International Scientific Conference*, Brno: Masaryk University, 2016, 496-501. <https://cutt.ly/2YcBkOy>
2. Чухрай Н.І. Академічне підприємництво за кордоном та в Україні. *Вісник НУ “Львівська політехніка”*, 2011.
3. Гавриленко Н.В., Грищенко О.В., Козіцька Н.О. Застосування податкових пріоритетів в управлінському обліку. *Економічний простір*, 2021, (168), 125-131. <https://cutt.ly/cPbQAfu>.
4. Несторенко Т.П. Значення університету для економіки міста: приклад впливу переміщеного університету. *Вісник Хмельницького національного університету*, №5, т.1 (298), 2021, 223-227. <http://journals.khnu.km.ua/vestnik/?p=8541>
5. Цатурян Э.О. Предпринимательский университет: осмысление понятия. *Журнал правовых и экономических исследований*. 2013, 1: 183–186.

6. Про вищу освіту. Закон України. Відомості Верховної Ради, 2014, № 37-38, ст.2004. <https://cutt.ly/fPvG8pr>

7. Shchetynina O., Horbatiuk L., Aliexsieieva H., Kravchenko N. Project management systems as means of development students time management skills. CEUR Workshop Proceedings, 2019, 2387, 370-384.

УДК 334.35

Несторенко Т.П.<sup>1</sup>, Кодан А.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>к.е.н., доц., Professor WST, Польща

<sup>2</sup>здобувач вищої освіти, Бердянський державний педагогічний університет, м. Бердянськ, Україна

### **ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В СЕЗОННОМУ БІЗНЕСІ**

Створення ефективної ринкової системи господарювання нерозривно пов'язане з стимулюванням розвитку підприємницької діяльності в усіх сферах національної економіки. Тенденції розвитку бізнесу залежать від характеру самого бізнесу, а також від впливу зовнішніх факторів, наприклад, від обмежень підприємницької діяльності внаслідок введення карантинних обмежень [1]. Сезонний бізнес може бути різноманітним. Він забезпечує високий дохід у курортних містах та селищах, внаслідок чого інвестиції часто окупаються вже за один сезон. До сезонних видів бізнесу можна віднести, наприклад, бізнес в санаторно-курортній сфері [2]. У зв'язку з сьогодишнім епідемічною ситуацією у світі організація підприємництва як в сезонному бізнесі, так і взагалі рішуче гальмується. Це впливає також і на виробництво, розвиток, нагромадження капіталу підприємців у сезонному бізнесі. Мета даного дослідження полягає у визначенні сутності, особливості функціонування та розвитку підприємницької діяльності в сезонному бізнесі за допомогою методів пошуку інформації, а також прийомам аналізу, узагальнення та систематизації.

Підприємницький бізнес – це особливий вид економічної активності, доцільної діяльності, яка базується на самостійній ініціативі, відповідальності та ініціативній підприємницькій ідеї [4]. Більшість власників такого бізнесу зіштовхуються із певним зростанням та спаданням споживацької активності. І в багатьох випадках ці коливання залежать від сезону. Сезонний бізнес – це термін, який позначає коливання бізнесу, які відповідають змінам сезону. У цьому контексті під словом «сезон» можна розуміти пори року, зміни погодних умов, канікули, свята та інші чинники пожвавлення купівельної спроможності. Переважна кількість компаній відчувають незначні сезонні коливання бізнесу, але є й такі, що стикаються із серйозними сезонними змінами. Одним із рішень такої проблеми є кардинальна зміна роботи підприємницької діяльності, тобто обмеження її

певними сезонами, що в свою чергу по-своєму впливають на розвиток торгівлі та сфери послуг. Для підприємця, що звик працювати за традиційними цілорічними професіями, перехід на сезонний бізнес може вимагати використання інших методів ведення бізнесу. Споживачі демонструють різну реакцію в залежності від періоду його продажу, незалежно від того, сезонний бізнес чи ні. Для того, щоб досягти високих продажів у будь-яку пору року, важливо розуміти і реально оцінювати сезонність попиту. Тільки в цьому випадку можна правильно скоригувати витрати бюджету, стратегію просування та комунікації у той чи інший сезон, або святковий період. Сезонність попиту у бізнесі є однією з найважливіших аналітичних величин. Активність споживачів зростає або знижується в залежності від того, який настає сезон або якщо наближається те чи інше свято. Як правило, схеми та зміни сезонності попиту є постійними, оскільки зафіксовані внаслідок тривалих спостережень [3]. Підприємцю необхідно визначити найбільш напружений сезон та на основі цієї інформації вжити необхідних заходів для активізації діяльності. Також однією з особливостей організації підприємницької діяльності в сезонному бізнесі є те, що сезонні коливання для малих підприємств можуть мати серйозний вплив. Тому таким підприємствам необхідно вбудувати стійкість та витривалість у свою бізнес-модель [5], чому сприятиме відповідна підготовка в університетах майбутніх фахівців [6].

Таким чином, організація та робота підприємця в сезонному бізнесі має свої особливості. Збільшення доходу та загальний розвиток бізнесу напряму пов'язані з визначенням сезонності попиту. Перевагою сезонного бізнесу є високий дохід, внаслідок чого витрати швидко окупаються вже за сезон та надають прибуток, що дозволяє нагромаджувати капітал.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Nestorenko T., Tokarenko O., Kolmakova O. Entrepreneurship in Eastern Ukraine: development in the context of armed conflict and the Covid-19 pandemic. *International Relations 2021: Current issues of world economy and politics. Proceedings of scientific works from the 22nd International Scientific Conference 2nd – 3rd December 2021.* 510-517. <https://cutt.ly/3PdDJ1y>
2. Nestorenko T., Tokarenko O., Ursakii Yu., Budnyk V. Economic Impact of Health Resort Enterprises for the Host City: Case Study from Ukraine. *Empowering Actions to Achieve Global Goals: Implications for Economics, Business, Management and Related Disciplines. EDAMBA-2019. Conference Proceedings of International Scientific Conference.* 23-24 October 2019, 568, 366-372. <https://cutt.ly/CYcXXbw>
3. Як впливає сезонність на попит на товари та послуги?; <https://adwservice.com.ua/sezonnost-sprosa>

4. Економіка та організація підприємницької діяльності: навч. посіб / За заг. ред. д.е.н. Н. В. Сментини. К: ФОП Гуляєва, 2019. 320 с.

5. Сезонний бізнес. <https://cutt.ly/MPdFPWg>

6. Shchetynina O., Horbatiuk L., Alieksieieva H., Kravchenko N. Project management systems as means of development students time management skills. CEUR Workshop Proceedings, 2019, 2387, 370-384.

УДК 330.2

Несторенко Т.П.<sup>1</sup>, Пілікіна Д.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>к.е.н., доц., Professor WST, Польща

<sup>2</sup>здобувач вищої освіти, Бердянського державного педагогічного університету, Бердянськ, Україна

### **АНАЛІЗ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В МІСТІ КИЇВ**

Сьогодні для більшості людей є зрозумілим, що без активного розвитку підприємництва в Україні не можливо створити потужної економіки, розвинути експортний потенціал країни тощо. Підприємництво – це господарська діяльність з метою досягнення економічних і соціальних результатів та отримання прибутку.

Питання розвитку підприємництва, ефективного управління підприємницькою діяльністю та виявлення чинників, які впливають на фінансово-економічну діяльність суб'єктів господарювання, а також питання підготовки фахівців для бізнесу є предметом наукових досліджень багатьох вчених, зокрема, Т. Несторенко [1, 2], О. Чукурна [3], О.Щетиніна [4]. Підприємництво відіграє особливу роль у розвитку будь-якої країни, міста, прискорюючи рух економіки шляхом підвищення ефективності та постійного оновлення. Тому актуальним є визначення стану розвитку підприємницької діяльності як в цілому в країні, так і в окремих містах, наприклад, у м. Київ. Дане дослідження присвячено аналізу динаміки кількості підприємств у м. Київ за основними видами економічної діяльності (табл.1).

Таблиця 1-Кількість підприємств за видами економічної діяльності в м. Київ

Усього	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
	86845	101252	87380	77227	85163	91509	101864
Сільське господарство	600	618	523	680	836	964	964
Промисловість	7701	7630	6840	7660	8183	9061	9069
Оптова та роздрібна торгівля	8929	26887	24184	26655	28350	39967	3996
Транспорт	26889	3187	2918	3261	3511	3516	2102

Харчування	3143	1824	1540	1812	1936	3993	3996
Телекомунікації	1917	6006	5199	5900	6413	7123	7196
Фінансова та страхова діяльність	2496	2479	2204	2328	8891	8651	2493
Операції з нерухомим майном	7573	7809	7452	8243	8891	9891	9782
Адміністративне обслуговування	4997	5243	4628	5401	6041	6023	6712
Освіта	744	752	642	726	802	897	966
Охорона здоров'я	1115	1114	1103	1225	1325	1409	1460
Мистецтво, спорт, розваги, відпочинок	779	825	702	805	876	902	967
Надання інших видів послуг	923	916	714	792	796	813	841
Надання інших видів послуг	923	916	714	792	796	813	841

Джерело: складено автором за [5].

Варто відзначити, що економічний стан м. Київ суттєво впливає на економічний стан всієї країни. На території столиці України знаходиться велика кількість підприємств, які мають стратегічне значення для економіки і безпеки держави [6]. Цілком очевидно, що в найближчі роки будуть процвітати ті держави, які забезпечать найбільш повний прояв професійних здібностей і талантів своїх громадян, зуміють перевершити інших в освоєнні нових знань і практичних досягнень, підприємницької трансформації їх у найсучасніші технології і продукцію. Слід відзначити, що розвиток підприємницьких структур сприяє вирішенню гострих для економіки економічних і соціальних проблем не стільки на рівні країни, скільки на рівні її окремих регіонів, адже саме там формується підприємницьке середовище.

### СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Nestorenko T., Tokarenko O., Kolmakova O. Entrepreneurship in Eastern Ukraine: development in the context of armed conflict and the Covid-19 pandemic. *International Relations 2021: Current issues of world economy and politics. Proceedings of scientific works from the 22nd International Scientific Conference 2nd – 3rd December 2021.* 510-517. <https://cutt.ly/4PujPv7>
2. Несторенко Т.П. Інфраструктура города в контексте его конкурентоспособности. *Зб. наукових праць (Миколаїв), вип.59 «Економічні науки», Чорноморський державний університет імені Петра Могили, т.72.* 2007. С.70-76. <https://cutt.ly/zQEgQ3A>
3. Chukurna O., Nikolaiev D. Marketing strategy of territorial branding



in the context of sustainable development. VUZF Review, 2021, 6(1), 65-78. <https://doi.org/10.38188/2534-9228.21.6.07>

4. Shchetynina O., Horbatiuk L., Aliexsieieva H., Kravchenko N. Project management systems as means of development students time management skills. CEUR Workshop Proceedings, 2019, 2387, 370-384.

5. Головне управління статистики у м. Київ. <http://kyiv.ukrstat.gov.ua>

6. Перелік підприємств, які мають стратегічне значення для економіки і безпеки держави. Постанова Кабінету Міністрів України від 23 грудня 2004 р. № 1734. <https://www.kmu.gov.ua/npas/10493361>

УДК 477

Несторенко Т.П.<sup>1</sup>, Чагорова Д.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>к.е.н., доц., Professor WST, Польща

<sup>2</sup>здобувач вищої освіти, Бердянський державний педагогічний університет, Бердянськ, Україна

### **ВПЛИВ ПАНДЕМІЇ COVID-19 НА РОЗВИТОК ПІДПРИЄМНИЦТВА В м. КИСВ**

У зв'язку зі складним становищем в Україні через умови пандемії суттєво гальмується відкриття, розвиток та ефективна діяльність підприємств. За статистичними даними, на початку введення в Україні карантинних обмежень в березні 2020 р. 35% підприємств Києва готувалися скоротити або припинити роботу. Тобто очікування підприємницького сектору були дуже негативні. Якби це відбулося, то до 40% працівників таких підприємств ризикували б залишитися без роботи [2]. Перевід своєї діяльності частиною підприємців онлайн, з одного боку, допомагає такому бізнесу ефективно пристосуватися до змін в навколишньому середовищі, а з іншого боку, це сприятиме розвитку так званої «економіки зірок» [4], коли ті підприємці, хто вчасно не зорієнтувався та не змінив свою модель розвитку бізнесу, стикнуться з падінням попиту або навіть із необхідністю припинення своєї діяльності. Тому актуальним є дослідження впливу Covid-19 на розвиток підприємництва в Києві. Метою дослідження є визначення впливу пандемії на розвиток підприємництва у столиці України за допомогою методу пошуку інформації, аналізу, узагальнення та систематизації. На ситуацію в сфері розвитку бізнесу впливають багато факторів. Серед факторів негативного впливу можна відзначити також загрозу військових дій на Сході України [5]. Для пом'якшення негативного впливу карантинних обмежень на підприємницький сектор держава вживала заходи підтримки бізнесу. Але варто відзначити, що ці економічні заходи є недостатніми. Бізнес несе величезні збитки, багато малих підприємців не в змозі відновити роботу, і, навіть великі підприємства несуть значні збитки та скорочують персонал. Лише 15% власників бізнесу зазначали, що всі їх працівники

будуть продовжувати працювати на тих же саме умовах, як і раніше [2]. 30,5% підприємців зазначили, що всі або більша частина їх співробітників працюють віддалено зі збереженням заробітної плати. 27% – відправили частину робітників у безкоштовну відпустку. У 24% компаній усі працівники знаходяться у безкоштовній відпустці. 12% – звільнили частину співробітників, а 4% – були змушені звільнити усіх [2].

Безсумнівно, держава має запровадити більш амбітний пакет допомоги бізнесу для подолання економічних наслідків епідемії коронавірусу. До таких програм можна віднести: – зменшення податкового навантаження: зменшення податку на заробітну плату, податку на прибуток та ПДВ; фінансова допомога малим і середнім підприємцям, безвідсоткові кредити, пряма фінансова допомога населенню для стимулювання попиту; орендні канікули на час карантину, сплатили лише комунальних платежів; адресна допомога тим, хто втратив роботу; реформування податкової та судової систем.

Аби зменшити цей негативний вплив Covid-19 необхідно варто впроваджувати механізми підтримки різних суб'єктів ринку: для підтримки працівників варто продумати запровадження гнучкого графіку, можливостей дистанційної роботи. Також розвитку підприємницької діяльності сприятиме розвиток як підприємницької інфраструктури, так і інфраструктури міста, в якому підприємці функціонують [3]; для допомоги підприємцям (бізнесу) необхідно було б проаналізувати пріоритетність проектів у компанії та сфокусувати увагу команд на найважливіших, найкритичніших для бізнесу завданнях. Та бути більш гнучкими щодо неперіоритетних завдань [1, 6].

Незважаючи на всі ризики та стрес, необхідно пам'ятати, що подібні ситуації ставалися і раніше. Насамперед це випробування для культури компанії та методів управління всередині неї. Я вважаю що люди – це справді найбільша цінність для бізнесу, треба бути послідовними, планувати, комунікувати, не ховатися і не мовчати.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Бойченко О., Тимченко Н. Covid-19: як зменшити вплив пандемії на співробітників. Вісник. Офіційно про податки. 24.03.2020. <https://cutt.ly/uPSwf1C>
2. Не чекайте хороших новин: як карантин впливає на бізнес в Києві. Економічна правда. 26 березня 2020. <https://cutt.ly/dPSqOUD>
3. Несторенко Т.П. Інфраструктура города в контексте его конкурентоспособности. Зб. наукових праць, вип.59 «Економічні науки», Чорноморський держ. ун-т ім. П. Могили, т.72. 2007. С. 70-76. <https://cutt.ly/zQEgQ3A>

4. Несторенко Т. П. «Економіка суперзірок»: можливості та загрози для сфери освіти. Український журнал прикладної економіки. 2020. Том 7, № 2, 8–15. Доступно з: <https://cutt.ly/kPSPjJT> DOI: <https://doi.org/10.36887/2415-8453-2020-2-1>

5. Nestorenko T., Tokarenko O., Kolmakova O. Entrepreneurship in Eastern Ukraine: development in the context of armed conflict and the Covid-19 pandemic. International Relations 2021: Current issues of world economy and politics. Proceedings of scientific works from the 22nd International Scientific Conference 2nd – 3rd December 2021. 510-517. <https://cutt.ly/4PujPv7>

6. Shchetynina O., Horbatiuk L., Aliksieieva H., Kravchenko N. Project management systems as means of development students time management skills. CEUR Workshop Proceedings, 2019, 2387, 370-384.

УДК 504.06:336

Нікішина О.В.<sup>1</sup>

<sup>1</sup>д.е.н., с.н.с., завідувачка відділом ринкових механізмів та структур, ДУ «Інститут ринку та економіко-екологічних досліджень НАН України», Україна

### **ТЕНДЕНЦІ ФІНАНСУВАННЯ ІННОВАЦІЙ ЗА НАПРЯМОМ РАЦІОНАЛЬНОГО ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ В УКРАЇНІ**

У 2020 р. обсяг бюджетного фінансування наукових досліджень та інновацій за пріоритетним напрямом раціонального природокористування в Україні склав 435,8 млн. грн. або 7,6 % від загального обсягу державних видатків, що на 1,5 в.п. вище рівня 2019 р., але на 3 в.п. нижче величини 2017 р. (табл. 1).

Таблиця 1- Обсяги бюджетного фінансування НДР та інновацій за пріоритетними напрямами сталого розвитку в Україні, млн. грн.\*

Пріоритетний напрям	Роки					2020р. у % до 2015 р.
	2015	2017	2018	2019	2020	
1.Енергетика та енергоефективність	126,25	150,12	170,86	157,33	185,35	146,8
2. Раціональне природокористування	235,93	290,28	348,57	309,49	435,80	184,7
у % до загального обсягу	7,3	10,3	7,1	6,1	7,6	X
3.Науки про життя	286,21	406,62	574,22	701,14	822,05	287,2
4.Нові речовини і матеріали	144,95	199,28	230,12	256,96	353,32	243,8
5.Всього видатки за напрямом сталого розвитку	793,3	1046,3	1323,8	1424,9	1796,5	226,5
у % до загального обсягу	24,4	36,9	26,9	28,3	31,4	X

Загальний обсяг фінансування	3249,74	2831,89	4915,04	5032,36	5720,26	176,0
------------------------------	---------	---------	---------	---------	---------	-------

\*Розраховано автором за даними [1, 2].

У структурі державного фінансування НДР та інновацій за напрямом сталого розвитку частка видатків на раціональне природокористування в 2020 р. досягла 45,8 %, скоротившись порівняно з 2015 р. на 5,4 %

Інноваційну складову екоінвестування характеризують частки відповідних тематичних напрямів у бюджетному фінансуванні НДР та інновацій за пріоритетним напрямом раціонального природокористування (табл. 2). У 2020 р. у видовій структурі державного фінансування домінував тематичний напрям «Перспективні технології АПК та переробної промисловості» із часткою 35,3 %, друге місце посів напрям «Технології сталого використання, збереження і збагачення біоресурсів» (23,9 %).

Таблиця 2- Динаміка і видова структура бюджетного фінансування НДР та інновацій за пріоритетним напрямом «Раціональне природокористування» в Україні \*

Пріоритетний тематичний напрям	2015 р.		2020 р.		2020 р. у % до 2015 р.	Зміни стру- ктури
	млн. грн.	%	млн. грн.	%		
1. Технології сталого використання, збереження біоресурсів	42,42	18,0	104,06	23,9	245,3	+5,9
2. Технології моделювання та прогнозування стану НПС	31,74	13,5	56,7	13,0	178,6	-0,4
3. Технології утилізації та видалення побутових відходів	2,7	1,1	8,41	1,9	311,5	+0,8
4. Технології підвищення ефективності очищення стічних вод	4,57	1,9	27,93	6,4	611,2	+4,5
5. Технології очищення та запобігання забрудненню атмосферного повітря	0,42	0,2	3,44	0,8	819,0	0,6
6. Технології раціонального використання ґрунтів	27,07	11,5	41,54	9,5	153,5	-1,9
7. Технології виявлення і оцінки корисних копалин	28,05	11,9	32,48	7,5	115,8	-4,4
8. Перспективні технології АПК та переробної промисловості	98,96	<b>41,9</b>	153,9	<b>35,3</b>	155,5	-6,6
9. Проблеми забезпечення продовольчої безпеки	0	0,0	7,34	<b>1,7</b>	X	+1,7
Разом за пріоритетом	235,93	100	435,8	100	184,7	X

\*Розраховано автором за даними [1, 2].

Негативною тенденцією є мізерні обсяги фінансування такого важливого напрямку, як «Проблеми забезпечення продовольчої безпеки», значення якого для сталого розвитку національної економіки зростає в сучасних умовах нестабільності. У 2020 р. питома вага даного тематичного

напряму у структурі фінансування НДР склала всього 1,7 %, зменшившись порівняно з 2019 р. на 0,4 в.п. Відтак, наукові дослідження та інновації за напрямом раціонального природокористування в Україні залишаються інвестиційно незабезпеченими.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Реалізація пріоритетних напрямів розвитку науки і техніки та отримані результати в 2020 році: аналітична довідка. К.:УкрІНТЕІ, 2021. 58 с. URL: <https://mon.gov.ua/ua/nauka/nauka/informacijno-analitichni-materiali>
2. Реалізація пріоритетних напрямів розвитку науки і техніки та отримані результати в 2015 році: аналітична довідка. К.:УкрІНТЕІ, 2016. 51 с. URL: <https://mon.gov.ua/ua/nauka/nauka/informacijno-analitichni-materiali>

УДК 658.14:338.22

Онешко С.В.<sup>1</sup>

<sup>1</sup>к.е.н., доцент, професор кафедри економіки і фінансів, Одеський національний морський університет, м. Одеса, Україна

### **ВЗАЄМОДІЯ ІННОВАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМСТВА З ФІНАНСОВО-КРЕДИТНОЮ УСТАНОВОЮ**

Сучасний розвиток української економіки потребує кардинальної модернізації систем управління інноваційними підприємствами з метою їх переорієнтації на ринкові показники. Такий напрямок стає все більш актуальним в умовах скорочення державної підтримки інноваційної сфери. Вважаємо за необхідне звернути увагу на оптимізацію процесів діяльності у високотехнологічному секторі за допомогою співпраці з фінансово-кредитною сферою, що пов'язано з не дуже вдалим процесом реалізації інноваційної моделі розвитку в національній економіці.

Необхідність інноваційного напрямку розвитку українських підприємств активно обговорюється науковцями, серед яких виділимо В.И. Захарченко, Н.Н. Меркулова, Л.В. Ширяєву [1], І.А. Маркіну, С.М. Марчишинця [2]. Серед невирішених раніше частин проблеми недостатнього опрацювання мають питання взаємодії інноваційного підприємства з фінансовою установою, які характеризуються великим числом параметрів, невизначеною структурою та багатьма цілями. Завдання ще більше ускладнюється, коли враховувати, що параметри управління функціями залежать від часу.

Концептуальна модель управління інноваційною діяльністю підприємства повинна базуватися в тісній взаємодії з фінансово-кредитною установою, що обумовлено формуванням підґрунтя для дослідження внутрішніх та зовнішніх ситуаційних факторів динамічних характеристик

системи, що сприяють максимізації ринкової вартості власного капіталу інноваційного підприємства, який виступає узагальнюючим показником з позиції ефективності його діяльності.

У високотехнологічному бізнесі фінансово-кредитна установа при взаємодії з підприємством може виступати в ролі акціонера та/або кредитора. Причому їх фінансова взаємодія є ефективною лише в тому випадку, якщо забезпечує економічні вигоди обом системам. Даний факт виходить з цільового орієнтиру обох систем, наведених на рис. 1. При цьому для інноваційного підприємства найбільш актуальним є отримання економічної вигоди від вкладення капіталу в підприємство, а для фінансово-кредитної установи є вкрай важливим необхідність мати оптимальне співвідношення ліквідних та довгострокових активів у її кредитно-інвестиційному портфелі, що обумовлено короткостроковим характером вимог та значним обсягом депозитів щодо власного капіталу.

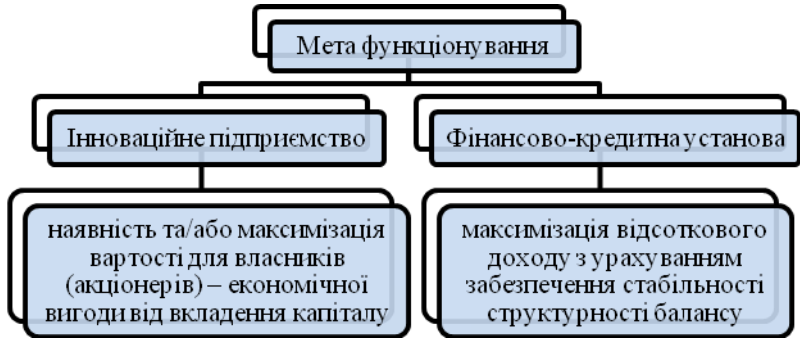


Рисунок 1- Формування цільових орієнтирів при взаємодії інноваційного підприємства та фінансово-кредитної установи (уявлення автора)

Модель взаємодії інноваційного підприємства та фінансово-кредитної установи формується з відповідних модулів, що визначають їх поведінку:

– модуль 1 «Інноваційне підприємство» має три блоки: імітація динаміки виручки від наукомісткої інноваційної продукції підприємства, оптимізація використання власних та позикових коштів з варіантами структури пасивів та імітація узагальнюючого показника ринкової вартості відповідно до оптимального співвідношення власних та позикових коштів;

– модуль 2 «Фінансово-кредитна установа» включає такі блоки: імітація динаміки залучених ресурсів, оптимізація розподілу кредитних та інвестиційних ресурсів та імітація основних показників діяльності.

Обидва модулі використовують загальний «банк» даних, який забезпечує прогноз зовнішніх ситуаційних факторів, а саме: рівня та темпів інфляції, пропозиції депозитів, попиту на інвестиції та кредити, попиту на продукцію, товари, роботи та послуги. Отже, організація та управління інноваційною діяльністю високотехнологічного підприємства з урахуванням особливостей кредитно-інвестиційної політики фінансово-кредитних установ є складним завданням, його доцільно вирішувати декомпозиційним методом на основі побудови імітаційних моделей із включенням блоків оптимізації.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1.Захарченко В.И., Меркулов Н.Н., Ширяева Л.В. Инновационное развитие в Украине: наука, технология, практика: монография. Одесса: Фаворит, 2011. 598 с.

2.Маркіна І.А., Марчишинець С.М. Особливості формування інноваційно-інвестиційної політики промислових підприємств. *Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України*. 2019. Вип. 3(137). С. 58–62.

УДК 371.13: 372:378

Перерва П.Г.<sup>1</sup>, Мигущенко Е.Р.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>д.э.н., профессор, заведующий кафедры экономики бизнеса НТУ «ХПИ», Украина

<sup>2</sup>команда «Золотой Запас» Харьковской гимназии №46 имени М.В.Ломоносова, Украина

## ИННОВАЦИОННОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ СФЕРЕ

Понятие «культура» очень близко к понятиям «образование» и «воспитание» и положено в основу культурологического мета принципа. Философия образования рассматривает категорию «культура» как процесс создания человека в соответствии с определенными идеалами, образованными в зависимости от всей совокупности условий и предпосылок социокультурного исторического развития общества. Определяющим критерием образовательно-воспитательной функции культуры является развитие творческого потенциала человека как совокупности его социокультурных и личностных характеристик.

Результаты проведенного нами исследования [1, 3, 5] свидетельствуют о том, что культурные инновации имеют как социальные, так и экономические ценности. Социальная ценность – это значимость явлений и предметов реальной действительности с точки зрения их соответствия или несоответствия потребностям общества, социальных групп или личности. Часто культурные изменения и социальные. Практически все

важные изменения имеют как культурный, так и социальный аспект (термин "социокультурные изменения").

Инновации в культуру возникают как результат разработки новых идей членами данной социокультурной формации (учеными, мыслителями, деятелями искусства), так и в результате заимствования культурных достижений других человеческих сообществ. Более узко, культурные инновации – это инновации непосредственно в культуру, задачами которых являются: стимулирование развития секторов культуры и креативных индустрий через внедрение инноваций и интеграции нового опыта, в частности путем внедрения новых в Украине, но апробированных в мировой практике подходов; увеличение количества потребителей культурного продукта; привлечение к потреблению культурного продукта новых аудиторий; популяризация украинского культурного продукта как в Украине, так и за ее пределами.

Инвестиции в культуру и туристическую отрасль – это инвестиции в малый и средний бизнес. Чтобы понимать порядок цифр, в Шотландии есть 450 музеев разных тематик и масштабов. Ежегодно их посещают 25 миллионов человек, что создает оборот в 79 миллионов фунтов и 3500 рабочих мест в туристической сфере. И это только музеи, которые у нас традиционно содержатся, а не зарабатывают. В Харькове с 2019 года начали проходить «Культурные пикники» – фестиваль образования в развлечении местных заведений культуры, искусств, досуга и креативных индустрий. Это очень удачная культурная инновация, направленная на сближение профессионалов и мастеров со своей целевой аудиторией. Она имеет более социальную ценность. Поэтому ответ на риторический вопрос "Культурные инновации – это социальная или экономическая категория?" довольно непростая. Без экономики нет культуры, без культуры нет экономики. А это свидетельствует о том, что у культурных инноваций две стороны ценностей для потребителя.

Культура – главный стимул социальных нововведений, поэтому уровень социокультурного исторического развития общества оказывает непосредственное влияние на содержание и характер инновационных преобразований в сфере образования и воспитания. Социологический анализ инновационной системы на уровне общества свидетельствует, что эффективность инноваций возможна только при сочетании положительных культурных и положительных структурных факторов. Исследователи утверждают [1-5], что в любом обществе много талантов, но возможности их реализации в значительной степени детерминированы культурой. Существующие в обществе ценности определяют социальное направление технологического развития. Культуральные свойства стран определяют особенности инноваций. Например, в Японии широко используются



традиции групповой работы и групповой солидарности, что в определенной мере определяет развитие массового производства, стопроцентный контроль качества, акцент на процессуальных инновациях. Однако, эти же культурные особенности этой страны затормозили независимое предпринимательство и индивидуальное творчество, что в некоторой мере снизило число радикальных инноваций [1, с. 476].

В завершение обратим внимание и на другое содержание термина «культурные инновации», которое рассматривается как инновации, социально значимые, без имеющихся признаков возможного вреда обществу (например, инновации в оружие, в наркотики, курение, алкоголь и т.п.), которые обязательно имеют социальный эффект (кроме экономического). Как вывод, подчеркнем, что культурные инновации следует рассматривать с двух сторон: как инновации в культурной сфере – тогда они имеют в большей степени социальные ценности; как инновации, благодаря которым достигается экономический эффект (прибыль) в любой сфере - тогда они имеют и социальную и экономическую ценность.

### **СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ**

1. Коновальчук І.І. *Соціокультурні детермінанти інноваційних освітніх процесів // XX століття – етнонаціональний вимір та проблеми Голокосту*. Житомир, 2011. С.473-481.

2. Tkachov M.M., Pererva P.G., Kobieliava T.O., Tkachova, N.P., Diachenko T.A. Management of relations with enterprise stakeholders based on value approach // *Problems and Perspectives in Management*. 2021. Vol. 19, Iss.1. P.24-38.

3. Kocziszky György, Pererva P.G., Szakaly D., Somosi Veres M. *Technology transfer*. Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI». 2012. 668 p.

4. Перерва П.Г. Комплаенс-программа промышленного предприятия: сущность и задачи // *Вісник НТУ "ХПИ"*. Харків : НТУ "ХПИ", 2017. № 24. С. 153-158.

5. Pererva P.G., Kocziszky G., Somosi Veres M., Kobieliava T.A. *Compliance program: [tutorial]*. Kharkov-Miskolc : LTD «Planeta-prynt», 2019. 689 p.

УДК 338.24:330.341.1:62

Перерва П.Г.<sup>1</sup>, Якушко А.Е.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>д.э.н., профессор, заведующий кафедры экономики бизнеса НТУ «ХПИ», Украина

<sup>2</sup>здобувачвищої освіти, НТУ «ХПИ», Украина

### **ИССЛЕДОВАНИЕ ИННОВАЦИОННОГО И ПРОИЗВОДСТВЕННОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ**

Инновационный и производственный потенциал предприятия являются одними из важнейших посреди всех видов потенциалов и занимают

ведущее место при определении всех возможностей предприятия к развитию. Эти виды потенциалов легче подвергаются количественной и качественной оценке, а также именно на них оказывается значительное влияние при реализации миссии и стратегии предприятия. Без реализации на предприятии инновационного и производственного потенциала другие виды потенциалов (экономический, стратегический) реализовываться не могут. Потенциал предприятия – это сложная социально-экономическая система, располагающая взаимосвязанными и взаимодействующими техническими, трудовыми и материально-энергетическими ресурсами, обладающими определенными потенциальными возможностями по выпуску конкурентоспособной продукции. Для разработки стратегии развития предприятия оценка инновационного и производственного потенциала играет особую роль, так как позволяет определить важные конкурентные преимущества предприятия. Формирование и наращивание инновационного и производственного потенциала, а также его успешное взаимодействие с изменяющейся внешней средой и составит стратегию развития предприятия. Каждое предприятие разрабатывает свой универсальный и уникальный тип стратегий бизнеса. К базовым стратегиям развития отнесены стратегии концентрированного диверсифицированного роста, интегрированного роста, Эффективная стратегия роста предприятия основывается на правильно выбранных долгосрочных целях, на оценке собственного потенциала и анализе возможностей и угроз, которые предоставляет внешнюю среду, кроме этого, играет роль и каково именно предприятие - малым, средним или крупным [1]. Структура инновационного и производственного потенциала компании включает в себя потенциал земли и природно-климатические условия, потенциал главных и оборотных средств, нематериальных активов, также потенциал воспроизводства (инновационный и инвестиционный), денежный потенциал [1, 2]. При оценке инновационного и производственного потенциала предприятия проводится анализ текущего состояния предприятия. По основным составляющим (производственной, материальной, кадровой) проводится анализ их движения.

Огромную роль для оценки потенциала играют коэффициенты эффективности использования составляющих – фондоотдача, фондоемкость, коэффициент загрузки оборудования, рентабельность основных средств, коэффициент сменности, материалоотдача продукции, материалоемкость продукции, удельный вес материальных затрат в себестоимости продукции, коэффициент использования материалов, изменение среднего заработка рабочих за определенный период, непроизводственные расходы рабочего времени [1, 5]. Оценка производственного потенциала соединяет три подхода: ресурсный, определяет его величину как сумму физических и стоимостных оценок отдельных его составляющих; структурное, определяет

его величину исходя из прогрессивных норм и нормативных соотношений, заданных наиболее совершенными технологиями, организацией производства в целом; проблемно-ориентированный, направленный на определение соответствия имеющемуся потенциалу достижению поставленных целей [1, 3]. Для определения структурных характеристик производственного потенциала исследуют масштаб потенциала и его пространственное размещение; характер деятельности, которую обязан делать производственный потенциал компании; степень замкнутости. Проведя оценку производственного потенциала предприятия, можно утверждать о соответствии имеющегося потенциала перспективным целям развития. Если имеющийся уровень потенциала достаточный для достижения поставленных целей, то стратегия развития строится на имеющейся базе с учетом изменений внешних факторов. Если же имеющийся уровень потенциала недостаточен для реализации целей, то нужно разглядеть их и вероятные пути роста инновационного и производственного потенциала предприятия [1, 4]. Таким образом, с каким бы уровнем инновационного и производственного потенциала мы не имели бы дела при разработке стратегии развития предприятия, необходимо особое внимание уделить возможным рискам на пути достижения цели.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Солонина М. Аналіз виробничого потенціалу підприємства як основа формування стратегії розвитку. URL: <chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/viewer.html>
2. Pererva P.G., Tkachev M.M., Kobieliava T.O. Evaluation of holder profits violation of their exclusive rights // *Науковий вісник Полісся*. 2016. № 4 (8), ч.2. С.240-246.
3. Перерва П.Г. Управління маркетингом на машинобудівному підприємстві // *Навч. посібник для інж.-техн. вузів.* - Харків : «Основа», 1993.- 288с.
4. Tkachov M.M., Pererva P.G., Kobieliava T.O., Tkachova, N.P., Diachenko T.A. Management of relations with enterprise stakeholders based on value approach // *Problems and Perspectives in Management*. 2021. Vol. 19, Iss.1. P.24-38.
5. Перерва П.Г. Комплаенс-программа промышленного предприятия: сущность и задачи // *Вісник НТУ "ХПІ"*. Харків : НТУ "ХПІ", 2017. № 24. С. 153-158.

УДК 330.341

Плинокос Д.Д.<sup>1</sup>

<sup>1</sup>к.е.н., доц., доцент кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності, Національний університет «Запорізька політехніка», м. Запоріжжя, Україна

### **ЛІДЕРСТВО В СТАРТАП ПРОЄКТИ**

Важливу роль у формуванні команди стартапу та подальшій співпраці її учасників відіграє лідер. Лідером може бути як і власник ідеї так і людина з команди. Саме на цій людині буде зосереджена головна організаційна роль, мотивація команди, розподіл функцій між членами команди.

Лідерство - це процес, за допомогою якого людина впливає на групу осіб для досягнення спільної мети [1].

Лідер – це людина, яка веде за собою. Лідер стартапу повинен мати дух підприємця, який повинен мати не тільки візію і бачити високі цілі проєкту, але й вміння прокласти шлях до цієї мети.

При організації стартапу саме від лідерських якостей залежить злагоджена робота, здатність захопити та підтримати креативний процес та виконання повсякденних завдань. На початку створення стартапу, як правило, фінансова винагорода не передбачається. Інколи на етапі проєктування, або протипування необхідно більше часу, ніж планувалося спочатку. Інколи цей процес займає місяці, крім того, навіть при наявності діючих зразків та прототипів необхідний час для отримання хоча б початкового фінансування стартап проєкту. Тому саме в цей час в команді стартапу можуть статися конфлікти, або зневіра у своїй праці, учасники можуть покинути цю справу, а заміна будь якого учасника з команди стартапу, може негативно вплинути на загальний результат. Саме на цьому етапі, на початку діяльності лідерство в стартапі є надважливим для успішної реалізації проєкту.

Кен Бланшар [2] наводить такі стилі лідерства:

- Директивний (структурувати, контролювати і наглядати);
- Тренерський (направляти і підтримувати);
- Підтримуючий (хвалити, слухати, полегшувати роботу);
- Делегуючий (свобода в прийнятті рішень виконавцями).

Стиль лідерства залежить від самого лідера, від ситуації та необхідних кроків по досягненню цілей, від компетенції членів команди та вмотивованості.

На нашу думку, найбільш прийнятні стилі для стартапу, - це підтримуючий та делегуючий, що підходить для компетентних та зацікавлених команд, або для компетентних команд зі змінною зацікавленістю.

Цікаві дослідження опублікували науковці Саймон Заех та Урс Балдеггер які визначили основний вплив засновника та трансформаційного лідерства на результативність запуску стартапу. В зв'язку з тим, що стартапи існують в ризикованому середовищі, та діють в умовах відносної невизначеності то роль лідера для успішного запуску проєкту підвищується. Важливим є гнучкість, кваліфікація та досвід засновника або лідера. Завдяки трансформаційному лідерству засновник може повідомити про своє бачення, яке може мотивувати співробітників і дати їм глибше розуміння їх внесок у успіх проєкту. Завдяки трансформаційному лідерству, командній роботі та командному духу стимулюються, і створюється оптимізм. Співробітники відчують підтримку та впевненість у цьому і шанси на успіх посилюються. Трансформаційний лідер, однак, не тільки створює і передає бачення, але також представляє свою віру в те, що поставлені цілі можна досягти спільними зусиллями. В той же час директивне лідерство не має такого впливу у швидкоплинній ситуації, а інколи має негативний вплив на реалізацію стартапу [3].

Таким чином питання лідерства в стартапі є одним з ключових на етапі запуску стартап проєкту, саме від лідерських якостей засновника, власника залежить успішна реалізація ідеї. Стартап середовище є мінливим та невизначеним, з великою кількістю зовнішніх та внутрішніх ризиків, тому гнучкість лідера, здатність до підтримки, емоційного стимулювання команди дає більші шанси на успіх та вдалу реалізацію стартап проєкта.

### **СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ**

1. Northouse, Peter G. (2016). *Leadership: Theory and practice*
2. Blanchard, K.H., Zigarmi, P. and Zigarmi, D. (2013) *Leadership and the One Minute Manager: Increasing Effectiveness through Situational Leadership*. William Morrow, New York.
3. Zaech, Simon & Baldegger, Urs. (2017). *Leadership in start-ups*. *International Small Business Journal*. Vol. 35(2) 157–177

УДК 346.5

Погарченко Т.В.<sup>1</sup>, Гуцул К.В.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> к.ю.н., доцент кафедри міжнародного, цивільного та комерційного права, Державний торговельно-економічний університет, м. Київ, Україна

<sup>2</sup> здобувач вищої освіти, Державний торговельно-економічний університет, м. Київ, Україна

### **ПРОБЛЕМАТИКА ПРАВОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ В УКРАЇНІ**

У сучасному світі Інтернет є невід'ємною частиною життя практично кожної людини. За відносно короткий проміжок часу ця всевітня мережа

стала основним джерелом інформації для суспільства, проникла в майже всі сфери діяльності людства і безпосередньо вплинула на курс розвитку усіх сфер життєдіяльності суспільства. Не стала винятком і економіка: застосування відкриттів науково-технічного прогресу призвело до появи нових явищ та понять, створило умови для сучасних методів реалізації товарів та послуг. Одною з таких змін стала поява нового визначення: «електронна комерція». У вітчизняному підприємництві такий вид діяльності став поширеним відносно недавно, проте багато компаній вбачають свій потенціал та вихід бізнесу на новий рівень саме в електронній комерції. У зв'язку з тим, що розвиток даного сектору суспільних відносин супроводжувався певними труднощами, зокрема: недостатнім правовим захистом суб'єктів електронної комерції; неналежним забезпеченням безпеки даних, що використовуються в Інтернеті; існуванням колізій у національному законодавстві; неузгодженістю з міжнародними стандартами ведення електронного бізнесу, дослідженням проблем, пов'язаними з електронною комерцією, займались багато вчених: В. Костенко, Р. Байцар, О. Вінник, О. Дудоров, Ю. Приймакова, В. Гаєнко, та інші, присвятивши низку своїх наукових праць цій темі[1].

Істотним проривом у питанні щодо врегулювання діяльності підприємств в Україні стало прийняття Закону України «Про електронну комерцію». Відповідно до нього, електронна комерція – це відносини, спрямовані на отримання прибутку, що виникають під час вчинення правочинів щодо набуття, зміни або припинення цивільних прав та обов'язків, здійснені дистанційно з використанням інформаційно-телекомунікаційних систем, внаслідок чого в учасників таких відносин виникають права та обов'язки майнового характеру [2]. Проте можна зазначити, що вищезгаданий Закон має багато посилань, зазначених у 2 статті, що свідчить про недостатню конкретику і загалом ґрунтується на Конституції України, Цивільного і Господарського кодексів України, низці інших законів, що регулюють електронну сферу в цілому. Це можна пов'язати з особливостями здійснення електронної комерції, тому що законодавча база, яка регулює питання електронної комерції, є різноплановою, а це, як наслідок, породжує колізії норм.

Проблеми правового регулювання електронної комерції тісно пов'язані з відсутністю єдиного органу, який регулював би саме сферу електронної комерції, адже зараз її регулювання розподілено між 11 органами державної влади, що в свою чергу не забезпечує єдиного системного підходу і не досить чіткого розмежування повноважень між різними органами. Тому для успішного функціонування електронної комерції необхідне встановлення та ліквідація відповідних розбіжностей та прогалин у законодавстві, усунення колізій, які породжують відповідні проблеми у

правовому регулюванні такої сфери діяльності в Україні. Для вирішення існуючих проблем, Платформою громадянського суспільства Україна – ЄС, була запропонована концепція, план якої включає розроблення нормативно-правового забезпечення електронної комерції; методи та механізми підготовки кадрового та фінансового забезпечення; порядку погодження із зацікавленими особами; узгодження державно-громадської взаємодії у сфері електронної комерції; розроблення Національного плану дій з регулярного ознайомлення та впровадження систем електронної комерції різних типів, правових норм щодо правопорушень. З огляду на те, що державна політика України націлена на адаптацію національного законодавства до законодавства Європейського Союзу, потрібно враховувати позицію Організації економічного співробітництва та розвитку, Світової організації торгівлі або Комісії ООН із міжнародного торговельного законодавства, основною концепцією яких є максимальне державне регулювання електронних економічних відносин, а також ефективно здійснювати державний контроль у сфері електронної комерції [3].

У висновку можна зазначити, що правове регулювання електронної комерції в Україні, з урахуванням стрімкого її розвитку, містить низку проблем, включаючи відсутність чіткої уніфікації в законодавстві та складнощі в оперативному внесенні змін до її правового регулювання. Тому для подальшого розвитку електронної торгівлі важливо переймати міжнародний досвід, посилити вплив держави і удосконалювати законодавство для вирішень в ньому розбіжностей та прогалин, а також забезпечити системний підхід, який буде заохочувати суб'єкти господарювання до законного провадження економічної діяльності.

### **СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ**

1. Карлюга Є. К. Правове регулювання електронної комерції в Україні. URL: <http://dspace.onu.edu.ua:8080/handle/123456789/24191> (дата звернення: 11.04.2022).
2. Про електронну комерцію : Закон України від 03.09.2015 р. № 675-III. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/675-19> (дата звернення: 11.04.2022).
3. Товкун Л.В., Федоровська М.А. Актуальні питання правового регулювання електронної комерції в Україні. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0374/2020-9/69> (дата звернення: 12.04.2022)

УДК 346.5

Погарченко Т.В.<sup>1</sup>, Бартош А.О.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>к.ю.н., доцент кафедри міжнародного, цивільного та комерційного права, Державний торговельно-економічний університет, м. Київ, Україна

<sup>2</sup>здобувач вищої освіти, Державний торговельно-економічний університет, м. Київ, Україна

## **ДЕЯКІ ПИТАННЯ ЩОДО ДЕФІНІЦІЇ ПОНЯТТЯ «ПІДПРИЄМНИЦТВО»**

Інститут підприємництва є одним із найбільш динамічних, тому що його стан безпосередньо обумовлений змінами, які відбуваються у науково-технічній, економічній, політичній, соціальній сферах життя суспільства. В той же час рівень розвитку підприємницьких відносин суттєво впливає на інноваційність суспільства, екологію та соціальну складову. Недосконале правове регулювання підприємництва неминує породжує труднощі і суперечливість у правозастосовній практиці, що, у свою чергу, негативно позначається на господарському правопорядку та сталості економічного розвитку держави. Проблеми правового регулювання підприємницької діяльності вивчалися великою кількістю дослідників: Г.В. Білоус, Т.Г. Васильків, О.В. Кушнір, О.М. Мельник, В.В. Мачуський та інші.

Як стверджує А. Т. Комзюка, правове регулювання – це досить специфічний вплив, що здійснюється правом як особливим нормативним інституційним регулятором.

На думку Ю. В. Кривицького правове регулювання – це важливий процес дії права на суспільні відносини. Загальноприйнято До стадій правового регулювання відносять: 1) видання норм права та їх загальна регулююча дія на суспільні відносини (правова регламентація суспільних відносин); 2) виникнення суб'єктивних прав і юридичних обов'язків у конкретних суб'єктів права на основі дії правових норм та їх реалізація в конкретних правовідносинах, коли ці права та обов'язки здійснюються ними на практиці, втілюються в їхній фактичній поведінці. А в якості факультативних стадій правового регулювання можна розглядати застосування та офіційне тлумачення норм права [1, с. 77].

Проблематика визначення поняття «підприємництво», виявлення його рис та змістовного наповнення становить суттєвий інтерес для представників різних шкіл як філософської, соціологічної, історичної, економічної, так і юридичною науки. Тому, враховуючи багатогранність сутності підприємництва, можливість позначення вказаного явища у вигляді вичерпного поняття (дефініції) є дещо обмеженою, оскільки застосовуючи різні підходи або акцентуючи увагу на певній ознаці підприємництва, ми отримуємо визначення, спрямованість та забарвлення якого буде відмінним.



Ми погоджуємося з твердженням Дякуновського, що легальна дефініція поняття підприємництва має важливе значення для правової кваліфікації відносин і вирішення питання про те, чи є здійснювана господарська діяльність підприємницькою. Хоча такі труднощі зустрічаються у правозастосовній практиці, однак вони не носять поширеного характеру, оскільки розгорнуте визначення підприємництва міститься у відповідній нормі Господарського кодексу України, що як вихідна правова норма-дефініція поряд з іншими нормами визначає основи правового впливу у сфері підприємництва. Тому легальна дефініція поняття підприємництва є значимою в механізмі правового регулювання відносин у сфері підприємництва [2].

Організація спеціалізованих органів виконавчої влади у сфері підприємницького регулювання здійснюється на підставі відповідних нормативно-правових актів, що регламентують порядок утворення, структурування, фінансове та матеріальне забезпечення, юрисдикцію та ієрархічне підпорядкування відповідних структур [3].

З метою досягнення більш ефективного законодавчого регулювання підприємництва, а також необхідності врахування конституційного принципу відповідальності за діяння, яке на день вчинення визначено законом як правопорушення та принципу правової визначеності, необхідним є уточнення ознаки систематичності підприємництва, яке здійснюється підприємцем, у спосіб уточнення кількості проведених операцій щодо продажу товарів, виконання робіт та/або надання послуг, спрямованих на реалізацію мети підприємницької діяльності – отримання прибутку, на рівні закону.

Отже, маємо підстави стверджувати, що загальні положення щодо провадження підприємницької діяльності в Україні визначено Основним Законом України. Конституційні принципи підприємницької діяльності отримують подальший свій розвиток в спеціальних законах, що регулюють комерційний оборот.

Досягнення однакості у визначенні поняття «підприємство» призведе до позитивного впливу на господарський правопорядок та економічний розвиток держави. Тому важливо продовжити наукові пошуки у зазначеному питанні.

## **СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ**

1. Кривицький Ю. В. Механізм правового регулювання в сучасній теорії права. Часопис Київського університету права. 2009. № 4. 75–79 с.
2. Дякуновський О. Є. Принцип «Спочатку думай про малих» як фактор впливу на розвиток підприємницької діяльності в Україні та Республіці Польща. Правове забезпечення соціально-економічного розвитку: стан та перспективи : матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції,

присвяченої 35-річчю кафедри господарського права Донецького національного університету імені Василя Стуса (Вінниця, 11–12 жовтня 2019 р.). Вінниця : Донецький національний університет імені Василя Стуса, 2019. 90–92 с.

3. Дякуновський О. Є. Правове регулювання інституту бізнес-омбудсмена: досвід Республіки Польща. Правове забезпечення інтеграції України в європейський політичний, економічний, безпековий, інтелектуальний простір : матеріали Всеукр. наук.-практ. конф., присвяч. пам'яті професора В. Д. Волкова. (Хмельницький, 23 квітня 2019 р.). Вінниця : ДонНУ ім. Василя Стуса, 2019. 296–300 с.

УДК 346.5

Погарченко Т.В.<sup>1</sup>, Калюжна А.І.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>к.ю.н., доцент кафедри міжнародного, цивільного та комерційного права, Державний торговельно-економічний університет, Україна

<sup>2</sup>здобувач вищої освіти, Державний торговельно-економічний університет, Україна

### **ЗМІНИ У ПОДАТКОВОМУ ЗАКОНОДАВСТВІ ЩОДО ПІДПРИЄМНИЦТВА У ВОЄННИЙ ЧАС**

У важкі для країни часи, пов'язані з повномасштабним вторгненням на територію України, Верховна Рада України прийняла ряд законів, які конче необхідні зараз як державі, так і суспільству в цілому. Одним з таких нормативно-правових актів став Закон України «Про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законодавчих актів України щодо дії норм на період дії воєнного стану», який набув чинності 17 березня 2022 року. Введення воєнного стану призвело до скорочення діяльності великої кількості підприємств, тому у даному законі основний акцент зроблений на підтримку цієї сфери діяльності.

Значних змін у своєму оподаткуванні зазнали фізичні особи-підприємці (ФОП) – платники єдиного податку першої та другої груп. Вони, згідно даного закону, мають право не сплачувати єдиний податок. Для платників єдиного податку третьої групи було змінено обсяг доходу протягом календарного року на такий, що не перевищує 10 мільярдів гривень, а також кількість осіб, які перебувають з ними у трудових відносинах, тепер не обмежується. Також для них відсоткова ставка єдиного податку складає 2 відсотки від доходу. Проте, даним законом регулюється, що суб'єкти господарювання, які ведуть діяльність щодо організації, проведення азартних ігор, парі; суб'єкти, які займаються обміном іноземних валют; юридичні особи та фізичні особи-підприємці, які здійснюють виробництво, експорт, імпорт та продаж підакцизних товарів; суб'єкти господарювання, які займаються видобутком, реалізацією корисних копалин;

страхові компанії, банки, кредитні спілки, ломбарди, інвестиційні фонди і компанії, інші фінансові установи; фізичні та юридичні особи нерезиденти не можуть бути платниками єдиного податку третьої групи, які використовують особливості оподаткування, встановлені цим законом [1].

Також Законом України «Про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законодавчих актів України щодо дії норм на період дії воєнного стану» визначається, що на територіях, на яких велися чи ведуться бойові дії або на територіях, які окуповані збройними силами Російської Федерації, екологічний податок за 2022 податковий рік не нараховується та не сплачується. За земельні ділянки, які знаходяться на даних територіях, не нараховуватиметься та не сплачуватиметься загальне мінімальне податкове зобов'язання за 2022 та 2023 податкові роки.

За умови, якщо підприємець – платник єдиного податку, ФОП другої та третьої груп, або юридична особа третьої групи – продовжуватиме виплачувати заробітну плату робітнику, якого мобілізовано на військову службу до Збройних сил України, він має право не сплачувати за нього Єдиний соціальний внесок.

Статтею 5 Закону України «Про застосування реєстраторів розрахункових операцій у сфері торгівлі, громадського харчування та послуг» встановлювалося що, при відсутності зв'язку між програмним реєстратором розрахункових операцій та фіскальним сервером контролюючого органу, проведення розрахункових операцій в режимі офлайн та використання фіскальних номерів із діапазону фіскальних номерів, можуть здійснюватися не більше 36 годин [2]. Закон України «Про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законодавчих актів України щодо дії норм на період дії воєнного стану» скасував дану норму.

Також даний закон вніс корегування до Податкового кодексу України у питаннях щодо нарахування пені. Таким чином, якщо підтверджується, що несвоєчасність відшкодувань була зумовлена форс-мажорними обставинами, пеня за несвоєчасне бюджетне відшкодування ПДВ, у розмірі 120 відсотків облікової ставки Національного банку України, не нараховуватиметься [3].

Отже, Закон України «Про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законодавчих актів України щодо дії норм на період дії воєнного стану» вніс корективи, які дійсно полегшили роботу підприємцям на період повномасштабної війни в Україні, шляхом скорочення податків, відміни сплати екологічного податку та мінімального зобов'язання за землю, певне послаблення у використанні РРО, скасування певних грошових стягнень. Даним законом було зменшено податковий збір з певних сфер діяльності та товарів, які можуть бути передані у вигляді благодійної

допомоги, що стимулюватиме бізнес до допомоги державі та Збройним силам України.

## **СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ**

1. Про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законодавчих актів України щодо дії норм на період дії воєнного стану: Закон України від 15 березня 2022 р. № 2120-IX / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2120-20#Text>
2. Про застосування реєстраторів розрахункових операцій у сфері торгівлі, громадського харчування та послуг: Закон України від 6 липня 1995 р. № 265/95-ВР. Редакція від 17 березня 2022 року / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/265/95-%D0%B2%D1%80#Text>
3. Закон №2120: пеня за несвоєчасне відшкодування ПДВ, через виникненням форс-мажорних обставин - не нараховується. Рівне, 2022. URL: <https://ibuhgalter.net/news/17054>

УДК 346.5

Погарченко Т.В.<sup>1</sup>, Фесенко В.С.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>к.ю.н., доцент кафедри міжнародного, цивільного та комерційного права, Державний торговельно-економічний університет, м. Київ, Україна

<sup>2</sup>здобувач вищої освіти, Державний торговельно-економічний університет, м. Київ, Україна

### **ОЦИФРУВАННЯ ДЕРЖАВНИХ ПОСЛУГ ДЛЯ СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

Важливою умовою забезпечення ефективності економічної стратегії держави є інноваційна модель розвитку підприємництва України. Адже на сьогодні завдяки цьому національна економіка може зайняти пристойне місце у світовому ринковому середовищі.

Для сприяння розвитку інноваційного підприємництва держава реалізує плани щодо спрощення та оцифрування державних послуг підприємцям. Можливості їх отримання в зручній формі стали можливими завдяки мобільному додатку «Дія». Держава визначила юридичну силу документів в застосунку шляхом ухвалення та внесення змін до вже діючих постанов Кабінету Міністрів України [1].

На перших етапах його функціонування були доступні такі можливості і послуги для підприємців: реєстрації ФОП, юридичних осіб, а також послуги для перевізників та забудовників [2].

Вже через рік після запуску мобільного застосунку Міністерство цифрової трансформації продовжило розвиток підтримки бізнесу. Програма розвитку в собі має велику систему проектів. Головним з них є «Дія.Бізнес», що поєднує в собі онлайн-портал та центри підтримки підприємців, які

функціонують у великих містах України. Міністерство також відзначає, що реєстрація бізнесу завдяки «Дія» є найшвидшою у світі [3].

Портал застосунку, перш за все, має Національну онлайн-школу для підприємців, яка надає різноманітні курси як для початківців, так і для управлінців, які бажають розвиватися в різних напрямках. Курси надаються абсолютно безкоштовно та охоплюють різні напрями управління компанією, від її оформлення до управління та розвитку [4].

Якщо розглядати юридичну складову функціонування суб'єктів підприємницької діяльності, то вже зазначалось про їх реєстрацію. Проте, окрім цього, додаток дозволяє реєструвати, вносити зміни та припиняти реєстрацію потужностей оператора ринку. Також можливі отримання декларації платника єдиного податку, довідки про доходи, декларування зміни цін на товари. Основною перевагою ресурсу є малі часові рамки оформлення запитів, які зазначаються індивідуально до кожної послуги, що дозволяє управлінцям швидко отримувати необхідні документи. Так, підписати документи тепер можливо з використанням електронно підпису, а подання заяви про закриття фізичної особи-підприємця у додатку потребує лічені хвилини особистого часу [5].

Послуги не обмежуються вирішенням юридичних питань, «Дія» функціонує як платформа, що надає підприємцям безліч ідей та ресурсів для розвитку. Особливим проектом «Дія» є впровадження безбар'єрності. Даний напрям функціонування бізнесу був створений для подолання бар'єрів з працевлаштування та показати на досвіді світових компаній результати таких впроваджень. При чому «Дія. Безбар'єрність» має не тільки реальні приклади із застосування такої практики, а й пропонує допомогу з організації даних процесів на зацікавлених підприємствах.

Отже, застосунок «Дія» в категорії бізнесу надає безліч можливостей для підприємців та осіб, які бажають розпочати свій бізнес. Послуги додатку не обмежуються оформленням суб'єкта підприємницької діяльності, а надають широкий спектр підтримки та можливості для розвитку. Важливим моментом є те, що «Дія», яка наявна зараз є не останнім впровадженням Міністерства цифрової трансформації, і послуги ще будуть додаватися. Завдяки цьому, підприємці отримали доступніші можливості, запропоновані державою.

## **СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ**

1. Чи мають документи в застосунку Дія юридичну силу? URL: <https://diia.gov.ua/faq/26>
2. Президент, Прем'єр-міністр, Мінцифри презентували мобільний застосунок "Дія". URL: <https://www.kmu.gov.ua/news/prezident-premyer-ministr-mincifra-prezentovali-mobilnij-zastosunok-diya>

3. Михайло Федоров: Мінцифра впроваджує інновації й підтримує підприємців на кожному етапі. URL: <https://thedigital.gov.ua/news/mikhaylo-fedorov-mintsifra-vprovadzhue-innovatsii-y-pidtrimue-pidpriemstiv-na-kozhnomu-etapi>

4. Дія. Бізнес. URL: <https://business.diaa.gov.ua/>

5. Підприємництво. URL:

<https://diaa.gov.ua/services/categories/gromadyanam/pidpriemnictvo>

УДК: 338.24:330.341.1

Полянська А. С. ; Філіпчук А. Я. <sup>2</sup>

<sup>1</sup> д.е.н., проф., завідувач кафедри менеджменту та адміністрування, Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу, м. Івано-Франківськ, Україна

<sup>2</sup>здобувач вищої освіти, Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу, м. Івано-Франківськ, Україна

### **КРЕАТИВНЕ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМ ПІДПРИЄМНИЦТВОМ**

Креативне управління означає процес створення нової системи знань, умінь і навиків. Воно є предметом якісних досліджень, що відбуваються на розумінні, поясненні і інтерпретації ухвалення рішень по впровадженню продуктивних ідей. Ключовими чинниками нових прогресивних форм інноваційного підприємництва є компетентність і груповий взаємозв'язок робіт. Вони є найбільш застосовувані в областях з високою або складною технологією, що вимагають творчості, інноваційності та ефективної спільної роботи: науково-дослідницької, дослідно-конструкторської, консалтингової, комп'ютерно-електронної тощо. Основою креативного управління є вирішення питання не про те, як керувати об'єкти стабілізуватимуться в статичному стані, а як вони будуть нескінченно зростати і змінюватися. В центрі цієї теорії знаходиться не знання як таке, а процес створення організаційного знання, за допомогою якого створюються умови для появи інновацій. При цьому менеджмент ґрунтується на творчості – креативності і оригінальності. Сучасна мережева економіка створює власні правила, концепції управління і стратегії, які носять творчу спрямованість.

Проблеми постановки і вирішення завдань креативного управління інноваційним підприємництвом можна розбити на наступні групи: 1) концептуальні, пов'язані з вибором основної методологічної бази; 2) системні, пов'язані з необхідністю строгого дотримання системного опису вимог в алгоритмах вирішення завдань стратегічного планування, об'єктів управління ринкового довкілля, правил оцінки і вибору найкращих варіантів розвитку; 3) маркетингові, пов'язані з підвищенням достовірності оцінки реального стану справ на ринку товарів і послуг.

Концептуальною основою креативного управління інноваційним підприємництвом є новий погляд на інформаційні параметри об'єкту, що вивчається, пов'язаний з переходом від інформації у вигляді символічного опису даного об'єкту до інформації, що характеризує необхідні дії, направлені на підтримку ухвалення рішень, координацію і корекцію дій, що управляють. Оскільки людство вступило в нову стадію свого розвитку – побудову інформаційного суспільства, то стосовно інноваційної діяльності воно здатне в даний час забезпечити необхідні умови для виникнення мережевого і віртуального підприємництва. Це можна характеризувати наступними моментами: 1) будь-яка людина або група осіб можуть в будь-якому місці і у будь-який час мати доступ через автоматизовані системи зв'язку до будь-якої, необхідної для них інформації; 2) суспільство повинне мати необхідні технічні засоби, інфраструктуру і соціальну базу для виробництва і відтворення необхідної інформації – всі користувачі, співробітники всіх відділів і корпоративне керівництво мають бути озброєні не лише інструментами для виконання завдань відповідно до своїх посадових функцій, але і засобами для колективної роботи; 3) будь-яка людина або група осіб повинні вміти використовувати сучасні інформаційні технології для вирішення проблем, що стоять перед ними, з метою створення інтегрованого середовища для роботи з віддаленими співробітниками, які є невід'ємною частиною функціонування суб'єкта підприємництва.

До основних цілей концепції креативного управління інноваційними процесами відносяться: здобуття доданої вартості шляхом конкурентної переваги за рахунок підвищення ефективності управління; використання синергетичного ефекту унаслідок об'єднання ресурсів і зростання ринкової потужності взаємодоповнюючих функціональних характеристик в сфері науково-дослідних і дослідно-конструкторських робіт; розділення сфер впливу; консолідація інвестиційних ресурсів; збільшення частки ринку і зниження витрат на розробку і виробництво товарів і послуг.

Перевагами креативного управління інноваційним підприємництвом є: можливість проведення гнучкої асортиментної політики відповідно до коливань і змін попиту на продукцію; збільшення частки на ринку товарів і послуг; підвищення якості продукції; зростання кваліфікації персоналу; прагнення об'єднати постачальників, споживачів і партнерів; скорочення транзакційних витрат; підвищення відповідальності працівників.

Змістовна структура управління інноваційним розвитком включає такі передумови, типології, методи, категорії і рівні креативного розвитку: 1) передумови інноваційного мислення: компроміс аналітико-логічного і цілісно-всестороннього підходів; 2) типології інновацій: макроінновації, базові інновації, модифікації, нові продукти і нові процеси; 3) методи розвитку творчості: побудова сценаріїв, мозкова атака; 4) категорія

інноваційного суспільства, заснована на знаннях, інформації і ідеях, на відміну від імітаційного суспільства, що прагне застосувати чужі досягнення і тому відстає; 5) концептуальний рівень, заснований на співвідношенні понять творчості і інновацій; 6) інноваційні організації (адаптивні, схильні до експерименту, децентралізовані, органічні, самонавчальні тощо).

В інноваційному розвитку економіки успіху досягають лише ті підприємства, які здатні генерувати знання і адаптуватися до глобальних змін, що відбуваються. Це стало ключовим моментом конкурентної боротьби.

УДК.339.564.2

Решитько Т.В.<sup>1</sup>

<sup>1</sup>к.е.н., доц., доцент кафедри міжнародних економічних відносин,  
Центральноукраїнський національний технічний університет, Україна

### **ПЕРСПЕКТИВИ ВИХОДУ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ НА СВІТОВІ РИНКИ АГРАРНОЇ ПРОДУКЦІЇ**

Для кожного вітчизняного підприємства настає такий момент, коли доцільно шукати ринки збуту за межами країни. Цьому може сприяти – насиченість внутрішнього ринку, політичний клімат або економічна нестабільність у державі. Ці фактори є характерними і для України. Але багато вітчизняних підприємств ще не готові до виходу на міжнародні ринки. Причиною цього є низька якість продукції, що виробляється, застарілі технології виробництва, недостатність коштів, досвіду здійснення підприємницької діяльності.

Проте, в нашій державі є підприємства, які успішно конкурують на внутрішньому ринку, і продукція яких відповідає міжнародним стандартам та могла б бути конкурентною за кордоном. Значна кількість національних товарів і послуг успішно реалізуються на міжнародних ринках при достатньому рівні їх міжнародної конкурентоспроможності. Тому для збільшення обсягу продажу продукції та більш ефективного використання виробничих потужностей, підприємствам необхідно шукати нові ринки. Це особливо актуально для аграрних підприємств, так як ціни на продукцію в Україні та за кордоном значно відрізняються. Тому особливого значення набуває визначення стратегічних пріоритетів розвитку підприємства [3].

Як свідчить практика, постійної конкурентоспроможності досягають лише ті країни, які можуть оптимально реалізувати свої національні переваги, орієнтуючись на постійне підвищення продуктивності праці. Для досягнення такого рівня і необхідна наявність певних внутрішніх і зовнішніх умов, які складають потенціал конкурентоспроможності. Політика розвитку конкурентоспроможності вітчизняних підприємств повинна реалізовуватись як самими суб'єктами підприємницької діяльності в частині переорієнтації структури бізнесу з посередницького і ресурсозабезпечуючого на



високотехнологічний виробничий, так і мати абсолютну державну підтримку [3].

Досвід багатьох зарубіжних країн показує, що в значній мірі національний конкурентний потенціал формують підприємства середнього і малого бізнесу. Окремо взяте підприємство є самостійним, унікальним суб'єктом ринку, що потребує індивідуального підходу до визначення, формування та реалізації певної стратегії, з врахуванням особливостей його внутрішнього і зовнішнього середовища, фінансового стану, наявності ресурсів та напрямів діяльності. Успіх підприємств аграрного сектору на світових ринках залежить від багатьох внутрішніх та зовнішніх чинників, серед яких одним із ключових є формування та реалізація ефективної стратегії зовнішньоекономічної діяльності[1].

Стратегія зовнішньоекономічної діяльності призначена для створення правил і прийомів поведінки фірми на зовнішньому ринку в ролях експортера та імпортера товарів і послуг. Для виходу підприємств аграрного сектору із кризового стану в умовах глобалізації економіки потрібно розробити фундаментальну довгострокову програму стабільних зовнішньоекономічних відносин з торговельними партнерами, які вигідні для обох сторін [2].

На думку багатьох вчених, і ми так вважаємо, що для успішного просування вітчизняної аграрної продукції на світові продовольчі ринки необхідно:

- переорієнтувати розвиток економіки підприємств аграрного сектору на нарощування експортного потенціалу при умові дотримання балансу між внутрішнім і зовнішнім попитом на продукцію сільськогосподарського виробництва;

- підвищувати ефективність виробництва продукції рослинництва – зернових культур, соняшника, продукції тваринництва та нарощувати потенціал у перспективних секторах світового сільського господарства: виробництво рапсу, відродження виробництва льону;

- диверсифікувати географічну структуру зовнішньої торгівлі сільськогосподарської продукції (насамперед експорту), мінімізуючи залежність від окремих держав (ринків);

- намагатися збільшити позитивне сальдо в зовнішній торгівлі, забезпечивши на державному рівні збалансованість експорту й імпорту сільськогосподарської продукції;

- на рівні державних представництв та посольств України за кордоном, організувати пошук постійних покупців вітчизняної сільськогосподарської продукції, підтримувати й розвивати дипломатичні відносини з реальними партнерами [4].

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Ansoff I. The state of Practice Planning Systems / I.Ansoff // Sloan Management Review. – 1977. – Winter. – P.8
2. Гордієнко П. Стратегічний аналіз: навч. посіб. К.: Алерті, 2006. - 404с.
3. Потапенко Д.Д., Бондар А.С., Андріанова І.К. Стратегія виходу аграрних підприємств на зовнішній ринок. Науковий вісник. Вип. 9. / Потапенко Д.Д., Бондар А.С., Андріанова І.К. -2014. - С. 27 – 30.
4. Свисточ М.Б. Сутність та основні поняття стратегічного планування. Державне управління: теорія та практика. №2. 2013. С.37-43.

УДК 351: 338

Розгон О.В.<sup>1</sup>

<sup>1</sup>к.ю.н., доц., провідний науковий співробітник НДІ правового забезпечення інноваційного розвитку НАПрН, Україна

### ПІДТРИМКА БІЗНЕСУ ШЛЯХОМ ЙОГО РЕЛОКАЦІЇ

Перезапуск економіки у воєнний час — одне з найпріоритетніших завдань уряду. Тому зараз дуже важливо, щоб українські підприємства, які знаходяться у зоні активних бойових дій, продовжили діяти і швидше відновили роботу. Так, бізнес може отримати допомогу в переміщенні свого обладнання на безпечні території, пошуку виробничих приміщень і розселенні працівників.

Для цього у середині березня Кабмін ухвалив постанову «Про особливості роботи акціонерного товариства «Укрпошта» в умовах воєнного стану» від 17.03.2022 р. № 305 щодо безоплатного перевезення майна вітчизняних суб'єктів господарювання згідно з переліком, який формується Міністерством економіки і передається до Міністерства інфраструктури. Також ухвалено розпорядження КМУ «Про затвердження плану невідкладних заходів з переміщення у разі потреби виробничих потужностей суб'єктів господарювання з територій, де ведуться бойові дії та/або є загроза бойових дій, на безпечну територію» від 25.03.2022 р. № 246-р, що передбачає план невідкладних заходів із переміщення у разі потреби виробничих потужностей суб'єктів господарювання з територій, де ведуться бойові дії та/або є загроза бойових дій, на безпечну територію. Платформу для *допомоги в релокації* бізнесу запустили ДП «Прозорро.Продажі» за ініціатииви Мінекономіки і за підтримки Мінцифри та Дія.Бізнес.

Ця платформа переміщення створена для: бізнесу, який подав заявки на релокацію (підприємства, що здійснили повну або часткову релокацію своїх потужностей, потребують переміщення з територій, що наближені або знаходяться у зоні бойових дій, у безпечні регіони (наразі 14 областей:

Закарпатська, Івано-Франківська, Львівська, Тернопільська, Хмельницька, Чернівецька, Вінницька, Волинська, Рівненська, Київська, Дніпропетровська, Черкаська, Полтавська та Кіровоградська)); компаній, які хочуть допомогти підприємствам із релокацією; представників Міністерства економіки України, військових адміністрацій, компаній, які допомагають із опрацюванням заявок, логістикою, процесом переїзду, пошуком нових виробничих приміщень і розселенням працівників тощо.

Після обробки усіх запитів Міністерство економіки України визначає черговість релокації компаній. Пріоритет мають стратегічні підприємства та компанії, які виробляють товари першої необхідності, а також підприємствам, які можуть самостійно забезпечити демонтаж і перевезення своїх потужностей до найближчої станції АТ «Укрзалізниця». Фахівці в областях контактують із підприємством, спільно шукають варіанти для розміщення виробничих потужностей, вирішують питання оренди, підключення мереж, розселення персоналу і членів родин. Переміщення підприємств здійснюється трьома способами: самостійно; силами АТ «Укрзалізниця»; силами АТ «Укрпошта».

Після прибуття на нове місце підприємство монтує обладнання, підключається до мереж, запускає роботу. Державна служба зайнятості додатково співпрацює з підприємством у питанні працевлаштування нових робітників, а Державна служба з питань праці консультує у сфері гарантій безпеки життя і здоров'я працівників.

Наведемо приклад переміщення бізнесу до *Київської області*. Харківське виробництво змушено переносити виробництво через бойові дії. Підприємці мали вибір — переїжджати до Польщі або залишитися в Україні. На заході України не змогли знайти приміщення, яке б їм підходило, тому приїхали до *Індустріального парку «Біла Церква»*.

Відмітимо, що основною метою створення індустріального парку є забезпечення економічного розвитку та підвищення конкурентоспроможності регіону, активізація інвестиційної діяльності, підвищення рівня зайнятості населення, розвиток сучасної виробничої та ринкової інфраструктури.

Зауважимо, що переваги індустріальних парків полягають у можливості підвищення інституційної активності певних територій, створенні регіональних точок зростання, проведенні структурної перебудови економіки, створенні нових робочих місць, «очищенні» міст від промислового виробництва [1].

Дійсно, індустріальні парки — це перевірений часом та міжнародним досвідом механізм залучення інвестицій, збільшення зайнятості населення, збалансованого регіонального розвитку, підтримки місцевих виробників, сприяння малому та середньому підприємництву. Інвестування на території індустріальних парків є сприятливою для інвестора формою ведення бізнесу

й одночасно ефективним механізмом державної промислової та інвестиційної політики і політики регіонального розвитку. Сприяння створенню індустріальних парків віднесено до пріоритетних напрямів удосконалення інвестиційно-інноваційної інфраструктури в межах реалізації державної промислової та інвестиційної політики [2, с. 60].

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Марчишинець О. В. Індустріальні парки як інструмент залучення інвестицій в реальний сектор економіки регіону. *Економіка та суспільство*. 2017. № 9. URL: <http://economyandsociety.in.ua>.
2. Долженков О. В. Індустріальні парки як механізм стимулювання інвестиційно-промислової діяльності в Україні. *Lex Portus : юрид. наук. журн.* 2017. № 6. С. 57–64.

УДК 330.341.1

Руцишин М.О.<sup>1</sup>

<sup>1</sup>аспірантка, кафедра фінансів грошового обігу і кредиту, Львівський національний університет імені Івана Франка, м. Львів, Україна

### ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВ ТА ЙОГО ФІНАНСОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

Сучасні перспективи економічного розвитку України пов'язуються з високотехнологічними й конкурентоспроможними підприємствами, господарська діяльність яких створювала б синергетичний ефект із національною економічною системою. Такий ефект можливий лише за наявності інноваційного розвитку підприємств, які складають основу конкурентоздатності національної економіки.

Інноваційний розвиток охоплює практично усі сфери життєдіяльності підприємств, включаючи найрізноманітніші інноваційні процеси, що відбуваються у виробничій і невиробничій сферах. Складні інноваційні процеси ставлять перед підприємствами нові завдання для ефективного їх функціонування. Успішне функціонування підприємств можливе лише в умовах системності та ефективних інновацій, які спрямовані на пошук комплексу нових можливостей, що пропонує бізнес-середовище [1].

Однак на сьогодні, вітчизняні підприємства мало уваги приділяють пошуку інноваційних напрямів розвитку, що в кінцевому результаті призводить до втрати ринків збуту. Напрямок інноваційного розвитку підприємства – це окреслення шляху до впровадження і реалізації інновацій, які забезпечують покращення кількісних та якісних характеристик його діяльності, зміцнення ринкових позицій та створюють умови для висхідного розвитку. Стратегія інноваційного розвитку підприємств спрямовується на

усунення слабких сторін, які перешкоджають його успішній діяльності та заважають використовувати потенційні можливості.

Ефективність інноваційного розвитку підприємств залежить від узгодження :

- його цілей і зовнішнього середовища;
- ресурсних потреб та інноваційних можливостей;
- стратегії і тактики розподілу ресурсів у продовж конкретної фази життєвого циклу;
- всіх видів господарсько-технологічних процесів в єдиному алгоритмі;
- функціональної діяльності усіх підрозділів;
- всіх комунікацій між підрозділами;
- дій оперативного регулювання і координації діяльності підрозділів;
- кадрової політики підрозділів, системи навчання та перепідготовки персоналу;
- цілей і завдань підприємства та інтересів персоналу у системі мотивації;
- факторів системи якості продукції і рівня задоволення потреб споживачів;
- маркетингової політики і аналітико-дослідницького потенціалу;
- фінансових перспектив та ресурсних можливостей.

Інноваційний розвиток підприємств нерозривно пов'язаний з пошуком джерел фінансування та підвищенням ефективності використання фінансових важелів. Джерелами фінансування інноваційного розвитку підприємств є власні, залучені та запозичені кошти. При цьому, інноваційна діяльність підприємств не обмежується одним видом фінансування – переважно у більшості випадків відбувається оптимальне поєднання кількох форм фінансування. Кожне підприємство створює власну модель фінансового забезпечення інноваційного розвитку, де і визначається склад і структура джерел фінансових ресурсів. Фінансування інноваційної діяльності підприємства лише з одного джерела, наприклад, власних коштів, значно обмежує можливості реалізації потенціалу підприємств в повному обсязі, адже для масштабних інвестицій необхідні значні фінансові ресурси, якими підприємства не завжди володіють в достатньому обсязі. Для фінансування інноваційного розвитку підприємств залучаються кошти фінансово-кредитних установ, інвестиційних компаній, інноваційних фондів, міжнародних організацій [2]. Кількість можливих джерел фінансування інноваційної діяльності є дуже різноманітною за своїм характером, вартістю, строковістю та за потреби дозволяє обрати найбільш раціональний варіант для фінансового забезпечення. Нестача коштів є найвагомим фактором, що

стримує інноваційний розвиток підприємств. В Україні немає сформованого єдиного оптимального механізму стимулювання інноваційного розвитку підприємств.

Отже, інноваційний розвиток підприємств повинен супроводжуватися продуманою інвестиційною політикою, яка б передбачала необхідну фінансову підтримку. Достатнє фінансове забезпечення інноваційного розвитку підприємств дозволить підвищити їх ефективність та конкурентоспроможність як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Величко О. М. Особливості інноваційного розвитку сільськогосподарських підприємств. *Електронне фахове видання "Ефективна економіка"*. № 3. 2013. URL : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3386>
2. Гуца А. В., Боронос В. Г., Романова Ю. Ю. Фінансове забезпечення інноваційної діяльності підприємств. *Електронне фахове видання "Ефективна економіка"*. № 11. 2019. URL : [http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/11\\_2019/174.pdf](http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/11_2019/174.pdf).

УДК 005.33

Турко Д. О.<sup>1</sup>

<sup>1</sup>к.е.н., доцент кафедри економіки, маркетингу та міжнародних економічних відносин, Національний аерокосмічний університет ім. М.С. Жуковського «Харківський авіаційний інститут», м. Харків, Україна

### **РОЗРАХУНОК ЮНІТ-ЕКОНОМІКИ ЯК СПОСІБ ВИЗНАЧЕННЯ ВИГІДНОСТІ ВКЛАДЕНЬ І МАСШТАБУВАННЯ БІЗНЕСУ**

Планування масштабування бізнесу і виходу на новий рівень вимагають від підприємця розуміння, як розвиватися на перспективу, розраховувати та прогнозувати показники прибутковості [1]. Але тільки фінансового аналізу буде недостатньо, оскільки доцільним є визначення доходів та витрат у розрахунку на конкретну одиницю, яка створює цінність для бізнесу та яку підприємець бажає масштабувати (одиницю товару, клієнта, покупку). Саме тут допоможе розрахунок юніт-економіки. Це метод економічного моделювання, який дозволяє дати відповідь на питання: чи заробляємо ми на конкретній одиниці/ юніті?

Ефективність використання юніт-економіки у тому, що:

- це зручний спосіб розрахунку фінансової моделі бізнеса (оцінити теперішню прибутковість, загальну ринкову стійкість, визначити ефективність маркетингових витрат, точку беззбитковості);
- дозволяє будувати як короткострокове, так і довгострокове

планування (спрогнозувати майбутню прибутковість бізнеса, визначити сприятливі стратегії для оптимізації продукту);

- зручно відстежувати зміни з продуктом або бізнесом (визначити перспективи компанії, проаналізувати майбутній потенціал продукту, дає розуміння про бізнес інвесторам);

- ідеально підходить як для стартапів, так і для великих бізнесів;
- працює для b2b, і для b2c [1].

Щоб оцінити бізнес, потрібно зіставити метрики LTV (Lifetime Value, або довічна цінність клієнта, - дохід від одного клієнта за весь час використання сервісу або наших послуг) і САС (Customer Acquisition Cost, або вартість залучення одного користувача, - скільки доведеться витратити, щоб залучити нового користувача).

Як визначити САС для нового продукту? Допоможе пошук даних щодо ринку, предикт рекламних сіток, пробні рекламні кампанії.

Щоб знайти LTV, нам потрібний прибуток - різниця між виручкою та витратами, які безпосередньо пов'язані з реалізованою продукцією або наданою послугою. Звідки брати цифри, якщо їх нема? Взяти дані інших проектів, пошукати в Інтернеті, поспілкуватися з кимось із промисловості.

Про що говорить співвідношення метрик LTV та САС:

- 1:1 або менше – бізнес приречений на провал, якщо не зробити жодних дій, щоб покращити ситуацію (потрібно переглянути бізнес-модель або продукт);

- 2:1 – витрати на залучення клієнтів практично не окупаються (можуть виникнути проблеми при масштабуванні);

- 3:1 – бізнес-модель працює продуктивно: саме таке співвідношення можна назвати оптимальним, до нього потрібно прагнути;

- 4:1 – бізнес ще ефективніший і має всі шанси стати кращим, якщо задіяєти агресивні маркетингові кампанії.

Що робити, якщо  $CAC = LTV$ :

- зменшити коефіцієнт відтока (кількість клієнтів, які «відпадають» у кожному періоді) або збільшити коефіцієнт утримання (наскільки довго залишаються постійні клієнти з компанією);

- зменшити САС;

- збільшити середній чек;

- передивитись бізнес-модель.

Таким чином, юніт-економіка диктує такі умови ефективності:

1) LTV більше САС як мінімум у 3 рази.

2) САС повинна окупитися менш, ніж за 12 місяців.

3) Оптимізація САС й збільшення LTV.

Масштабовувати платне залучення є сенс, коли виконуються перші дві умови.

LTV можна підвищити такими способами:

- спрощенням способів здійснення повторного замовлення;
- збільшенням частоти використання продукту;
- впровадженням додаткових послуг, які б створювали додаткову цінність;
- підвищенням цін [2].

На даний момент вже розроблені автоматизовані інструменти для розрахунку юніт-економіки: різноманітні шаблони, калькулятори ([uecalc.com](http://uecalc.com), [ue.jet.style/](http://ue.jet.style/)) та симулятори стартапу ([utmstat.com/startup](http://utmstat.com/startup), [teachmegrow.com/game](http://teachmegrow.com/game), [simulator.gopractice.ru](http://simulator.gopractice.ru)), які дозволяють отримати результат, лише підставивши вихідні дані.

Так, перспективи подальших досліджень можуть бути пов'язані з порівнянням особливостей використання автоматизованих інструментів розрахунку юніт-економіки.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Юніт-економіка: приклади, розрахунки, формули: <https://ufin.com.ua/unit-ekonomika>
2. Что такое юнит-экономика и как с ее помощью избежать потери вложений (примеры расчета): <https://ain.ua/ru/2019/10/23/unit-ekonomika/>
3. Unit-экономика: как выгодно начать бизнес: <https://buduysvoe.com/ru/publications/unit-ekonomika-kak-vygodno-nachat-biznes>
4. Юніт-економіка: що це таке <https://marketer.ua/ua/unit-economics/>

УДК 330.332: 336.717

Шапуров О. О.<sup>1</sup>

<sup>1</sup>д.е.н., професор, в.о. завідувача кафедри інформаційної економіки, підприємництва та фінансів Інженерний навчально-науковий інститут ім. Ю.М. Потебні, Запорізького національного університету, м. Запоріжжя, Україна

## СУЧАСНА ВЗАЄМОДІЯ ФІНАНСОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ ТА БАНКІВСЬКОГО СЕКТОРУ

Революція фінансових технологій (FinTech) продовжується повним ходом у всьому світі. Хоча технологія була частиною індустрії фінансових послуг з 1850-х років, тільки протягом останніх двох десятиліть фінтех став терміном, який зазвичай описує технологічні прориви, які потенційно можуть змінити надання фінансових послуг, стимулювати створення нових бізнес-моделей, додатків, процесів та продуктів, а також забезпечення вигоди споживачам [1]. За той же період банківський сектор зазнав далекосяжних технологічних і нормативних змін, викликаних, серед іншого,



дерегулюванням та лібералізацією, досягненнями у галузі інформаційних та комунікаційних технологій, новими рішеннями для транзакцій та заощаджень, змінами у кібербезпеці та оцифровці.

Враховуючи вагому необхідність існування банків у фінансовій системі, дуже важливо розуміти ризики та можливості, які FinTech створює для банків. Прориви в таких технологіях, як хмарні обчислення, мобільні пристрої (смартфони) та сенсорні системи (Інтернет речей), а також «оцифрування практично всього» [2]: збагатили доступність даних про економічні транзакції та людські взаємодії через Інтернет та онлайн-платформи. Поява машин, здатних збирати та аналізувати величезні обсяги даних, надало нове значення алгоритмічній обробці (використання машинного навчання та нейронних мереж), яка тепер може наблизитися до потенціалу автономних інтелектуальних агентів та штучного інтелекту. Такі розробки істотно вплинули на багато галузей (музику, освіту, транспорт, готельний бізнес, продукти харчування тощо), що призвело до появи нових учасників, які скористалися перевагами цих цифрових технологій, щоб «зруйнувати» застарілі ланцюжки створення вартості та перевизначити їх. існуючі ринки. Хорошим прикладом з музичної індустрії є те, як нові платформи, що продають цифрову музику та послуги з передплати (Apple і Spotify) замінили давніх гравців музичної індустрії, які керували фізичними магазинами звукозапису (HMV і Virgin Megastores) [3]. Само собою зрозуміло, що індустрія фінансових послуг також була залучена до цього технологічного прориву, який призвів до появи руху FinTech. Хоча слово «фінтех» є аббревіатурою від «фінансових технологій», воно найчастіше використовується для позначення появи технологічних стартапів та нових учасників, чия екосистема впроваджує інновації в основі або на периферії фінансових послуг та надає рішення, що можуть приносити користь споживачам (і фінансовим установам), щоб вони краще розпоряджалися грошима та своїми фінансами. Використовуючи переваги існуючих технологічних розробок, FinTech робить свій внесок у фінансову екосистему, пропонуючи інноваційні рішення, які усувають існуючі прогалини у наданні фінансових послуг. При цьому має потенціал для більш ефективного і всеосяжного задоволення потреб економічних агентів. Однак вплив кожної технологічної розробки на створення рішення може бути різним для кожної відповідної потреби

Якщо банки вирішать взаємодіяти з FinTech, вони можуть зробити це одним з наступних основних способів: інвестування банками частини власного капіталу в стартап FinTech або як венчурний капітал чи за допомогою прямих інвестицій (*інвестування*); використовують платформи, розроблені фінтех-фірмою; формування мережі, в якій можна тестувати та впроваджувати нові технологічні рішення; формування спільного

підприємства з фінтех фірмою (*співробітництво*); власна розробка продуктів, коли банки самі розробляють фінтех-рішення, такі як безконтактні платежі, роборадники для інвестицій та інші (*власний розвиток*); злиття та поглинання, коли банки купують фінтех-фірму, щоб отримати швидший доступ до нових технологій (*правовий розвиток*); програми FinTech, у яких банки або приєднуються до інших банків та заінтересованих сторін у конкретній програмі з метою розробки рішення FinTech, або очолюють таку програму (*програмний розвиток*).

Потенціал фінтех-екосистеми, в якій співіснують банки, фінтех-фірми та небанки, може сприяти розробці нових банківських продуктів та послуг та покращенню існуючих, а також може підвищити ефективність та швидкість надання фінансових послуг традиційними фінансовими установами, знизити вартість посередництва. Фінтех може допомогти банкам у зборі необхідних ресурсів фінансування, відкритті більшої кількості ощадних і поточних рахунків та управлінні ними, отриманні доступу до ринків, що розвиваються, де фінансова інфраструктура обмежена, зниженні витрат на дотримання вимог та підвищенні точності оцінки ризиків в областях посиленої перевірки особистості, інвестиційний профіль та споживчу поведінку. Більш того, фінтех-рішення потенційно можуть створити можливість для банківського сектора у забезпеченні ліквідності та покращенні збору та управління інформацією. Логічний шлях для банків — прагнути співпраці з фінтех-фірмами та небанкками, а також впроваджувати фінтех-рішення.

### СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Arner D.W., Barberis J.N., Buckley R.P. (2015) The evolution of Fintech: A new post-crisis paradigm? University of Hong Kong Faculty of Law Research Paper No. 2015/047, UNSW Law Research Paper No. 2016-62. 2015
2. McAfee A., Brynjolfsson E. Human work in the robotic future: Policy for the age of automation Foreign Affairs. No. 95 (4). 2016). pp. 139-150
3. Magnuson W. Regulating Fintech. Vanderbilt Law Review. No. 71 (4). 2018. pp. 1167-1227

УДК 338.245

Шепетюк Л.В.<sup>1</sup>, Шепетюк С.Є.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> викладач, Гусятинський фаховий коледж ТНТУ, Україна

<sup>2</sup> здобувач вищої освіти, Гусятинський фаховий коледж ТНТУ, Україна

### ІННОВАЦІЙНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО ЯК ФАКТОР РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Підприємницький сектор є гарантом економічної стабільності та підвищення рівня життя громадян, створює сприятливе середовище для

конкуренції, що в результаті підвищує якість товарів та послуг. Аналізуючи сучасний стан підприємницької діяльності Тернопільської області та в цілому по країні, можна стверджувати, що нестабільне політичне становище та воєнні дії негативно впливають на економічний розвиток. Ряд підприємств частково втратили ринки збуту продукції, не можуть залучати висококваліфікованих спеціалістів для виконання виробничого процесу, а також відчувають труднощі у отриманні кредитів та пошуку інвесторів. Також негативно впливають на розвиток малого бізнесу низька купівельна спроможність населення, зростання цін та загальний спад виробництва. За останні роки у Тернопільській області спостерігається високий рівень трудової міграції, що створює нові проблеми для розвитку бізнесу, адже працівники мають можливість отримувати вищу заробітну плату за кордоном, а наші підприємства втрачають кваліфікованих спеціалістів. Молодь, як правило, не може працевлаштуватись за фахом через відсутність певного досвіду, невідповідність рівня освіти вимогам роботодавців. Малі фермерські господарства Тернопільщини також певною мірою відчувають тиск негативних явищ, даються взнаки російська агресія та внутрішні чинники – різке обмеження купівельної спроможності населення, зменшення експортних поставок.

В Україні триває повномасштабна війна, що має дуже важкі наслідки для нашої економіки. Понад 6 млн українців стали внутрішньо переміщеними особами і частина з них стали безробітними. Загальна сума збитків вже зараз становить майже \$80,4 млрд. У переліку пошкоджених та зруйнованих об'єктів є медичні заклади, дитячі садочки, заклади освіти, суб'єкти підприємницької діяльності. Наразі багато підприємств були змушені евакуюватися у більш безпечні регіони нашої країни або повністю припинити свою роботу. На захід України було переміщено 220 підприємств. В Тернопільській області вже розпочали діяльність та виготовляють продукцію 11 підприємств. Але, враховуючи ситуацію на даний момент, основними потребами підприємців є доступ до інвестиційних ресурсів та збереження своїх працівників. [2]

Уже зараз з'явилося багато ініціатив, що можуть вирішити першочергові потреби населення. Тому інноваційне підприємництво у теперішніх умовах буде мати важливе значення для розвитку економіки нашої країни. Постійний пошук нових ідей, їх реалізація та моніторинг ринкових умов – це складні завдання, що вимагають від підприємців вміння знаходити креативні рішення, передбачаючи потреби споживачів та творчо мислити. Українському уряду необхідно сконцентрувати свою увагу на якості технологічної освіти та сприяти розвитку інноваційного підприємництва. Сьогодні засновники стартапів не завжди знають як можна перетворити свої креативні ідеї на інноваційний продукт. І саме пілотний

проект «Підприємницький університет», у межах якого в українських вишах викладають курс «Інноваційне підприємництво та управління стартап проектами» зможе допомогти отримати відповідні знання. У процесі навчання студенти зможуть навчитися аналізувати ринок, вибирати ідею стартапу, оцінити її актуальність, визначити проблеми клієнта, володіти інструментами дизайну мислення, методами оцінки проблеми. Даний проект запровадили Стартап-інкубатор YEP спільно з Міністерством освіти і науки, Міністерством цифрової трансформації, Дія.Бізнес та Українським фондом стартапів. З одного боку, курс дасть нові знання та практики студентам і викладачам, а з іншого – у перспективі дозволить університетам залучити додаткові кошти від впровадження своїх розробок. Таким чином, на державному рівні потрібно покращити бізнес-клімат, постійно здійснювати перегляд чинних законодавчих актів, щоб замінити або скасувати ті, які перешкоджають розвитку інноваційної підприємницької діяльності, оскільки вона створює додаткові робочі місця, розширює поле ділової активності і стає більш привабливою для працівників.

### **СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ**

1. Стан розвитку малого підприємництва в Україні: веб-сайт. URL: <http://www.kmu.gov.ua> (дата звернення: 22.04.2022)
2. Час до роботи: як ввімкнути бізнес у часи війни: веб-сайт. URL : <https://www.unian.ua/economics/finance/biznes-pid-chas-viyeni-yak-rozpochati-y-chim-ce-mozhe-zagrozhuvati-novini-ukrajina-11802603.html> ( дата звернення: 26.04.2022)

#### **СЕКЦІЯ 4. «КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ТРАНСФОРМАЦІЇ ВІД ЛІНІЙНОЇ ДО ЦИРКУЛЯРНОЇ МОДЕЛІ ЕКОНОМІКИ»**

UDC 615.38:614.2(477)

Khomenko L.M.<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Ph.D. Student of the Department of Marketing, Sumy State University, Ukraine

#### **RESEARCH OF UKRAINIAN BLOOD SERVICE MARKET PROBLEMS TO ENSURE COMPETITIVENESS**

Rapid changes in the market situation are forcing companies to look for ways to increase the competitiveness of their products. The same applies to health care facilities, blood services in particular.

The topic of blood donation has become an important topic of research in the field of marketing, as marketing strategies can help increase the competitiveness of both the individual blood center and the industry as a whole.

Various aspects of the activity of blood service institutions in Ukraine are presented in the works of domestic and foreign scientists. Most of the work concerns the current elements of the institution and the organization of work, ensuring the required level of quality and evaluation of results [1-2].

At the same time, there is almost no work to increase the competitiveness of the blood service with the help of marketing tools.

One of the first steps in developing measures to increase the enterprise's competitiveness is the analysis of existing problems [3-5].

The work aims to study the problems of the blood service market and identify those that using marketing tools can solve.

The Blood Service of Ukraine faces many problems, each of which can be attributed to one of the following groups.

1. Information: lack of a good base of staff donors; the state does not correctly promote voluntary donation.

2. Logistics: insufficient number of donors; the problem of providing the medical industry with components and preparations of donor blood in sufficient quantities; the availability of components and blood products for medicine; a large percentage of write-off of erythrocyte mass.

3. Production: the problem of providing the medical industry with components and preparations of donor blood of proper quality; in Ukraine, the development of drugs that transport oxygen is not currently carried out; Ukraine does not have its fractionator plant.

4. Safety: the problem of providing the medical industry with components and preparations of donor blood of appropriate safety; the use of PCR to detect blood-borne infections has not been introduced in blood service facilities; sensitization and allergy of patients, the development of many pathological

conditions in patients who often receive blood transfusions; high incidence of blood-borne pathogens, which is constantly growing; lack of proper oversight at critical stages of donor selection and testing of harvested blood; high prevalence of blood-borne infections among donors.

5. Financial: blood transfusion stations do not receive sufficient funding; the state is forced to buy about UAH 5 million in imported drugs; annually due to the lack of own production of drugs VIII and IX coagulation factors.

6. Political: almost complete disregard for international recommendations and experience of developed countries in producing blood products and procurement of raw materials for them.

Thus, the blood service of Ukraine faces a large number of problems in the industry. At the state level can be solved only part of them, others - at the level of the blood center.

At the same time, using marketing tools can solve only informational and logistical problems.

Increasing the number of donors and the base of staff donors can help develop and implement marketing programs to promote voluntary donation and marketing programs to attract new, retain existing and return lost donors. The development of information products for the accounting and exchange of data on the needs of the medical industry and their availability in blood centers and direct marketing tools in their divergence can solve many logistical problems.

## REFERENCES

1. Любчак В.В., Любчак В.П., Тимченко А.С., Хоменко Л.М. Історія служби крові: монографія. Суми: ПФ «Видавництво «Сумський державний університет», 2020. 336 с.
2. Liubchak V.V., Khomenko L.M., Kovalishyn M.P., Pyina V.V., Babar T.V., Sikora V.V., Simonova O.V. New Marketing Tools in the Blood Service to Optimize Quality Management. *Wiadomości Lekarskie*. 2021. 9(74). P. 2192-2196.
3. Брикова А., Сніжко В. Проблеми та плани: як в Україні змінюватимуть систему донорства. *5.UA*. 14.06.2019. URL: <https://www.5.ua/suspilstvo/problemy-ta-plany-ia-k-v-ukraini-zminiuvatyut-systemu-donorstva-194200.html> (дата звернення: 25.03.2022).
4. Устїнов О. Шляхи розвитку трансфузіології та служби крові в Україні. НАМН. 04.07.2019. URL: <http://amnu.gov.ua/shlyahy-rozvytku-transfuziologiiyi-ta-sluzhby-krovi-v-ukrayini/> (дата звернення: 25.03.2022).
5. Пашков В. Проблеми донорства крові та її компонентів, або індетермінізм національної служби крові. Інтернет-Газета Аптека.Уа. 24.12.2018. URL: <https://www.apteka.ua/article/481261> (дата звернення 25.03.2022).

UDC 338

Sevastyanov R.V.<sup>1</sup>, Kolesnyk A.D.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>PhD in economics, docent “Zaporizhzhia Polytechnic”, Ukraine

<sup>2</sup>Stud. group BAD-311m NU “Zaporizhzhia Polytechnic”, Ukraine

## COMPETITIVENESS OF ENTERPRISES IN MODERN CONDITIONS

In a market economy, each company operates in a certain competitive environment, the factors of which affect it determining influence. Each industry forms its own competitive environment, and therefore, the company must properly evaluate its competitors and their interests, the industry (or industries) in which it operates to develop the most effective competitive strategies that would ensure its high competitiveness [1].

Market conditions require maintaining a high level of competitiveness - one of the main components of the company's success in domestic and international markets. The term "competitiveness" applies to goods or products, to producers or service providers, to regions and even individual countries and national economies. Of course, the essence of this concept varies depending on the category of application, but the only thing is that the concept of "competitiveness" reflects the ability of the object of study to effectively perform its functions in competitive market conditions.

The following definition of this term would be: the *competitiveness of the enterprise* is the ability to produce and sell products quickly, cheaply, efficiently, sell in sufficient quantities, with a high technological level of service. In the most general sense, the competitiveness of the enterprise is "the ability in the current conditions to design, manufacture and sell goods that are more attractive in price and non-price characteristics to consumers than the goods of their competitors. On the other hand, competitive is usually a company that can remain profitable for a long time in a market economy.

Pure competition is most favorable to society and consumers, because in this case the production carried out in the most economical way - in price competition manufacturers. It is because of the sale of goods at low prices last seek to attract consumers while creating a solid business reputation in the long run, at the same time the firm's interest is to reduce the degree of homogeneity and substitutability, get rid of the impersonality of pure competition [1].

The competitiveness of the enterprise is characterized by the following features:

- relevance, characterizes the competitive position and competitive advantages of the economic entity over other entities, which can be established only within their compliance with environmental conditions;

- relativity, as a feature is manifested when comparing the characteristics of the economic entity with the characteristics of other entities operating in a particular market;

- dynamics, reflects the change in the position of the subject as a result of its competitive activities in a particular competitive field and time coordinates.

An effective management system requires integrity, a systematic approach to building enterprise management. Insufficient elaboration of the general concept of management, refusal to introduce modern tools of coordination and regulation hinder the combination of elements of the organization into a single whole, in a coherent mechanism that works for a common goal; leads to a scattering of both efforts and resources [2].

Optimal functioning and development of the competitive potential of the enterprise depends on the optimization of management decisions and organizational management structure within which these solutions are developed and implemented. So, creating an effective management system of competitive potential at each enterprise, which will provide the competitiveness of it is an urgent need.

Construction of managerial innovations and their implementation in strategy competitiveness is fully determined by the level professionalism of managers, as well as knowledge generated and acquired by the staff of the enterprise. Joint experience as a basis competitiveness management is closely linked to the process production, dissemination and absorption of innovations (food, technological, managerial), which focus on competitive benefits [2].

## REFERENCES

1. Konkurentospromozhnist pidpryyemstva: navchalnyy posibnyk / I.A. Dmytriyy, I.M. Kyrchata, O.M. Shershenuk – X.: FOP: Brovin O.V., 2020. 340 p.
2. Kobidze H.H., Yakimova H.C. Mechanism pydvishennya konkurentospromozhnosti robochoi syly na rynku prazi v noviy ekonomizi. Rynok prazi ta zaynatist naselelnya. 2019. №3 (59). P. 44–50



УДК 338.3

Бобко Н.А.<sup>1</sup>, Азацький Б.В.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>старш. викл. кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності, НУ «Запорізька політехніка», Україна

<sup>2</sup>здобувач вищої освіти, НУ «Запорізька політехніка», Україна

## **КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ**

Конкурентоспроможність підприємства – це його комплексна порівняльна характеристика, яка відбиває ступінь переваг над підприємствами-конкурентами за сукупністю оціночних показників діяльності на певних ринках, за певний проміжок часу.

Адаптації підприємств до конкурентних умов нестабільного та мінливого зовнішнього середовища повинна бути врахована при процесі постійного та всебічного аналізу конкурентів, а також при пошуку місця підприємства на ринку, тобто оцінці конкурентоспроможності підприємства [1, с. 38].

Оцінка конкурентоспроможності підприємства є основою для розробки заходів щодо його розвитку. Модернізація виробничої сфери за умов підвищення його конкурентоспроможності в аспекті адаптації до зовнішніх умов може бути розділена за такими напрямками:

- роботизація виробничо-технологічних операцій;
- автоматизація контролю виробничо-технологічних операцій;
- використання більш ефективного та інноваційного обладнання;
- вдосконалення виробничих операцій;
- автоматизація планування та забезпечення виробничих завдань,

впровадження інновацій у виробничий процес [2, с. 305].

Забезпечення конкурентоспроможності передбачає систематизацію всіх чинників, які впливають на неї, та їх подальший аналіз у розрізі окремого підприємства. Першочерговим при цьому є виділення чинників прямої дії, що формують конкурентні переваги та, відповідно, конкурентоспроможність підприємства. Забезпечення стійких конкурентних позицій підприємства має реалізуватися в рамках дії управління його конкурентоспроможністю, яке являє собою систему інструментів, методів, важелів і стимулів, що використовуються для формування й утримання конкурентних переваг. Інструментами такого управління виступають способи впливу на господарську діяльність підприємства, а саме: фінансові, економічні, організаційні та технологічні складові [2, с. 306].

Вітчизняні підприємства використовують незначну частину методів оцінки їх конкурентоспроможності, це відображається переважно через невідповідність конкурентного середовища та незначну кваліфікацію керівництва.

Досліджуючи значну кількість різних методів, доцільним є систематизувати їх за 3 групами:

- методи, які відображають ринкові позиції підприємства;
- методи, які характеризують рівень менеджменту підприємства;
- методи, які оцінюють рівень фінансово-економічної діяльності [1,

с. 40].

Програма «EU4Business: конкурентоспроможність та інтернаціоналізація МСП» продовжує свою діяльність в Україні, щоб підтримати малі та середні підприємства під час воєнного стану в країні. Раніше, у мирний час, Програма вже підтримала понад 10000 підприємців та їхніх співробітників.

Регіональний фокус тимчасово буде на західних регіонах України.

Програма планує підтримувати малі та середні підприємства через бізнес-об'єднання – кластери, торгово-промислові палати, громадські організації у територіальних громадах.

Серед головних завдань екстреної підтримки Програми:

- зберегти робочі місця й посилити економіку України;
- інтегрувати внутрішньо переміщених осіб та жінок у місцеві ланцюги створення доданої вартості та бізнес-мережі;
- допомогти малим та середнім підприємствам диверсифікувати свої бізнес-моделі та розглянути можливість цифрової доставки продуктів і послуг;
- залучити українську діаспору в допомогу українському бізнесу.

Програма планує співпрацювати з експертами / консультантами з питань розвитку бізнесу у нестабільних умовах, щоб вирішити основні поточні проблеми наших українських партнерів [3].

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Березіна Л. М., Вараксіна О. В., Олійник А. С., Рак А. Г. Теоретико-методологічні основи управління конкурентоспроможністю підприємства. *Агросвіт*. 2021. № 21–22. С. 35–42.
2. Литвин Н. Ю. Інноваційне управління формуванням стратегічних орієнтирів конкурентних переваг. *БІЗНЕС ІНФОРМ*. 2021. № 1. С. 303–309.
3. Програма «EU4Business: конкурентоспроможність та інтернаціоналізація МСП» – підтримка підприємців під час воєнного стану. URL: <https://platforma-msb.org/programa-eu4business-konkurentospromozhnist-ta-internatsionalizatsiya-msp-pidtrymka-pidpnyemtsiv-pid-chas-voyennogo-stanu/>

УДК 330(02.064)

Бобраков В.С.<sup>1</sup>

<sup>1</sup>аспірант, Навчально-науковий інститут ім. Ю.М. Потебні Запорізького національного університету, Україна

## **ФОРМУВАННЯ КРЕАТИВНО-ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ОРГАНІЗАЦІЇ ЯК ЧИННИК КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ**

Актуальність дослідження формування креативно-інноваційного потенціалу організації як чинник конкурентоспроможності свідчить про те, що, по-перше, у суспільстві відбуваються системні та глибокі зміни, які впливають на всі сфери життєдіяльності суспільства і слугують тими рушійними силами, що вимагають подолання розриву у доступі до цифрових технологій та формування креативності особистості в умовах технологічних змін та інновацій.

По-друге, особливого значення набувають чинники креативно-інноваційного потенціалу організації як чинник конкурентоспроможності, а для цього слід знайти креативні відповіді для вирішення фундаментальних проблем організацій [1].

По третє, для цього необхідне використання креативно-інноваційного потенціалу організації як чинник конкурентоспроможності як запоруки економічного зростання інноваційно-інформаційного суспільства, що потребує розвитку інноваційних технологій для створення вартості у цифрову епоху, використання цифрових даних і платформ, щоб забезпечити справедливий доступ до них та подолати існуючі тенденції концентрації багатства в одних руках і забезпечити більш справедливий доступ до цифрової цивілізації, яка вимагає творчої суті людини як головної універсали даного виду соціуму.

По-четверте, креативність як сутність нової алгоритмічної культури представляє собою сукупність специфічних уявлень, вмінь та професійних навичок, що мають вийти на перший план в інформаційну добу, направлених на пошуки оволодіння новими видами діяльності. Креативність як сутність нової алгоритмічної культури є сукупність специфічних уявлень, вмінь та професійних навичок, що мають вийти на перший план в інформаційну добу, направлених на пошуки оволодіння новими видами інтелектуально-творчої енергії особистості, які допомагають відкривати нові знання, щоб мати здатність творити і розробляти різноманітні проривні ідеї, оволодіти методологією інновації з метою отримати непередбачуваний результат, мати більший вплив на довколишній світ, виступати новим інструментом, який підвищує спроможність вирішувати проблеми складних систем [2]. В основі наукового опрацювання теми креативно-інноваційного потенціалу організації досліджується у роботах М.Ажажі, В.Андрущенка, В. Беха, Ю.Бех,

М.Бойченка, Т. Бугченка, В. Вашкевича, В. Воловика, О. Волкова, В. Воронкової, Е. Герасимової, О.Дзьобаня, Д.Дубова, А.Кравченко, М.Кириченка, О. Кивлюк, М. Лепського, В.Нікітенко, О.Крайнік, Р. Олексенка, Т.Сергієнко. Творчу модель креативно-інноваційного потенціалу організації та використання креативних інформаційно-комунікаційних технологій започатковано у дослідженнях В. Андрущенка, О. Кивлюк, Р. Олексенка, М. Кириченка, Мельник, О. Пунченка, Д. Свириденка, С. Терепишого, І. Шавкун, І. Чайка, у дослідженнях яких дається аналіз проблем освіти і культури, культури та інформації. Серед зарубіжних авторів ми виділяємо твори таких вчених, як Аль-Халілі Джима, Е. Брінвольфссона, К. Кевіна, Е. Макафі, О'Райлі Тіма, Д. Роуза, О. Тоффлера, К. Штайнера, В. Старгінса, Р. Флориди, М. Форда та інших, які презентували тему творчості в умовах технологічної революції 4.0 та глобалізації 4.0. Методологія дослідження. Виконанню завдань дослідження формування креативно-інноваційного потенціалу організації як чинник конкурентоспроможності сприяла нелінійна методологія складності, що являє собою сукупність теоретичних та практичних знань, умінь та компетентностей, які є особливо важливими як чинники креативного розвитку особистості в умовах інноваційно-інформаційного суспільства. Концепція формування креативно-інноваційного потенціалу організації як чинник конкурентоспроможності вимагає врахування інноваційної компоненти, що є особливо важливою для креативного розвитку особистості, що потребує використання методології, яка б дала змогу зрозуміти виробничий процес як складний соціальний, економічний і культурний організм та складний динамічний процес [3]. Такою методологією слугує методологія складності як методологія самоорганізації, яка базується на знаннях філософії, менеджменту, теорії організацій, що отримали назву Agile-методології (гнучкої методології), що вписуються у теорію і методологію спіралеподібної динаміки. Agile-методологія виступає як теоретична основа моделі компетентнісних досліджень та інноваційної компоненти креативно-інноваційного потенціалу організації як чинника конкурентоспроможності. Методологічна основа дослідження визначається комплексом філософських, спеціальних і загальнонаукових методів, серед яких слід виділити аксіологічний, діяльнісний, когнітивний, інституціональний, структурно-функціональний, діалектичний, синергетичний, системний, історико-порівняльний, логіко-історичний, антропологічний. Наукова новизна дослідження у тому, що вперше здійснено концептуалізацію формування креативно-інноваційного потенціалу організації як чинник конкурентоспроможності. Креативно-інноваційний потенціал організації як чинник конкурентоспроможності включає в себе сукупність знань, інформації, технологій, досвіду людини, матеріальні засоби, необхідні для розробок та вирішення проблем організації

– економічних, інфраструктурних, соціальних, екзистенціальних, виробничих, направлених на зростання економіки, збільшення доходів, вирішення проблем соціальної справедливості, що створюють умови для упровадження нової продукції та підвищення ефективності господарства, та надають більше можливостей для технологічного розвитку та розширення можливостей самих ресурсів; підвищення ефективності виробництва та добробуту для більшої кількості працівників інноваційного підприємства чи організації, що з необхідністю вимагає суттєвих змін виробництва, щоб підняти економічний розвиток та сприяти конкурентоспроможності підприємства, для чого слід озброїтися кращими технологіями та організаційними можливостями, які з'являються лише за наявності креативно-інноваційного людського потенціалу, який є головним джерелом новітніх технологічних та організаційних змін, двигуном економічного механізму, що може сприяти жвавому економічному зростанню [4]. Алгоритмічне мислення і алгоритмічну культуру слід розвивати, вони представляють собою сукупність ідей, принципів, концептів вивчення основоположних проблем про цифровий світ, особливості розв'язання проблем повсякденності, які є основою для багатьох відомих алгоритмів добування даних; це загальні принципи аналітичного і системного мислення з використанням даних (BIG DATA), необхідних для найкращого вирішення проблем, вирішення яких вимагає знання когнітивних, комп'ютерних і поведінкових наук, які розгортаються між людським пізнанням та обчисленнями з метою отримання передбачуваного результату та пошуку алгоритмів у вирішенні людських проблем [5].

### СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Nikitenko, V., Andriukaitiene, R., & Puchenko, O. Developing corporate management to improve the quality of customer service. *Humanities studies: Collection of Scientific Paper*, 2019. 1(78). С. 140-153.
2. Nikitenko Vitalina, Andriukaitiene Regina, & Puchenko Oleg. Formation of sustainable digital economical concept: challenges, threats, priorities. *Humanities Studies*. 2019. Випуск 1(78). 140-153.
3. Нікітенко В.О. Креативний клас як чинник удосконалення людського капіталу у контексті розвитку смарт-освіти. *Humanities studies: Collection of Scientific Papers*. Zaporizhzhia: Zaporizhzhia National University, 2021. 7 (84), P. 22-30.
4. Voronkova Valentyna, Puchenko Oleg, Azhazha Marina. Globalization and global governance in the fourth industrial revolution (industry 4.0). *Humanities Studies*. 2020. Випуск 4(81). С. 182-200.
5. Tovarnichenko Vladimir. Pseudoscience and information security in smart – society. *Humanities Studies*. 2020. Випуск 1(78). С. 15-26.

УДК: 338.58:65.014

Богдан Ю.М.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> к.е.н., доцент кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності  
Національний університет «Запорізька політехніка», Україна

## **ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ**

В сучасних умовах економічної кризи в Україні гостро постає питання підвищення конкурентоспроможності підприємств на ринку та їх своєчасної адаптації до змін конкурентного маркетингового середовища. Перед підприємствами стоїть проблема формування стійких конкурентних переваг на основі найбільш повної взаємозв'язки стратегічних можливостей підприємств із внутрішнім потенціалом та невикористаними резервами з метою максимальної синергізації ефективності роботи підприємств на конкурентному ринку.

Конкурентоспроможні продукти – це результат функціонування конкурентоспроможного підприємства, яке здатне їх створити, виготовити і забезпечити необхідний рівень споживання у замовників. При цьому важливим є наявний потенціал, вміння його ефективно використовувати і розвивати а також розуміння того, що конкурентоспроможність підприємства залежить від його внутрішнього стану та зовнішнього положення.

Серед причин, що заважають підвищувати конкурентоспроможність машинобудівних підприємств України та промисловості в цілому, можна назвати:

- структурні диспропорції;
- залежність машинобудівних підприємств від доступу до кредитних ресурсів;
- експорт продукції переважно в країни СНД;
- високий рівень зносу основних фондів;
- низьку сприйнятливість до впровадження інновацій;
- технологічне відставання у низці галузей;
- високу матеріало- та енергоємність;
- відсутність сучасного обладнання для випуску інноваційної конкурентоспроможної високотехнологічної продукції;
- недостатнє кадрове забезпечення та фінансово-економічні можливості;
- пандемія COVID-19

Пандемія COVID-19 стала значним випробуванням для країн світу. За даними Світового банку, у 2020 році світовий ВВП знизився на 4,3%, ВВП США – на 5,4 %, а ВВП Європейського Союзу – на 3,6%, світовий товарооборот знизився на 9,5%. Одночасно економіка Китаю зросла на 2%,

що зменшило загальносвітове падіння ВВП. ВВП України за даними Державної служби статистики знизився на 4% за результатами 2020 р.

Приблизно 20 – 30% доходу світової машинобудівної галузі залежить від Китаю. Особливо це стосується виробництва аерокосмічної та авіаційної техніки, ці сектори є одними з основних експортерів до Європи та США. Китай є важливим постачальником, на якого припадає 35% глобальної доданої вартості, і в секторі є тісні взаємозв'язки щодо проміжної продукції.

Очікувалось, що у 2020 році темпи зростання виробництва у машинобудуванні будуть низькими. Тепер попит на ринках кінцевого споживання ще більше знизиться внаслідок карантинних заходів.

Пропонуються наступні шляхи вирішення вищезазначених проблем:

1. Розвиток внутрішнього ринку продукції машинобудування. Об'єм замовлень визначає ступінь залежності підприємств машинобудування. Розширення та розвиток внутрішнього ринку повинні згладити проблеми, спричинені існуванням природних монополій, і підвищити конкурентоспроможність машинобудівного комплексу.

2. Проведення технологічної модернізації підприємств машинобудівного комплексу, а саме:

- впровадження нових технологій, сприяючих підвищенню конкурентоспроможності машин та обладнання;
- підвищення фінансової стійкості машинобудівних підприємств шляхом їх об'єднання у великі корпорації та холдинги;
- покращення рентабельності підприємств шляхом оптимізації структури виробництва завдяки використанню програмного управління та роботизованих ліній;
- збільшення темпів оновлення та введення більш досконалих основних фондів за рахунок інвестицій, державного фінансування та приватного капіталу.

3. Вдосконалення фінансування сучасного машинобудування:

- пільгове кредитування виробника, який направляє інвестиції в розвиток та модернізацію виробництва 80% і більше прибутку та 100% амортизаційних відрахувань;
- звільнення від оподаткування реінвестованої величини прибутку;
- стимулювання інвестиційної активності шляхом надання податкових пільг а також митних пільг на ввезене сучасне технологічне обладнання та техніку;
- фінансування інноваційної діяльності за рахунок пільг з ПДВ, податку на майно, а також митних пільг на вивезену за кордон інноваційну продукцію.

УДК: 338.43

Бондар Ю.А.<sup>1</sup>, Паламарчук Я.А.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>к.е.н, доцент, доцент кафедри менеджменту та економіки,

Льотна академія Національного авіаційного університету, Україна

<sup>2</sup>здобувач вищої освіти факультету менеджменту, Льотна академія Національного авіаційного університету, Україна

## **ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА**

Одним із аспектів економічного середовища є конкурентоспроможність підприємства. Це характеризує можливість підприємства бути адаптованим до сучасних умов світового господарювання. Про посилення конкурентної боротьби свідчать характеристики стрімкого зростання вимог споживачів, а також зміцнення позицій конкурентів і скорочення строків впровадження інноваційних технологій.

Для будь-якому підприємства та його економічного зростання необхідно ретельно спланувати ефективний розвиток, що вимагає систематичного підходу та здійснення значного комплексу організаційно-економічних, управлінських та технологічних заходів, а також накопичення необхідної інформації про власні можливості і перспективи. Таким чином розробка та впровадження заходів щодо підвищення конкурентоспроможності підприємства стає основним та актуальним завданням.

Конкуренція примушує суб'єкти господарювання на ринку постійно контролювати дії конкурентів, приймати рішення щодо подолання негативних наслідків їхнього тиску та сприянню стабільного розвитку підприємств в умовах конкуренції, тобто забезпеченню їх конкурентоспроможності.

Проблеми конкуренції та вивчення конкурентоспроможності підприємств є важливими та актуальними як для економіки країни в цілому, так і для кожного підприємства.

Для підприємств та їх власників конкурентоспроможністю підприємства стає важливою проблемою щодо управління, адже світова економічна криза загострила ситуацію в конкурентній боротьбі підприємств. За відсутності проведення рівнозначної та своєчасної оцінки рівня конкурентного потенціалу, виявлення й аналізу факторів безпосереднього впливу на конкурентні позиції підприємства, його керівництво унеможливує розробку та впровадження існування та функціонування підприємства, тому до організаційних заходів, щодо підвищення конкурентоспроможності підприємства можна віднести наступні [2]:

– забезпечення пріоритетності продукції;



- зміну якості виробу і його технічних параметрів з метою обліку вимог споживача та його конкретних запитів;
- виявлення переваг товару порівняно із заміниками;
- виявлення недоліків товарів-аналогів, які випускають конкуренти;
- вивчення заходів конкурентів з удосконалення аналогічних товарів;
- виявлення й використання цінних факторів підвищення конкурентоспроможності продукції;
- нові пріоритетні сфери використання продукції;
- диференціація продукції, що забезпечує відносно стійкі переваги споживачів, які віддаються певним видам взаємозамінних товарів.

Узагальнення шляхів підвищення конкурентоспроможності підприємства і збільшення його частки на ринку дає можливість визначити такі, які найбільш часто використовуються [1]:

- виведення на ринок новий вид продукції;
- зниження ціни на продукцію або послуги;
- широке використання рекламних заходів;
- реалізація товару через більшу кількість торгових представників.

Можливість підприємства конкурувати на визначеній території ринку безпосередньо залежить від впровадження інновацій, конкурентоспроможності товару та сполучення економічних засобів діяльності підприємства, надаючи перевагу в умовах конкурентної боротьби.

Таким чином, забезпечення рівня високої конкурентоспроможності означає, що всі ресурси, які використовує підприємство, більш продуктивніші і приносять більший прибуток, ніж його ринкові конкуренти. Це дозволяє підприємству зайняти стабільне місце на ринку товарів та послуг і забезпечує постійний попит споживачів на його продукцію. Основними шляхами підвищення конкурентоспроможності є виведення на ринок нових видів продукції, зниження ціни на продукцію або послуги, широке використання рекламних заходів, реалізація товару через більшу кількість торгових представників та впровадження інновацій.

## **СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ**

1. Харченко Т.Б. Забезпечення конкурентоспроможності підприємств як засіб ринкового реформування економіки. *АПЕ*. 2003. № 2. С. 70-73.
2. Кузьмін О.Є., Горбаль Н.І. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства : навчальний посібник. Львів : Компакт-ЛВ, 2005. 304 с.

УДК: 331.5:338.24:81'243:378.147

Бондаренко О.М.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> доцент кафедри теорії та практики перекладу, НУ «Запорізька політехніка», Україна

## **ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ МАЙБУТНІХ ДИЗАЙНЕРІВ НА РИНКУ ПРАЦІ ЧЕРЕЗ ВИВЧЕННЯ ІНОЗЕМНОЇ МОВИ**

Дизайн, як багато інших сфер діяльності людини, стає все більш інтернаціональним явищем, виходячи далеко за географічні межі країни, де мешкає фахівець. Це свідчить про поглиблення процесів глобалізації та міжнародної кооперації. Англійська мова є мовою міжнародного спілкування, тому для професійного успіху майбутніх дизайнерів актуальним стає вивчення саме англійської мови, більш того, здатність спілкуватися іноземною мовою передбачена стандартом вищої освіти.

Які аспекти вивчення мови є найбільш важливими для забезпечення конкурентоспроможності бакалаврів з дизайну?

Виходячи з того, що студенти першого курсу вступають до вишу з дуже різним ступенем підготовки, а іноді зовсім не вивчали англійську в школі, викладач стикається з великими труднощами. Групи студентів численні, їх розподіл за рівнем підготовки законодавчо не передбачено, тому проблема нерівномірної підготовки до подальшого навчання є дуже болочою. Викладач повинен орієнтуватися на слабших студентів, що призводить до втрати інтересу до навчання студентів з більш високим рівнем підготовки. Існуюче на сьогодні навчальне навантаження не дозволяє навіть підтримати вже існуючий рівень володіння іноземною мовою, не кажучи вже про вдосконалення володіння мовою.

Для отримання диплому з відзнакою студенти-бакалаври повинні мати наукові праці, для чого як мінімум потрібно скласти анотацію англійською мовою, а краще перекласти свою роботу на англійську мову. Більш того, недостатній рівень володіння мовою занепокоїть ще і тому, що для вступу до магістратури студентам обов'язково потрібно здавати іспит з іноземної мови, а вивчення мови передбачено протягом лише перших двох семестрів. Недостатній обсяг вивчення іноземної мови ускладнює завдання для майбутніх магістрів, одночасно лишаючи університет великої кількості студентів, які не в змозі скласти цей іспит. Таким чином, університет також втрачає конкурентоспроможність на ринку.

Ще одною перешкодою для якісного навчання є те, що студенти за різними напрямками навчання «Промисловий дизайн», «Дизайн інтер'єру», «Графічний дизайн» навчаються в одній групі. Щоб наблизити навчальний процес до потреб студентів, на заняттях з англійської мови викладач

використовує індивідуальні завдання намагаючись задовольнити таким чином освітні потреби усіх студентів одночасно.

Режим віддаленої роботи у зв'язку з пандемією та бойовими діями дозволяє певною мірою задовольнити потреби студентів. Для цього використовуємо завдання щодо створення презентації за допомогою Power Point за темами: «Сучасний митець», «Кращі зразки оформлення інтер'єру», «Стилі живопису», та іншими. Це дозволяє студентам знати надбання національної та всесвітньої культурно-мистецької спадщини, що є однією з фахових компетенцій дизайнера. На нашу думку, подібні завдання дозволяють досягти дві мети одночасно: підвищити рівень володіння мовою та підвищити рівень опанування графічних програм, які є необхідними в майбутній професійній діяльності.

Наявність посібників англійською мовою з хорошою поліграфією та ілюстративним матеріалом для навчання дизайнерів полегшує завдання викладача. Студенти через ілюстрацію запам'ятовують нові слова та вирази значно швидше та якісніше через візуальні асоціації, які притаманні представникам цієї професії.

Ще одним викликом для викладача є необхідність підготувати майбутніх дизайнерів для перемовин з клієнтом або тією особою, яка приймає рішення щодо оформлення заказу належним чином. Вважаємо доцільним проведення комунікативних ігор, де один зі студентів діє в якості замовника, а інший в якості виконуючого це замовлення. Можливо створення панельної дискусії зі залученням усіх студентів групи.

За нашими спостереженнями, такий формат підвищує інтерес студентів до навчання. Вони уявляють себе дорослими та самостійними, навчаються вирішувати виробничі питання, тобто набувають багатьох загальних компетенцій, які передбачені стандартом вищої освіти. Але, на нашу думку, нелогічність побудови навчального плану не дає змоги отримати найбільшу користь від цього, тому що студенти незнайомі навіть з азами економіки.

Вважаємо, що в умовах жорсткої конкуренції вітчизняних вишів щодо залучення студентів на навчання, наявності можливостей отримати фахову освіту за кордоном, демографічною ситуацією в країні керівництву вишів вкрай потрібне переробити навчальні плани з метою поліпшення вивчення іноземної мови студентами-дизайнерами.

Таким чином, незважаючи на численні недоробки навчального плану та нестачу часу для ретельного вивчення іноземної мови, викладачі вишів намагаються знайти такі методи та форми роботи, які дозволять майбутнім дизайнерам набути всіх необхідних компетенцій та стати конкурентоспроможними на ринку праці.

УДК 334

Гайворонська І.В.<sup>1</sup>, Гумашян Е.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>к.е.н., доц., доцент кафедри маркетингу та бізнес-адміністрування,  
Одеський національний університет ім.І.І.Мечникова, Україна

<sup>2</sup>Гумашян Е., здобувач вищої освіти, Одеський національний університет  
ім.І.І.Мечникова, Україна

## **СИСТЕМА МЕНЕДЖМЕНТУ СУЧАСНОЇ ТРАНСНАЦІОНАЛЬНОЇ КОРПОРАЦІЇ**

Транснаціональні корпорації займають важливе місце у розвитку світової економіки. ТНК є одним із найголовніших аспектів, завдяки яким формується та зміцнюється економіка світу. Для того, щоб транснаціональні корпорації мали такий вплив, потрібно мати міцну, налагоджену та координовану сучасну систему менеджменту. Внутрішня побудова корпорації, фундамент на якому тримається ТНК залежить від її менеджменту. Отже, для того, щоб розібратись з тим, як саме транснаціональні корпорації впливають на стан економіки, чому вони стали агентами глобалізації та, як саме нині керуються світові гіганти, нам треба дослідити те, яким чином здійснюється управління у транснаціональних корпораціях.

ТНК все більш розвиваються, а це, своєю чергою, чинить серйозний вплив на економіку, як розвинених держав, так і країн, що розвиваються.

Після впровадження транснаціональних корпорацій в країни, що розвиваються, ТНК посідають провідні позиції в галузях економіки. Таким чином, ТНК контролюють 40% промислового виробництва цих країн та 50% їх зовнішньої торгівлі.

Через свою світову діяльність ТНК виступають у ролі агентів глобалізації. Проте їх зростання мають певні загрози глобалізації, серед яких: монополізація ринку (проявляється, коли транснаціональні корпорації втягують у свою діяльність безліч малих та середніх підприємств, через що зростає залежність малих підприємств від ТНК, також корпорації «поглинають» або знищують дрібних конкурентів); виникає ряд загроз суверенітету малих держав (коли ТНК володіють великими фінансовими можливостями та отримують політичну підтримку, то вони можуть диктувати правила не тільки конкурентам, а й цілим державам); загроза екології (через надмірний контроль і введення жорстких екологічних норм з боку держави та громадських організацій виробничі корпорації перемішують брудні виробництва в бідні країни, в яких взагалі не слідкують за станом навколишнього середовища) [2].

Попри те, що з боку споживачів та держав монополія ринків є неприйнятною, все ж таки кожне підприємство бажає диктувати свої правила. Отже, розглянемо, як саме керуються сучасні корпорації.

Почнемо з організаційної структури ТНК. Через те, що в транснаціональних корпораціях завжди реалізують різноманітні проекти, впроваджують інновації, відповідною структурою управління для ТНК виступатиме матрична. За цією структурою управління відбувається чітке формулювання стратегічних напрямів діяльності ТНК чи проектів, і створюється певний баланс між потребами для їх реалізації та завданнями, які стоять перед виробничим, маркетинговим, фінансовим та іншими підрозділами компанії, виходячи з її загальної стратегії.

Однак складність самої матричної структури з точки зору перехресного контролю спеціалістів різних підрозділів з боку функціональних і проєктних менеджерів, а також пов'язані з цим витрати часу, фінансових та інших ресурсів для процедур узгодження рішень, можуть значно обмежити її використання ТНК [3].

Керівництво ТНК містить два найважливіших аспекти:

- Філософські основи поглядів керівників на підлеглих.
- Підходи до лідерства як відображення характеристик автократії – участі й поведінки керівників.

Незважаючи на стилі керівництва або підходи до управління, кожна корпорація має особисті принципи менеджменту, яких дотримується.

Розглянемо основні принципи управління на прикладі корпорації Toyota, завдяки яким вона стала провідною в своїй галузі:

1. Корпорація Toyota приймає управлінські рішення з урахуванням довгострокової перспективи, навіть якщо це завдає шкоди короткостроковим фінансовим цілям.

2. Процес у вигляді безперервного потоку сприяє виявленню проблем.

3. Toyota дотримується системи «витягування», щоб уникнути перевиробництва.

4. Розподіляє обсяг робіт рівномірно: «працює як черепаха, а не як заєць».

5. Робить зупинку виробництва з метою розв'язання проблем частиною виробничої культури, якщо того вимагає якість.

6. У корпорації Toyota стандартні завдання – основа безперервного вдосконалення і делегування повноважень співробітникам.

7. Використовує візуальний контроль, щоб жодна проблема не залишилася непоміченою.

8. Toyota використовує тільки надійну, випробовану технологію.

9. Виховує лідерів, які досконально знають свою справу, сповідають філософію компанії й можуть навчити цьому інших.

10. Корпорація Toyota формує команди, які сповідують філософію компанії.

11. Поважає своїх партнерів і постачальників, ставить перед ними

важкі завдання і допомагає їм удосконалюватися.

12. Розбирається в ситуації, побачивши все своїми очима.

13. Приймає рішення не кваплячись, на основі консенсусу, зваживши всі можливі варіанти; впроваджуючи його, не зволікає.

14. Є структурою, що навчається шляхом невинного самоаналізу і безперервного вдосконалення [1].

Завдяки цим принципам корпорації Toyota вдалося розвинутися та досягти високого рівня професіоналізму, а також впровадити та застосувати на практиці системи ощадливого виробництва в будь-якій компанії світу.

Таким чином, було виявлено, що сучасне керування ТНК містить різноманітні аспекти, які в кожній корпорації є індивідуальними. Не існує єдиного типу управління, якого дотримуються усі транснаціональні корпорації, не існує однакових принципів у корпораціях, у кожній ТНК свій шлях розвитку, своя організаційна культура. Отже, можна зробити висновок, що сучасний менеджмент в транснаціональних корпораціях визначається згідно з особистою стратегією, місією та візією корпорації.

## **СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ**

1. Джефрі К. Лайкер. Філософія Toyota. 14 принципів роботи злагодженої команди / пер. Наталія Валевська. К.: Наш Формат. 2017. 424 с. ISBN 978-617-7388-78-3.

2. Рожкова В.В., Лёвина А.А. Значение и роль ТНК в современной мировой экономике. Материалы VII Международной студенческой научной конференции «Студенческий научный форум». 2015.

3. Еволюція організаційних структур ТНК. веб-сайт. URL: [https://msn.khnu.km.ua/pluginfile.php/210473/mod\\_resource/content/1/04%20DO C.pdf](https://msn.khnu.km.ua/pluginfile.php/210473/mod_resource/content/1/04%20DO%20C.pdf)

## **МАРКЕТИНГОВІ КОМУНІКАЦІЇ НЕЗАЛЕЖНИХ КОМЕРЦІЙНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

В умовах повномасштабного спротиву української армії та народу наступу і стримування збройної агресії, чітко виділяються потенційні точки зростання економіки – інновації в фінансово-інвестиційній, виробничій, маркетинговій, медичній, освітній діяльності. Найважливішими потребами українського суспільства у ці складні часи стають психологічна, безпекова та фінансова задоволеність. В цілому, суспільство активніше взаємодіє з фінансовим сектором економіки, отримуючи допомогу від держави, яка своєю чергою, отримує безперервне екстрене фінансування від МВФ та інших світових інституцій, адже гуманітарна катастрофа поставила величезну кількість людей на межу виживання: не лише фізичного, а й фінансового. Відтак, актуальними стають питання економічної оборони країни, оцінки комерційної діяльності та інші важливі фінансові питання, які наразі займають чільне місце у системі взаємодії споживачів (користувачів, клієнтів) та незалежних, автономних комерційних підприємств, таких як банки, котрі сьогодні стоять на фінансовій обороні України. З початку агресії проти України, в країні залишилися працювати 69 банків. Домінуюча частка належить 4 державним банкам, серед яких – АТ КБ «ПриватБанк» – найбільший банк України, який займає лідируючі позиції з усіх фінансових показників у галузі і складає близько чверті всієї банківської системи країни та обслуговує третину вкладів населення країни. До того ж, декілька років поспіль цей банк отримує нагороду FinAwards у номінації «Кращий інтернет-банк».

У ПриватБанку найефективнішими каналами просування послуг є власні канали прямих комунікацій з клієнтами. Можливості сегментації клієнтів на основі аналізу їх платіжної історії дозволяють пропонувати їм необхідні послуги. До основних інструментів інтерактивного маркетингу, які використовує ПриватБанк, відносяться: веб-сайт і промо-сайти; електронні дошки оголошень; Call-центр; Інтернет-реклама; E-mail-маркетинг; online практика в Приватбанку; офіційні сторінки Приватбанку в соціальних мережах (Instagram, Facebook, Twitter, LinkedIn, Telegram); online-банкінг; чат-боти; СМС-інформування, Youtube канали та ін. Крім того, для просування своїх продуктів в Інтернет банк використовує CPA-канали, для яких характерним є оплата за реальні покупки. Безперечно, прогресивним продуктом є «Приват24», що надає найширший перелік послуг у зручному для споживачів режимі реального часу, за допомогою додатку існує

можливість відправляти SWIFT-перекази через смартфон за кордон для IOS та Android в будь-якій з 120 світових валют [1].

Важливими маркетинговими засобами комунікації у воєнний час є підтримка Збройних Сил України та благодійна допомога, зокрема [2]:

- скасування комісії за перекази (надсилання/зарахування), пов'язані з волонтерською діяльністю, у період воєнного стану;

- спрощення переказів коштів на підтримку ЗСУ та на гуманітарну допомогу Міністерства соціальної політики;

- реалізація можливості переказу коштів із рахунків «Підтримка та «Бонус+» на потреби ЗСУ;

- реалізація можливості придбання військових ОВДП через Приват24;

- скасування комісії за SWIFT-платежами для фізичних осіб, які переказують валюту за кордон на придбання товарів критичного імпорту для ЗСУ та на лікування;

- скасування комісії за зарахування готівкових платежів на рахунок юридичної особи (підприємця) як поповнення фінансової допомоги;

- збільшення ліміту зняття коштів за послугою «Готівка на касі» до 6000 гривень за один раз за всією мережею POS-терміналів;

- скасування для бізнес-клієнтів комісії за розрахунково-касове обслуговування з еквайрингу;

- кредитування підприємств АПК за новою державною програмою підтримки агробізнесу: [agro.pb.ua](http://agro.pb.ua) відповідно до роз'яснення Міністерства економіки України щодо підтримки галузей, які безпосередньо забезпечують життєдіяльність громадян та зміцнюють обороноздатність держави. Так, першою чергою, йдеться про сільське господарство, виробництво продуктів харчування, роздрібну торгівлю, комунальні та енергетичні послуги, виробництва, що працюють над мобілізаційними замовленнями тощо.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Дронова Т.С., Піпкіна А. Інтернет-банкінг для фізичних осіб. *Актуальні проблеми та перспективи розвитку обліку, аналізу та контролю в соціальноорієнтованій системі управління підприємством* : Матеріали IV Всеукр. наук.-практ. конф. Ч.1, м. Полтава, 2021. С. 366–368.

2. Офіційна сторінка АТ «ПриватБанк». URL: <https://privatbank.ua/>.

3. Горященко Ю.Г. Декомпозиція проблеми управління інноваційним розвитком підприємств в інституціональному середовищі. *Сучасні тенденції розвитку фінансових та інноваційно-інвестиційних процесів в Україні*: матеріали Міжн.наук.-практ.конф., Вінниця: Вінн. нац. техн. ун-т, 2022. <https://conferences.vntu.edu.ua/index.php/fiip/fiip2022/paper/viewFile/14390/1216>

4



УДК 004.738.5

Даляк Н.А.<sup>1</sup>, Іванейко Я.В.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>к.е.н., доцент, Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу, Україна

<sup>2</sup>здобувач вищої освіти, Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу, Україна

## **ПРОГНОЗУВАННЯ І АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ СТРАТЕГІЇ ІНТЕРНЕТ-ПРОСУВАННЯ ТОВАРІВ ТА ПОСЛУГ СЕКТОРУ B2B**

Постійний аналіз та підбір каналів – невід'ємна частина будь-якої маркетингової стратегії. Перед тим, як запускати будь-яку маркетингову активність, необхідно оцінити, наскільки ефективною вона може бути. Розглянемо кілька підходів для формування прогнозу ефективності стратегії.

Першим етапом слід визначити цілі просування. Наприклад, залучення нових клієнтів, підвищення впізнаваності бренду, повернення і утримання клієнтів. Далі слід позначити маркетинговий бюджет і розділити його за різними каналами просування.

Наступним кроком необхідно поррахувати, яка кількість нових клієнтів або покупок необхідна для того, щоб окупити вкладення і отримати прибуток. Слід оцінити потенційні можливості каналу просування і прийняти рішення про те, чи варто вкладати в гроші [1]. Для того, щоб об'єднати всі інструменти стратегії просування в єдиний план, який і забезпечує рентабельність бізнесу, можна скористатися маркетинговою вирвою. Вона дозволить відстежити ефективність каналів просування на кожному етапі. Маркетингова вирва розглядає шлях клієнта від першої співпраці з компанією до покупки і формування лояльності. Найбільш популярний принцип побудови вирви – модель AIDA (Attention, Interest, Desire, Action - увага, інтерес, бажання, дія). Після покупки вирва не повинна закінчуватися, далі слід вести споживача до повторних покупок і формуванню лояльності.

Завдяки вирві продажів і моделі AIDA, можна візуально представити етапи та завдання, які необхідно виконати, перш ніж клієнт прийме рішення купити певний товар чи послугу.

Для кожного етапу шляху клієнта слід вибрати відповідні інструменти та прийоми маркетингу, завдяки яким клієнти наблизяться до рішення про купівлю. Щоб розуміти вирву продажів на кожному її етапі, слід відповідати на наступні питання [2]:

- скільки коштів було витрачено на кожен канал;
- кількість клієнтів з кожного каналу;
- який коефіцієнт окупності / повернення інвестицій у кожного маркетингового каналу та інструменту;
- який канал виявився найбільш ефективним;
- які канали краще використовувати в майбутньому;

– що потрібно змінити, щоб підвищити ефективність кожного каналу.

Відповіді на дані питання допоможуть зрозуміти результати стратегії просування та розробити її коригування.

Для розрахунку ефективності слід використовувати такі показники, як:

- собівартість продукту або послуги;
- ціна продукту виходячи з бажаної прибутковості;
- виручка і прибуток з одного покупця і за період;
- CPA ( cost per action ) - вартість залучення заявки;
- CPO ( cost per order ) - вартість залучення клієнта;
- ROMI (Return on marketing investment) – рентабельність повернення інвестицій. Може бути менше 0% (дохід менше витрат), дорівнює 0 (дохіддорівнює витратат), більше 0% (дохід більше витрат);
- LTV (lifetime value) - довічна цінність клієнта (скільки грошей клієнт принесе за увесь час).

Таким чином, для аналізу ефективності інтернет-просування необхідно збирати наступні дані [3,4]:

- з якого каналу прийшов потенційний клієнт;
- скільки коштів було витрачено на цей канал;
- скільки заявок було отримано з кожного каналу;
- скільки потенційних клієнтів зробили покупку;
- чек по кожній купівлі;
- скільки разів один клієнт здійснює покупки за весь життєвий цикл.

## **СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ**

1. Google trends . Аналіз [Електронний ресурс] / Аналіз. Trends . google . ru , 2020. URL : <https://trends.google.ru/trends/explore?date=now%201-d&geo=UA-MOW&q=%D1%86%D0%B8%D0%B0%D0%BD> (датазвернення: 28.05.2021).

2. Frederiksen L. 10 Essential B2B Marketing Strategies to Grow Your Professional Services Firm [Electronic resource] / Blog. Hinge. Professional Services Marketing Today, 2020. URL: <https://hingemarketing.com/blog/story/10-essential-b2b-marketing-strategies-to-grow-your-professional-services-fi> (Дата звернення : 29.05.2021).

3. Chen J. Contextual Advertising [Electronic resource] / Publications. Investopedia.com, 2019. URL: <https://www.investopedia.com/terms/c/contextual-advertising.asp> ( дата звернення : 29.05.2021).

4. Vrontas T. Contextual Advertising 101: How it Works, Benefits & Why It's Necessary for Relevant Ads [Electronic resource] / Publications. Instapage . com ,2020. URL : <https://instapage.com/blog/contextual-advertising>

УДК: 332.021.8

Данилейчук Р. Б.<sup>1</sup>

<sup>1</sup>к.е.н., доц., доцент кафедри теорії економіки та управління, Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу, Україна

## **ВИЗНАЧЕННЯ ВПЛИВУ ПОЛІТИКИ ПІДТРИМКИ ІНФРАСТРУКТУРИ ПІДПРИЄМНИЦТВА НА РОЗВИТОК РЕГІОНАЛЬНИХ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ**

Ступінь успішності політики підтримки розвитку підприємництва та відповідної інфраструктури є критичним чинником, що визначатиме поступ і темпи посткризового відновлення української економіки після перемоги у війні. Водночас зазначимо, що сучасна та майбутня (на найближчі 2-3 роки) кризова економічна ситуація закладає ряд суттєвих обмежень на можливості здійснення політики підтримки розвитку інфраструктури малого бізнесу:

1) в умовах розбалансованості державних фінансів різко обмежуються можливості фіскального регулювання з урахуванням пріоритетів та завдань економічної політики, в тому числі в частині податкового стимулювання малого бізнесу;

2) через зростання бюджетного дефіциту майже унеможливується застосування важелів бюджетної підтримки розвитку інфраструктури малого бізнесу в рамках реалізації програм державно-приватного партнерства, а також практичного використання механізму державних закупівель для стимулювання відповідних сфер;

3) зростає вартість кредитного ресурсу, через що більшість проєктів у сфері малого підприємництва (в тому числі щодо розвитку інфраструктури малого бізнесу) через свою низьку рентабельність фактично втрачають доступ до прийняттого зовнішнього фінансування;

4) змінюється орієнтація споживчого попиту (в умовах падіння доходів споживачі прагнуть купувати дешевші товари масового вжитку, що виготовляються крупними корпораціями та їхніми виробничими філіями, натомість попит на оригінальні товари та послуги стрімко знижується);

5) через валютну кризу збільшується вартість традиційних ресурсів (насамперед енергоносіїв) та імпортової сировини, тимчасом як вартість виготовлених товарів та послуг відповідно до дії закону попиту і пропозиції має залишатися майже на незмінному рівні, що “вимиває” обігові кошти малих підприємств та суб'єктів інфраструктури малого бізнесу.

За таких умов результативні механізми державного і регіонального управління у сфері підтримки розвитку інфраструктури малого бізнесу передусім повинні включати централізоване прогнозування, програмування і регулювання відповідних економічних явищ та процесів, а також взаємоузгодженість заходів, що реалізуються.

Ключовою складовою підтримки розвитку інфраструктури малого бізнесу має стати оптимізація державної регуляторної політики, тобто приведення регуляторних процедур у відповідність із звичайною діловою практикою. Регуляторний клімат має не лише забезпечити поживлення загальної ділової активності (яка може мати кон'юнктурний характер), а передусім сприяти відновленню довгострокових чинників зростання, серед яких значну роль відіграє розвиток інфраструктури.

У посткризовий період політика покращення регуляторного клімату набуває особливо важливого значення. Вона немовби формує "ринковий попит" на послуги суб'єктів інфраструктури. Відтак регуляторна політика має враховувати завдання щодо нарощування та ефективного використання потенціалу інфраструктури малого бізнесу. Шляхами вдосконалення правового забезпечення розвитку малого підприємництва є: а) створення дієвих механізмів захисту прав і свобод підприємців; б) гармонізація українського законодавства з законодавством Європейського Союзу; в) забезпечення законодавчої гарантії незмінності та довготривалості державної політики щодо підтримки малого підприємництва; г) розробка нормативно-правової бази, яка регулює відносини між державою та підприємцями, роботодавцями і найманими працівниками, у тому числі і для забезпечення їх соціального захисту, встановлює норми і правила здійснення підприємницької діяльності, регламентує діяльність органів державної влади, їх посадових осіб щодо виконання ними відповідних повноважень у сфері розвитку малого підприємництва; д) вдосконалення функціональної та організаційної структури центральних та місцевих органів виконавчої влади в частині забезпечення розвитку і державної підтримки малого підприємства.

Впровадження державної регуляторної політики в сучасних умовах повинно забезпечуватися шляхом: 1) координації діяльності органів різних рівнів виконавчої влади з планування регуляторної діяльності, підготовки проєктів регуляторних актів із застосуванням процедури публічного обговорення; 2) визначення ефективності проєктів регуляторних актів та оцінки економічних і соціальних результатів їх впровадження; 3) удосконалення законодавства з метою зменшення надмірного державного втручання у сферу підприємництва; 4) висвітлення проблем реалізації регуляторної політики у засобах масової інформації, забезпечення гласності у процесі підготовки проєктів нормативних актів шляхом залучення об'єднань підприємців, громадян України до їх розроблення та обговорення; 5) проведення аналізу запровадження регуляторних актів та оприлюднення стану їх реалізації у підприємницькій діяльності.

УДК 658.821

Дейнега І.О.<sup>1</sup>, Бойчук І.О.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>д.е.н., проф., завідувачка кафедри економіки та управління бізнесом, Рівненський державний гуманітарний університет, м. Рівне, Україна

<sup>2</sup>здобувач вищої освіти, Рівненський державний гуманітарний університет, м.Рівне, Україна

## **ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ РЕАЛІЗАЦІЇ КОМУНІКАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

Зростання конкуренції в умовах ринкової економіки сприяє вдосконаленню як уже чинних елементів маркетингу, так і пошуку нових ефективних підходів, що своєю чергою призводить до зміни структури корпоративного маркетингу. У сучасних умовах, щоб вижити та зберегти свої позиції в умовах наростаючої конкуренції, підприємствам, крім розширення спектру послуг, забезпечення їх високої якості та бездоганного обслуговування, необхідно ефективне функціонування служби маркетингу [3, 1071]

Комунікаційна політика, як частина маркетингової структури – це система дій, спрямованих на інформування споживачів, комерційних і маркетингових посередників, контактних осіб, а також широкій громадськості про товар і його виробника (продавця), а також стимулювання попиту (формування стимулів) [1, 21-23].

iLounge Red реалізує такий захід комунікаційної політики як пропаганда та зв'язки з громадськістю. Вимоги сучасних споживачів задовольняються не тільки фізичною продукцією від великих виробників, але включають побажання щодо проведення соціально відповідальної діяльності. За таких умов бренд iLounge Red зосереджений на тому, щоб зробити свою продукцію максимально екологічною. Окрім підтримки загально визнаних сертифікатів, компанія встановлює власний стандарт екологічності – так званий Eco Mark. Цей стандарт гарантує, що компанія використовує у своїй продукції енергоощадні технології, екологічно чисті компоненти та пакувальні матеріали [2]. В інтересах споживачів компанія проводить різноманітні акції, такі як програма «Захисти своє найдорожче» (50% відшкодування вартості екрану в разі пошкодження), спеціальні цінові пропозиції та знижки.

iLounge Red реалізує активну маркетингову політику, що стосується і реклами. Щодня завдяки інструментам Google Ads потенційні клієнти можуть бачити відео про цю компанію в Інтернеті, на сторінках відомих блогерів, у пошуковій системі Google. Бренд завжди перебуває у центрі уваги на ринку електроніки та побутової техніки, не перестає нагадувати про себе, а також підвищує продажі за допомогою реклами [2].

Завдяки інформаційному ресурсу Similarweb вдалося проаналізувати актуальність залучених маркетингових каналів, які допомагають просувати продукцію компанії в інтернет-просторі (рис. 1). Наведена діаграма демонструє, що більшість клієнтів дізнається про компанію “Айлаундж” за допомогою пошуковика, що, своєю чергою, підтверджує високу ефективність роботи SEO-спеціалістів сайту.



Рисунок 1- Розподіл маркетингових каналів  
Джерело: напрацювання власне на основі [4]

Компанія дотримується активної політики стимулювання збуту, яка полягає у використанні різних видів реклами, що транслюється різними каналами, підтримці бренду через участь у різноманітних соціальних програмах тощо. Компанія просуває свої товари за допомогою онлайн-реклами, банерів, блогерів та інструментів Google Ads. З метою залучення та пошуку нових споживачів компанія створила власний добре активний веб-сайт. На сайті можна здійснити покупку в режимі реального часу, отримати консультацію спеціаліста з продажів або сервісного центру.

Отже, комунікаційна політика компанії є важливою і необхідною частиною системи менеджменту, що забезпечує її розвиток та стійку конкурентну позицію на ринку.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Діброва Т., Лебененко М. Реалії ринку Інтернет-реклами в Україні. Маркетинг в Україні. 2007. Випуск 2. С. 21-24.
2. Офіційний сайт компанії iLounge. URL: <https://ilounge.ua/ua> (дата звернення 25.04.2022)
3. Старостіна А. О., Гончарова Н. П., Крикавський Є. В. Маркетинг: теорія, світовий досвід, українська практика. К.: Знання, 2009. 1071 с.
4. Платформа Similarweb. URL: <https://www.similarweb.com/ru/> (дата звернення 25.04.2022)

УДК 338

Дейнега О.В.<sup>1</sup>, Вальковець В.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>д.е.н., проф., проректор з наукової роботи, професор кафедри менеджменту, Рівненський державний гуманітарний університет, м. Рівне, Україна

<sup>2</sup>здобувач вищої освіти, Рівненський державний гуманітарний університет, м.Рівне, Україна

## **МАРКЕТИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОЗДАТНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

В умовах ринкового господарства для успішної роботи його суб'єктів особливе значення набувають глибокі знання кон'юнктури ринку і здатність суб'єктів ринкової діяльності вміло застосовувати інструменти впливу на ситуацію, що складається на ньому. Сукупність таких знань та інструментів і формують основу здійснення ефективної маркетингової діяльності [1].

Маркетинг – це вміння знайти потребу та задовольнити її, або це система різних видів діяльності підприємства, пов'язаних між собою (зокрема, планування, ціноутворення, продаж, доставка товарів та надання послуг, яких потребують реальні або потенційні споживачі). Інші автори трактують маркетинг як вид людської діяльності, спрямованої на задоволення потреб через обмін. Ф. Котлер відзначає, що основою маркетингової діяльності є потреби споживачів, а секрет успіху будь-якої фірми на конкурентному ринку полягає в умінні якнайкраще їх задовольнити.

Маркетингова діяльність має всебічний та вичерпний характер і охоплює все більше коло завдань. Підприємства, які не використовують маркетинговий підхід у своїй діяльності, ризикують втратити власні позиції на ринку. Адже без його постійного та системного аналізу, передусім покупців і конкурентів, підприємство не зможе вчасно реагувати на зміни та коливання попиту споживачів, їх смаки та вподобання, динаміку цін, а отже, не зможе розробляти ефективні товарні та цінові стратегії, спрямовані на конкретні сегменти споживачів і забезпечення певних конкурентних переваг. Також без використання маркетингових досліджень та заходів зі створення позитивного іміджу фірми та залучення нових клієнтів підприємство не матиме шансів на розвиток [2].

Маркетингове управління підприємством – це можливість організувати його діяльність на принципах оптимального використання наявного потенціалу та отримання найбільшого прибутку з урахуванням задоволення потреб споживачів. Аналіз можливостей підприємства дає змогу отримати достовірну інформацію щодо стану активів і пасивів виробництва, здійснювати аналіз зовнішнього маркетингового середовища.

Системний підхід до організації маркетингу є необхідною умовою для успішної діяльності підприємства на ринку. Він характеризує

підприємство, яке застосовує методологію маркетингу, як відкриту складну систему, орієнтовану на ринок та зовнішнє середовище.

Система маркетингу знаходиться у постійній взаємодії з зовнішнім середовищем. Фактори зовнішнього середовища можна розділити на ті, які піддаються впливу зі сторони керівництва і служби маркетингу, і фактори, які не піддаються управлінському впливу. В умовах ринку забезпечення успішного функціонування системи маркетингу в різних організаційно-правових господарських структурах повинно враховувати всі фактори впливу на підприємства мікро- та макросередовища.

Важливим етапом на шляху вдосконалювання управління є корінна зміна всієї системи планування. На основі глибоких маркетингових досліджень ринку, системи збуту, споживчих характеристик товарів, і конкурентоспроможності, реклами, економічного аналізу витрат, прибутків, цін і інших показників, проведення мотиваційного аналізу повинно здійснюватися планування маркетингової стратегії. Ця стратегія у вигляді сформованих цілей, поставлених задач, визначеної послідовності дій знаходить конкретне виконання в програмі маркетингу.

Макросередовище є спільним для усіх операторів поштового зв'язку, незалежно від форм власності та форм організації управління структурними підрозділами. Мікро- та макросередовище діяльності поштової галузі можна схематично надати за допомогою сфер впливу та взаємодії різних факторів. Всі ці фактори утворюють три напрями комплексного дослідження ринку послуг [3].

Отже, на даному етапі розвитку ринкових відносин жодне підприємство не може нормально функціонувати без застосування маркетингу для визначення свого положення на ринку, аналізу своїх можливостей, вивчення ринкового середовища, визначення стратегії розвитку тощо. Тому, маркетингова діяльність є загально визнаним інструментом сучасного успішного управління підприємством.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Маркетинг стає ресурсом (фактором) компанії поряд з традиційними ресурсами – факторами виробництва. URL: <http://um.co.ua/8/8-10/8-101998.html> (дата звернення: 22.04.2022)

2. Ковбас І.М. Управління аграрним підприємством на основі маркетингу URL: [http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc\\_gum./Inek/2012\\_7/218.pdf](http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum./Inek/2012_7/218.pdf) (дата звернення: 22.04.2022)

3. Цілі та фактори комплексного дослідження ринку. URL: <http://um.co.ua/10/10-14/10-142664.html> (дата звернення: 22.04.2022)



УДК 330.35

Дмитренко Р.М.<sup>1</sup>

<sup>1</sup>к.е.н., доцент, докторант кафедри фінансів, банківської та страхової справи, Міжрегіональна академія управління персоналом, м. Київ, Україна

## **СТВОРЕННЯ УМОВ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ТРАНСФОРМАЦІЇ АГРОБІЗНЕСУ ДО НИЗЬКОВУГЛЕЦЕВОГО ВИРОБНИЦТВА**

Вираж активізації досліджень з проблематики низьковуглецевого виробництва пов'язаний з рухом Race To Zero, що є однією зі знакових подій початку XXI століття, яка зумовлює формування самостійного наукового напрямку – управління низьковуглецевим агробізнесом [1], спрямованого на координацію виробництва забезпечуючого збереження довкілля.

Скорочення викидів парникових газів у агробізнесі передбачається завдяки збільшенню практично на 1/3 обсягів капітальних інвестицій та поточних витрат на збереження навколишнього середовища у 2018 р. [1]. Виходячи з цього Інститутом економіки та прогнозування НАН України у рамках за Проекту ЄБРР «Підтримка Уряду України щодо оновлення національно-визначеного внеску» було розроблено моделі динаміки викидів парникових газів за різних сценаріїв інвестування агробізнесу, результати якого наведено в табл. 1.

Таблиця 1 - Результати моделювання сценаріїв викидів парникових газів агробізнесом за НВВ2 України до Паризької годи

Сценарій	індекси скорочення викидів ПГ в агробізнесі відносно 1990 р., %		індекси зростання потреб у капітальних інвестиціях в агробізнес відносно 2018 р %		індекси зростання валової продукції агробізнесу відносно 2018 р.,%	
	2030	2050	2030	2050	2030	2050
1 ВАУ Сценарій	48	48	120	152	107,8	120,7
2 Референтний сценарій	46	44	156	176	111,2	127,8
3 Сценарій кліматично-нейтральної економіки	44	40	172	370	117,6	131,2

Прогнози ж очікуваних викидів парникових газів агробізнесом в 2030 р. та в 2050 р. за авторською методикою подано в табл.2. Аналізуючи їх маємо підстави констатувати, що прогнозні розрахунки щодо обсягу інвестування капіталу у розвиток агробізнесу, здійснені Інститутом економіки та прогнозування НАН України у рамках [1] є нереалістичними і недостатніми для досягнення амбітних цілей, визначених антивуглецевою стратегією України, та такими, що не забезпечать досягнення, визначеної за висновками МГЕЗК бажаної траєкторії викидів для стримання глобального потепління на планеті не вище 1,5°C, як до 2030 року, так і до 2050 року.

Таблиця 2 – Компаративний аналіз прогнозів очікуваних викидів парникових газів агробізнесом в 2030 р. та в 2050 р. за Проектом ЄБРР та авторською методикою [2,3]

Показники	2030 рік			2050 рік		
	I сценарій	II сценарій	III сценарій	I сценарій	II сценарій	III сценарій
Викидів ПГ за Проектом ЄБРР	44170,52	42330,08	40489,64	44170,52	40489,64	36808,76
Викидів ПГ за авторською методикою, всього	42730,31	40845,4	41001,29	42561,64	42353,94	37246,63
в т.ч.:						
в рослинництві	35845,62	35037,81	35536,37	36571,98	36902,4	34478,15
в тваринництві	6884,692	5807,593	5464,923	5989,667	5451,538	2768,478

А отже, існує нагальна потреба у перегляді обсягів інвестування капіталу у нові інноваційні технології агробізнесу, які, очікується, стануть комерційно доступними після 2030 р. та дозволять Україні збільшити рівень амбітності своїх цілей в довгостроковій перспективі.

За прогнозними розрахунками за авторською методикою для переходу агробізнесу України на низьковуглецеве виробництво, капітальні інвестиції в аграрний сектор економіки має бути збільшено не менше ніж на 15% у порівнянні з їх обсягом, передбаченим до 2050 року за Сценарієм 3, що забезпечить скорочення обсягів викидів парникових газів відповідно до амбітних цілей, визначених антивуглецевою політикою України та Стратегією низьковуглецевого розвитку України до 2050 року.

### СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Support to the government of ukraine on updating its nationally determined contribution (NDC) C40502/8492/47661. The Institute for Economics and Forecasting, NASU. 2020. URL: [https://mepr.gov.ua/files/images/news\\_2020/22122020/Результати%20модельовання.pdf](https://mepr.gov.ua/files/images/news_2020/22122020/Результати%20модельовання.pdf)
2. Крушко Н. Другий НВБ України: результати моделювання. 2020. URL: <https://mail.google.com/mail/u/0/?pli=1#inbox/FMfcgxwLsmbcJrLGfKzZp>
3. Стратегія низьковуглецевого розвитку України до 2050 року. 2018. URL: [https://mepr.gov.ua/files/docs/Proekt/LEDS\\_ua\\_last.pdf](https://mepr.gov.ua/files/docs/Proekt/LEDS_ua_last.pdf)

УДК 339.137.2(075.8)

Долина И.В.<sup>1</sup>, Перерва П.Г.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>к.э.н., профессор кафедры экономики бизнеса НТУ «ХПИ», Украина

<sup>2</sup>д.э.н., профессор, заведующий кафедрой экономики бизнеса НТУ «ХПИ», Украина

## **КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ КАК ЗАЛОГ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ**

В современной мировой литературе теоретические проблемы конкуренции и конкурентоспособности исследуются достаточно широко, однако авторы еще не пришли к единому мнению о определении конкурентоспособности хозяйствующих субъектов, классификации теоретически методических подходов относительно ее оценки, выбора локальных оценочных показателей и метода их объединения интегральный показатель и т.д. Для определения конкурентоспособности используют разнообразные методики, на основе которых разрабатываются рекомендации эффективного и конкурентоспособного развития как отдельных отраслей, так и целых предприятий. В частности, сравнительные результаты оценки конкурентоспособности предприятия необходимы в целях [1, 2, 16]: а) разработки стратегических мер по повышению конкурентоспособности; б) выбор контрагентов для проведения совместной деятельности; в) составление программы выхода компании на новейшие рынки сбыта; г) осуществление взвешенной инвестиционной деятельности; д) осуществление регулирования микроэкономики в условиях меняющегося внешнего окружения.

Проведенный анализ существующих в современной литературе теоретических подходов к оценке конкурентоспособности предприятий дает основания для их классификации на две основные группы: аналитические и графические [1, 4, 7, 15]. По статусу методы оценки конкурентоспособности предприятия являются научными, они носят рекомендательный характер и не являются обязательными для их применения. Государственных методик оценки уровня конкурентоспособности предприятий в Украине до сих пор не существует и это, как отмечают отдельные специалисты, является одной из причин низкого уровня управления конкурентоспособностью [2, 3, 11]. Всем, и прежде всего, управленческим работникам известно, что невозможно эффективно управлять объектом, относительно которого не существует четкого представления способов его измерения. Наряду с этим существует ряд моделей, с помощью которых можно определить уровень конкурентоспособности продукции. Но ученые еще не нашли универсального показателя конкурентоспособности предприятия. Вопросы оценки конкурентоспособности требуют более детального изучения, поскольку нерешенными остаются проблемы выбора универсального показателя и набора факторов конкурентоспособности предприятия, а также преодоление субъективизма при его оценке.

Считаем, что конкурентоспособность определяется такими факторами как: а) потребительское свойство товара, в частности, его удобство и комфорт потребления, количественные и качественные показатели; б) целевой маркетинг, то есть характеристика рынков сбыта; в) поведение потребителей, воплощение выбора продукта с учетом цены; г) степень маркетинговой поддержки, что обуславливает продвижение товара на рынок и разработку стратегии маркетинга; д) потенциал предприятия, определяющий прибыль в перспективе из имеющихся ресурсов [1, 3, 12].

Вышеупомянутые факторы, на наш взгляд, являются определяющими, поскольку, формируя конкурентоспособность, они обеспечивают предприятию преимущества над прямыми конкурентами с учетом соответствующих характеристик, формируют свои конкурентные преимущества. В общем, можно заключить, что товаропроизводители, соревнуясь за наиболее выгодные условия сбыта, стремятся к совершенствованию модернизации оборудования, своего технологического процесса, для уменьшения затрат. Следствием является предоставление собственной продукции новейших качественных и количественных характеристик, делая ее конкурентоспособной по сравнению с товарами конкурентов. Данная продукция будет привлекать внимание новых потребителей и, как следствие, увеличит чистую прибыль предприятия [6, 9, 15]. Такой формат соперничества положительно отражается на предприятиях конкурентах, поскольку побуждает их к развитию, а также достижению наилучших результатов, что невозможно без эффективного использования всех имеющихся ресурсов предприятия. Все это дает толчок предприятиям к выработке и реализации конкурентоспособной продукции, ее продвижению на рынке и получению максимальной прибыли от эффективной конкурентоспособной хозяйственной деятельности.

### СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Бузецький О.І. Проблеми оцінки конкурентоспроможності на мікрорівні // Сучасні інформаційні технології та системи в управлінні. Київ: КНЕУ, 2017. с. 36 - 37.
2. Перерва П.Г. Комплаенс-программа промышленного предприятия: сущность и задачи // *Вісник НТУ "ХПІ"*. Харків: НТУ "ХПІ", 2017. № 24. С. 153-158.
3. Pererva P.G., Kocziszky G., Somosi Veres M., Kobieliava T.A. Compliance program: [tutorial]. Kharkov-Miskolc : LTD «Planeta-prynt», 2019. 689 p.
4. Гончарова Н.П., Перерва П.Г., Яковлев А.И. Маркетинг инновационного процесса. К.: ВИРА-Р, 1998. 267с.
5. Tkachov M.M., Pererva P.G., Kobieliava T.O., Tkachova, N.P., Diachenko T.A. Management of relations with enterprise stakeholders based on value approach // *Problems and Perspectives in Management*. 2021. Vol. 19, Iss.1. P.24-38.

УДК 664.68.009.12

Єрмак С.О.<sup>1</sup>, Жабровець Ю.О.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>д.е.н., проф., професор кафедри економіки, Національний університет «Одеська політехніка», Україна

<sup>2</sup>здобувач вищої освіти, Національний університет «Одеська політехніка», Україна

## **КОНКУРЕНТНІ ПОЗИЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ КОНДИТЕРСЬКОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ**

Діяльність будь-якого підприємства на сьогодні тісно пов'язана з жорсткою конкуренцією на продовольчому та виробничому ринку. Хоче саме конкуренти дають змогу удосконалювати та модернізувати виробничі потужності підприємств. Задля успішного розвитку кожне підприємство намагається вибудовувати своє стратегічне спрямування у конкурентному середовищі для покращення свого пріоритету серед споживачів.

Ринок кондитерської продукції України є висококонкурентним і насиченим. На ньому функціонує приблизно 800 підприємств [1, с. 123]. Слід також зазначити, що ринок кондитерських виробів України характеризується стрімкою динамікою змін у смаках споживачів, відтак, дослідження ринку кондитерських виробів є важливим для визначення перспектив його подальшого розвитку та конкурентних стратегій на рівні підприємств-суперників. За результатами аналітичних досліджень, причина такої активності у тому, що українця є ласунами. Україна входить у десятку любителів солодощів у світі, споживаючи щорічно приблизно 15 кг кондитерських виробів на людину. Тоді як у США цей показник складає лише 10 кг [2, с. 12].

На кондитерському ринку України діють такі виробники: Кондитерська корпорація «Roshen», «Конті», «АВК», Корпорація «Бісквіт-Шоколад», Житомирська кондитерська фабрика «Житомирські Ласощі», Компанія «Nestle», ПАТ «Монделіс Україна» (до 2014 р. називалася «Крафт Фудз Україна»), ПАТ «Полтавкондитер», ПрАТ «КФ «Лагода», ПрАТ «Одесакондитер» та ін. [3].

Лідером на вітчизняному ринку кондитерських виробів є корпорація «Roshen», яка активно розвиває експортний збут. Загальний обсяг виробництва становить 450 тис. тон щороку, виторг — 800 млн. доларів. Продукція представлена у 35 країнах світу, у тому числі в Афганістані, Азербайджані, Білорусі, Вірменії, Грузії, Європі, Ізраїлі, Іраку, Йорданії, Казахстані, Канаді, Киргизстані, Китаї, Кувейті, Молдові, Монголії, Новій Зеландії, США, Таджикистані, Туркменістані, Україні.

Для збереження та покращення своєї конкурентної позиції в найближчій перспективі кондитерська корпорація «Roshen» планує розширювати асортимент виробів, зменшувати їх собівартість та

підвищувати якість. Для цього підприємство передбачає здійснення оптимізації логістичних процесів, підвищення механізації та автоматизації виробництва, раціоналізації використання теплоенергетичних ресурсів, модернізації обладнання тощо (рис. 1).

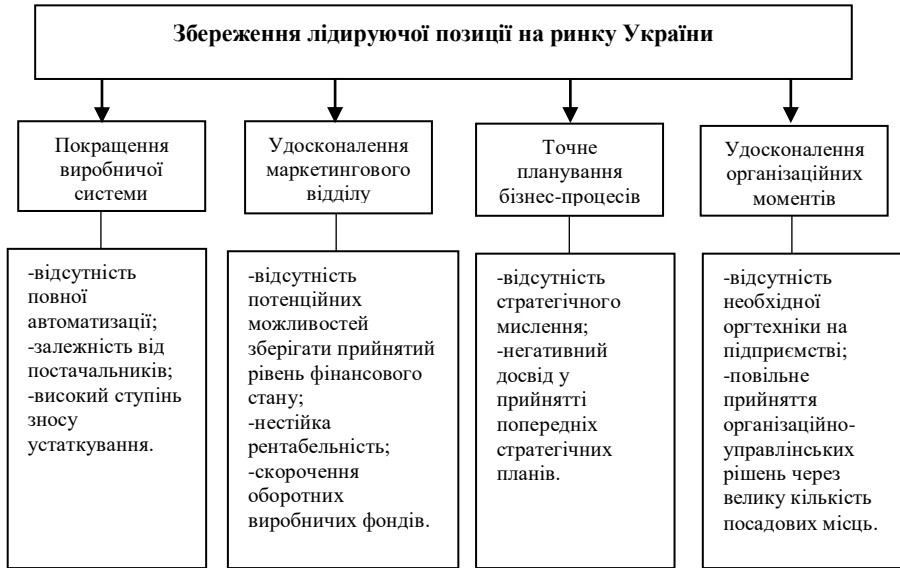


Рис. 1. Дерево цілей корпорації «Roshen»

Отже, корпорація «Roshen» має значний потенціал і можливості у підвищенні рівня конкурентоспроможності на ринку кондитерських виробів України через формування та дотримання обраної конкурентної стратегії із реалізацією зазначених цілей.

### СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Тичинська А. І., Наумова М. А. Дослідження ринку кондитерських виробів України. Вісник студентського наукового товариства ДонНУ імені Василя Стуса. 2017. С. 122-126.
2. Бондаренко Г.С. Управління конкурентоспроможністю підприємства: автореф. на здоб. наук. ступ. к.е.н. Харків: ХДЕУ. 2001. 20 с.
3. Єрмак С.О., Плотницька В.В. Інноваційні аспекти розвитку ринку кондитерських виробів України. Науковий журнал «БІЗНЕС ІНФОРМ». 2016. №11. С. 398-403.

УДК 339.137

Зайченко К.С.<sup>1</sup>, Антіпова О.М.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>канд. екон. наук., Державний університет «Одеська політехніка», Україна

<sup>2</sup>здобувач вищої освіти, Державний університет «Одеська політехніка», Україна

## СУТНІСТЬ ТА МЕТОДИ КОНКУРЕНТНОЇ БОРОТЬБИ

Сучасні умови ведення підприємницької діяльності характеризуються високим рівнем конкуренції. З'являється все більше нових підприємств, їм доводиться шукати нові шляхи ведення конкурентної боротьби. Більшість підприємств віддають перевагу ціновим методам, проте саме нецінові методи здатні забезпечити більших результатів. Дж. Траут і Е. Райс [1] відзначають, що вільне підприємництво – це маркетингова війна і саме завдяки конкуренції досягається одна з ключових цілей – задоволення потреб споживачів.

Лідером ринку вважається підприємство з найбільшою часткою ринку. Воно ініціює зміну цін, збільшення частки ринку, виробництво нових продуктів та ін. Кандидат у лідери – підприємство, що займає друге місце на ринку і веде конкурентну боротьбу, направлену на збільшення своєї частки на ринку.

Конкурентне середовище – це результат та умови взаємодії великої кількості учасників ринку, які визначають відповідний рівень економічної конкуренції та здатність впливати на окремих економічних агентів на загальну ринкову ситуацію. Важливо, що конкурентне середовище формується не тільки й не стільки самими учасниками ринку, взаємодія яких провокує суперництво, а насамперед відносинами між ними [2].

Конкурентне середовище є категорією конкурентних відносин, що за своєю сутністю є сукупністю ринкових факторів. Саме вони визначають функціонування відносин у конкурентному процесі виробників та споживачів. Конкурентне середовище описується його видами, формами, типами, формами конкуренції, її методами, структурою та характеристикою ринку.

В науковій літературі відображено різні підходи до класифікації методів конкуренції. Найбільш розповсюдженими є цінові та нецінові, нечесні (недобросовісні) та чесні (добросовісні).

Щодо цінових методів конкуренції, головним засобом боротьби їх запровадження є ціна, а саме її максимальне зниження. Максимальну вигоду отримує підприємство, що знизить ціну на товар. Цього можна досягти шляхом зниження витрат на виробництво запроваджуючи новітні технології виробництва, розвиваючи науково-технічний прогрес. До цінових методів конкурентної боротьби відносять монопольно високі, монопольно низькі, демпінгові та дискримінаційні ціни.

Висока монопольна ціна — це тип ринкової ціни на товар або послугу, яка встановлюється монополією на основі вартості продукту. Монополія обмежує конкуренцію, порушує права споживачів і як наслідок отримує збільшений прибуток.

Щодо низьких монопольних цін, вони встановлюються на товари та послуги, що купуються підприємствами через договірну структуру, та на сировину, яка закупається в країнах, що розвиваються.

Надзвичайно низькі ціни на продукцію, яка реалізується на внутрішньому та зовнішньому ринках, та покликана знищити конкурентів є демпінгові ціни. В подальшому ціни значно підвищуються, що дозволить компенсувати витрати виробництва.

Щодо дискримінаційних цін, встановлені ціни на один і той же товар відрізняються для різних категорій покупців. Запровадження цінової дискримінації супроводжується різними методами обслуговування клієнтів.

Сучасні умови конкурентної боротьби характеризуються застосуванням переважно нецінових методів. Нецінова конкуренція спрямована не на зміну ціни, а на створення сприятливих умов для покупця, які підвищують рівень реалізації продукту.

Щодо недобросовісної конкуренції, вона є нецивілізованою формою конкуренції, що порушує закон, дисципліну, загальноприйняті етичні, моральні норми та принципи. До поширених методів недобросовісної конкуренції відносять дезінформацію споживачів про товар, незаконне використання маркування продуктів інших виробників, тиск на постачальників та партнерів, переманювання топ-менеджменту тощо.

Науковцями та практиками приділено досить багато уваги всім можливим методам конкурентної боротьби. Серед найбільш пріоритетних, звісно, такі, що відповідають нормам етики і моралі та загально прийнятим правилам ведення підприємницької діяльності. Проте в умовах постійного підвищення конкуренції та турбулентності деяких процесів, зокрема техніко-технологічних, є випадки зловживання та застосування недобросовісних та нечесних форм ведення конкурентної боротьби. В кінцевому результаті це може призвести до порушення репутації підприємства та його стійкості на ринку. Саме тому найкращим варіантом є використання добросовісних форм цінових і нецінових методів одночасно для отримання максимальної вигоди.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Дж. Траут, Е. Райс Маркетингові війни. Харків: Фабула, 2019. 240 с.
2. Нестеренко С. Конкурентне середовище як одне з ключових категорій конкурентних відносин. URL: [http://sophus.at.ua/zbirnik\\_konf\\_2011\\_11\\_15-16\\_ch1.pdf#page=142](http://sophus.at.ua/zbirnik_konf_2011_11_15-16_ch1.pdf#page=142).



УДК 330.141

Зардова Я. В.<sup>1</sup>

<sup>1</sup>аспірантка, кафедра підприємництва та економіки підприємства, Університет митної справи та фінансів, м. Дніпро, Україна

## **СУЧАСНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ОБОРОТНИМИ АКТИВАМИ В МАРКЕТИНГОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

Оборотні активи підприємства є невід'ємною складовою його майна, а ефективність їх використання, частота та обсяг закупівель матеріальних ресурсів впливають на фінансовий стан та маркетингову діяльність підприємств. Для уникнення простоїв через відсутність необхідних запасів та запобігання «замороженню» коштів у складі оборотних активів та формуванню надлишкових запасів, а також для зростання ділової активності та забезпечення раціонального споживання ресурсів на підприємствах необхідно впроваджувати систему контролю за рухом запасів, прогнозувати потребу у ресурсах та здійснювати контроль за розрахунками із замовниками та споживачами. Ці заходи є надзвичайно важливими на підприємствах будь-якої галузі, оскільки запаси витрачаються відповідно до затвердженого кошторису та мають бути у розпорядженні підприємств своєчасно, що обумовило актуальність дослідження. Раціонально організована система управління та контролю оборотних активів є необхідною умовою успішної маркетингової діяльності підприємств, а оцінювання рівня ділової активності дозволяє виявити резерви підвищення ефективності використання ресурсів та визначити напрями удосконалення управління оборотними активами.

Вивчення наукових джерел показує, що концептуальні основи сутності та теорії ефективного управління оборотними активами підприємства розглядаються в багатьох наукових працях вітчизняних і зарубіжних вчених–економістів. Значний внесок в дослідження проблем управління оборотними активами зробили такі вітчизняні вчені, як І.О. Бланк, С.В. Калабухова, А.М.Ковалева, М.Р. Ковбасюк, І.Д. Лученок, Е.С. Стоянова та інші. Разом з тим, існує ряд теоретичних і практичних проблем, які все ще залишаються невирішеними.

Оборотний актив - гроші та їх еквіваленти, що не обмежені у використанні, а також інші активи, призначені для реалізації чи використання протягом операційного циклу чи протягом дванадцяти місяців з дати балансу. Якщо організація має операційний цикл, що триває більше одного року, актив досі класифікується як поточний, доки він конвертується в готівку протягом операційного циклу [1]. Тому основну мету управління оборотними активами доцільно трактувати таким чином: забезпечення оптимальних обсягів усіх складових, які сприятимуть підвищенню економічної вигоди підприємства. Визначення такої мети

пов'язане з двома основними фактами. По–перше, швидка зміна зовнішнього середовища обумовлює прийняття рішень щодо обсягів всіх складових оборотних активів та пропорції між ними, які повинні забезпечувати безперервність діяльності підприємства та забезпечувати достатній рівень його ліквідності, платоспроможності. По–друге, управління оборотними активами має спрямовуватися на забезпечення потенційної можливості отримання підприємством грошових надходжень від використання кожної їхньої складової [2].

Економічні умови, в яких функціонують підприємства, впливають на стан оборотних засобів. Підвищення цін на товарно-матеріальні цінності, які придбаються, веде до виникнення у підприємства нестачі власних оборотних засобів в великих розмірах. Одним з джерел його поповнення є банківський кредит, який в сучасних умовах надається під великі відсотки. Якщо коштів, підприємству недостатньо необхідно скорочувати або повністю призупиняти виробництво, що погрожує важливим фінансовим труднощам аж до банкрутства. З іншого боку, рішення виниклих проблем тільки за допомогою кредитів викликає підвищення залежності підприємства від кредитних ресурсів внаслідок збільшення судної заборгованості. Це призводить до збільшення нестабільності фінансового стану, втрачаються власні оборотні засоби, переходячи у власність банку, оскільки підприємства не забезпечують норму прибутку на вкладений капітал, задану у вигляді банківського відсотку. Кредиторська заборгованість відноситься до позапланових залучених джерел формування оборотних засобів, її наявність означає участь в обігу підприємства коштів інших підприємств та організацій. Частина кредиторської заборгованості закономірна, так як витікає з діючого порядку розрахунків. Наряду з цим кредиторська заборгованість може виникнути в результаті порушення платіжної дисципліни [3].

Порівняння фактичної наявності оборотних коштів з нормативом дає змогу визначити брак або надлишок власних оборотних коштів. Брак власних оборотних коштів означає перевищення нормативу оборотних коштів над фактичною наявністю їх. Він може виникнути з вини самого підприємства, інших підприємств, у результаті зміни умов господарювання, не взятих до уваги своєчасно, через стихійне лихо та з інших причин. Основними причинами браку власних оборотних коштів можуть бути: погана робота маркетингової служби; невиконання планів прибутку; слабка відповідальність підприємств за формування і збереження власних оборотних коштів та їх нецільове використання; несвоєчасне фінансування приросту нормативу оборотних коштів; наявність дебіторської заборгованості (несвоєчасні розрахунки) тощо. Брак власних оборотних коштів може виникати у зв'язку зі значним

підвищенням цін у результаті інфляційних процесів. Надлишок власних оборотних коштів створюється в підприємствах у разі перевищення розмірів оборотних коштів понад визначені їх нормативи, необхідні для задоволення постійних мінімальних потреб виробництва в ресурсах. Він може виникнути внаслідок перевиконання плану прибутку; неповного внеску платежів до бюджету; безоплатного надходження (отримання) товарно-матеріальних цінностей від інших організацій; неповного використання прибутку на цілі, передбачені фінансовим планом, та ін. Перевищення нормативу оборотних коштів може бути виправданим у разі перевиконання плану випуску продукції, але темпи зростання нормативних запасів не повинні випереджати темпів зростання обсягу виробництва. За сучасних умов господарювання (зміна цін, інфляція, спад виробництва) перевищення фактичної наявності власних оборотних коштів над нормативом – явище в господарській діяльності підприємств досить рідкісне. Порівнюючи на певну дату різних періодів фактичну наявність власних оборотних коштів, можна судити про абсолютну зміну їхніх величин.

Таким чином, маркетингова спрямованість ведення підприємницької діяльності, бізнесу, маркетингового управління підприємствами і компаніями не є типовим явищем. Але без надання маркетингового характеру управлінню оборотними активами підприємства на внутрішньому рівні та підходу до управління бізнес-процесами підприємства на зовнішньому рівні практично не можливо досягти реальних успіхів. Це зумовлює необхідність і поширення маркетингового стилю управління, виявлення, врахування потреб споживачів.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності».
2. Бодаренко О.С. Методологічні основи управління оборотними активами підприємств // Інвестиції практика та досвід.– 2008. – №4.– С.40–44.
3. Основи підприємницької діяльності: Підручник / Мочений В.І., Устинко А.Н., Чоботар В.В. – К., 2001. – 170 с.

УДК:658.012

Константиновський Л.Л.<sup>1</sup>

<sup>1</sup>аспірант кафедри підприємництва і торгівлі, Харківський національний економічний університет імені С.Кузнеця, Україна

## **ОЦІНЮВАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ МЕТОДОМ «СИСТЕМА ЗБАЛАНСОВАНИХ ПОКАЗНИКІВ» (НА ПРИКЛАДІ ПІДПРИЄМСТВА СФЕРИ РИТЕЙЛУ)**

З розвитком концепції корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) виникла потреба в оцінці цієї активності для формування звітності щодо доцільності, ефективності, впливовості обраного напрямку КСВ при інформуванні стейкхолдерів. Сучасні методи оцінювання різняться, мають переваги та недоліки, обмеження щодо застосування в певних галузях та інше, однак більшість з них базується на розробці Р. Каплана та Д. Нортон [1], яку надалі вдосконалювали та трансформували для окремих видів економічної діяльності А. Каве та Н. Бонтіс [2], Ч. Гміндер та Т. Бікер [3], А. Гарг [4], М. Бура та Ф. Анггрени [5] та інші. Метод «Система збалансованих показників» Р. Каплана та Д. Нортон [1] формує для підприємства систему показників на основі розробленого стратегічного плану та відповідних тактичних та операційних завдань підприємства за рівнями управління з враховуючи зони відповідальності. Важливим аспектом є те що показники мають бути зрозумілими, вимірюваними та досяжними. Нарешті, показники повинні бути корисними, інформативними і мають стати базою для порівняння або як стандарти підприємства, або як індивідуальні цілі підрозділів та підприємства. Використання як кількісних, так і якісних показників ефективності, а також довгострокових і короткострокових вимірювань дозволяє отримати повну картину стану КСВ підприємства.

Метод «Система збалансованих показників» Р. Каплана та Д. Нортон [1] дозволяє підприємству розглядати позицію всіх зацікавлених сторін: інвесторів, кредиторів, менеджерів, регуляторів, співробітників, клієнтів, постачальників, місцевої громади і т.д. через формування системи показників за напрямками – фінансова, внутрішня, споживацька ініціативи, а також навчання та зростання. Даний метод може бути використаний для будь-якого типу ритейлу, на будь-якому рівні організації і навіть на рівні окремого працівника або як механізм оцінки, або як засіб встановлення та контролю індивідуальних цілей працівника. Нижче наведено приклад проведеного аналізу підприємства сфери ритейлу (табл 1).

Таблиця 1

## Система збалансованих показників

## ТОВ “НОВУС УКРАЇНА”

Зробити покупку зручною, доступною та корисною для кожного з нас.

Рівень	Завдання	Показник	Ціль
Фінансові ініціативи	<b>Збільшення продажів:</b> - збільшення присутності ВТМ з нижчою ціною при аналогічній якості - збільшення покупок через онлайн-замовлення	Виторг	15% приросту продажів за рахунок більшої рентабельності ВТМ
		Продажі через Інтернет	Зростання рівня продажів через Інтернет на 10%
	<b>Зменшення витрат:</b> - скорочення витрат на комунальні послуги - зменшення вартості last mile (доставки товару до клієнта)	ОРЕХ	10% зниження витрат
		Витрати на логістику	Середня вартість однієї доставки по місту – 85 грн
Споживальські ініціативи	<b>Покращення споживацького досвіду:</b> - Підтримка чистоти, охайності магазину та якості товарів - Підтримка рівня обслуговування клієнтів	NPS	Середній NPS магазину/мережі – 85%
		Бали на акселераторах відгуків	Середня оцінка – 4,5 зірочки з 5
	<b>Покращення комунікації з клієнтом:</b> - Підтримка програми лояльності - Збільшення присутності в онлайн	Кількість лояльних клієнтів (мін. 2 покупки на тиждень)	Збільшення лояльних клієнтів на 15%
		Кількість каналів комунікації	Присутність на всіх трендових та базових площадках
Внутрішні ініціативи	<b>Зменшення карбонового сліду:</b> - Покращення ефективності	Кількість списаного товару	Зменшення списань товарів на 12%

	замовлень, для зменшення списань товарів - Збільшення використання перероблених матеріалів для пакування товарів	Кількість пакетів з перероблених матеріалів до пластикових	Відношення пакетів з перероблених матеріалів до пластикових – 9 до 1
	<b>Фінансування проєктів місцевої громади:</b> - Допомога в проведенні загальної толоки - Фінансування спортивного клубу місцевої школи	Чол./год.	Не менше 400 чол./год. персоналу на толоку
		грн	Виділення бюджету на рік – 100 000 грн.
Ініціативи навчання та росту	<b>Розширення програми навчання персоналу:</b> - Проведення тренінгів, курсів, воркшопів - Підтримка програми менторства	% пройдених тренінгів	100% персоналу пройшли тренінги
		% запланованих та проведених зустрічей з ментором	100% проведених зустрічей
	<b>Розширення можливостей для зростання:</b> - Збільшення залученості внутрішніх кандидатів для вищих посад - Надання можливостей стажувань	% лінійного персоналу, який отримав підвищення	Збільшення керівників, які зросли в середині підприємства
		Кількість робочих місць-стажера	2 робочих місця на магазин для стажерів

На основі наведених характеристик КСВ ТОВ «НОВУС УКРАЇНА» можна стверджувати, що підприємство здійснює широку активність, та намагається охопити різні напрямки з метою покращення операційної діяльності шляхом підвищення рівня КСВ.

Наостанок, слід зазначити, що метод «Система збалансованих показників» є універсальним методом вимірювання корпоративної соціальної відповідальності, є легким у використанні, дозволяє проводити вимірювання у автоматизованому режимі збору та обробки інформації, не потребує додаткових інвестицій при організації використання, може широко охоплювати основну сферу діяльності підприємства, а також суміжні активності, не має обмежень щодо сфери діяльності підприємства, отже може бути використаний і в ритейлі, як основний так і допоміжний метод оцінювання КСВ.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. R. Kaplan, D. Norton. Using the Balanced Scorecard as a Strategic Management System. Harvard Business Review, 1996. Vol. 74. №. 1. P. 75–85. [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <https://download.microsoft.com/documents/uk/peopleready/Using%20the%20Balanced%20Scorecard%20as%20a%20Strategic%20Management%20System.pdf>

2. A. Kaveh, N. Bontis. Using a balanced scorecard to manage corporate social responsibility. Knowledge and Process Management, 2019. Vol. 26. №. 4. P. 371-379. [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1002/kpm.1616>

3. C. Gminder, T. Bieker. Managing corporate social responsibility by using the ‘sustainability-balanced scorecard’. In 10th international conference of the greening of industry network, 2002. P. 23-26. [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <https://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.577.9490&rep=rep1&type=pdf>

4. A. K. Garg. Balanced scorecard and corporate social responsibility. International Journal of Management Research and Reviews, 2013. Vol. 3. №. 7. [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <https://search.proquest.com/openview/fde00edc11ed7203cc9bcd6ef5b1ab6b/1?pq-origsite=gscholar&cbl=2028922>

5. M. Bura, F. Anggraeni. The effect of applying balanced scorecards environmental performance. Polish Journal of Management Studies, 2020. Vol. 21. [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <https://yadda.icm.edu.pl/yadda/element/bwmeta1.element.baztech-dcd61e6d-4733-4f8c-b398-7e08215e1930>

УДК 658.12

Крайнік О.М.<sup>1</sup> Некрасова О.О.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>к.еко.н., доц. НУ «Запорізька політехніка», Україна

<sup>2</sup>здобувач вищої освіти, НУ «Запорізька політехніка», Україна

### **ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ БУДІВЕЛЬНОЇ ГАЛУЗІ ЯК ОДИН ІЗ ШЛЯХІВ ВИХОДУ НА ЄВРОПЕЙСЬКИЙ РИНОК**

Одним із показників, який вказує як успішно функціонує будівельна компанія на ринку, є конкурентоспроможність. Від підприємств конкуренція вимагає швидкої реакції на зміни, які відбуваються на ринку, та пошуку управлінських та інноваційних рішень для здобуття переваги перед конкурентами. Сьогодні конкуренція сприяє постійному оновленню та вдосконаленню продукції підприємства, формує сучасну форму державного

устрою та розвиває науково-технічний прогрес. Аналіз різноманіття характеристик поняття «конкуренції» відображає багатогранне економічне суперництво підприємств за прибуток, частку ринку, умови вкладення капіталу, найбільш сприятливі умови для виробництва і збуту та інші досягнення своїх цілей і запланованих вигод.

Аналіз наукових праць і публікацій свідчить про те, що науковці зацікавлені проблемою підвищення рівня конкурентоспроможності підприємств будівельної галузі. Ця тема є актуальною і це доводиться постійним проведенням міжнародних та національних конференцій, видаються наукові праці. Дослідженням теоретико-методологічних аспектів конкурентоспроможності займалися такі українські науковці, як: Я.Базилюк, А. Кінах, В. Новицький, А. Ткаченко, Т. Сергієнко. [1]

Визначення конкурентоспроможності будівельної компанії як економічної категорії ще не сформовано. Через принципи відмінності економічної природи будівельної продукції в інших галузях не представляється можливим механічне перенесення теорії та методики оцінки конкурентоспроможності однієї галузі в іншу. Визначення конкурентоспроможності будівельної компанії вимагає врахування специфіки продукції, що випускається.

Для того, щоб вибрати шлях підвищення конкурентоспроможності будівельної компанії, необхідно враховувати фактори, які на них впливають. Ці фактори можна розділити на три групи: техніко-економічні, комерційні та нормативні.

До техніко-економічних факторів належать: якість, ціна, витрати на виробництво кінцевої будівельної продукції, а також витрати на подальшу експлуатацію або споживання продукції, що залежать від продуктивності та трудомісткості, витрати виробництва.

Комерційні фактори включають умови укладання контрактних угод на конкретному сегменті ринку.

Вимоги до технічної, екологічно безпечної експлуатації споруд, що будуються, а також патентно-правові вимоги пов'язані з нормативно-правовими факторами. [2]

Одним із шляхів підвищення конкурентоспроможності будівельної компанії є підвищення якості продукції, що має вплив на освоєння нових ринків збуту, збільшення експорту та процвітання. Рішення цієї проблеми підвищить імідж компанії серед покупців, стане запорукою виходу на зовнішній ринок, а також стане основою для максимізації прибутку.

Зменшення витрат є традиційним і найбільш дослідженим способом підвищення конкурентної переваги, що веде до набору заходів, які забезпечують нижчі витрати, ніж у конкурентів. Однак досягти цього досить складно, оскільки вимагає чіткої, злагодженої роботи працівників щодо



вдосконалення технологій виробництва, матеріально-технічного забезпечення, управління персоналом та організаційної культури. [3]

Бенчмаркінг є ефективним інструментом підвищення конкурентоспроможності будівельної компанії. Це систематичний, безперервний пошук і дослідження передового досвіду конкурентів і гравців у суміжних галузях, постійне порівняння бажаних результатів і змін бізнесу з розробленою еталонною моделлю.

Отже, стійке підвищення конкурентоспроможності підприємств будівельної галузі може бути забезпечено лише за умови тривалого, безперервного та вдосконалення закупівлі всіх детермінантів конкурентоспроможності.

### СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Крайнік О.М., Маслов Д.Г. Теоретико-методологічні засади конкурентоспроможності підприємств // Тиждень науки-2020. Факультет будівництва, архітектури та дизайну. Тези доповідей науково-практичної конференції, Запоріжжя, 13–17 квітня 2020 р. [Електронний ресурс] / Редкол. : В. В. Наумик (відпов. ред.) Електрон. дані. – Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2020. С. 175-176.
2. Крайнік О.М., Сергієнко Т.І. Підвищення ефективності системи менеджменту в сучасних умовах // Стратегічні пріоритети розвитку економіки, обліку, фінансів та права в Україні та світі: збірник тез доповідей міжнародної науково-практичної конференції (Полтава, 23 січня 2020 р.): у 6 ч. Полтава: ЦФЕНД, 2020. Ч. 5. 67 с., С. 23-25.
3. Бугай В. З., Сидоренко В. О. Основні напрями підвищення конкурентоспроможності підприємства. *Modern Economics*. 2019. № 14(2019). С. 33-38. DOI: [https://doi.org/10.31521/modecon.V14\(2019\)-05](https://doi.org/10.31521/modecon.V14(2019)-05).

УДК 339.1

Крамський С. О.<sup>1</sup>

<sup>1</sup>к.т.н., доцент, старший науковий співробітник відділу ринкових механізмів та структур ДУ «ІРЕЕД» НАН України, м.Одеса, Україна

### **ЗАХОДИ З СЕЛЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ І ПРОПОЗИЦІЇ РОЗВИТКУ РИНКУ ЯЄЦЬ ТА ЯЄЧНИХ ПРОДУКТІВ У ПОВОЄННИЙ ЧАС В ОДЕСЬКОМУ РЕГІОНІ**

В Україні у повоєнний час наявні нові можливості для інтеграції в глобальні ланцюги вартості в першу чергу в складі агропродовольчих ринків. З урахуванням логістичної специфіки обслуговування селективних ринків у повоєнний час, тобто заходи що досліджуються із підвищеної економічної інтеграції українського ринку яєць і яєчних продуктів тема НДР

0122U000825. На сьогодні проблемою залишається скорочення виробництва на ринку яєць на 70% від довоєнного періоду. На рівні Одеської (військово-цивільної адміністрації) обласної державної адміністрації, пропонується у повоєнний час прийняти адміністративні заходи, розпорядження щодо стимулювання та підтримки виробництва яєць на птахофабриках, комбінатах, фермах, сільськогосподарських підприємствах. Таке селективне управління також сприятиме розвитку інноваційних виробничих структур яєчних-комбінатів та залучить іноземні інвестиції до створення нових птахофабрик, птахоферм, сільгоспідприємств, що збільшить зростання ринку яєць та яєчних продуктів [1]. Заходи з покращення повоєнної відбудови діяльності учасників агропродовольчого ланцюга, а також розбудова та модернізація виробничого, складського і переробного потенціалу галузі і логістичної інфраструктури дозволить розширити можливості українського аграрного бізнесу та підвищити його конкурентність у т.ч. ринку яєць. Таким чином, необхідно департаменту аграрної політики, продовольства та земельних відносин Одеської (ВЦА) ОДА, іншим органам влади на місцях регіону, прийняти економічні, податкові, кредитно-інвестиційні заходи з залучення грошових потоків у відновлення, запуск та збільшення виробництва яєчної продукції, відповідно допомогати адаптувати продовольчий бізнес до нових невизначеностей, економічних повоєнних реалій й викликів України [2].

Отже, через обмежені бюджетні ресурси на перших етапах повоєнного часу Одеською ОДА може бути запроваджено: обмежену кількість простих, адресних і контрольованих заходів, зокрема малих агропродовольчих виробників яєць та виробників-фермерів для підтримки їхнього розвитку із виробництва яєць. Департаменту аграрної політики, продовольства та земельних відносин Одеської (ВЦА) ОДА, слід розробити комплексну програму сталого розвитку ринку яєць доповнить селективні заходи, які будуть реалізуватися в рамках плану з повоєнної відбудови в Одеському регіоні, разом із заходами, спрямованими на розвиток й відбудову України [3]. Потребує вирішення виробничі питання з налагодження роботи і реконструкції птахофабрик, птахоферм, яєчних комбінатів у Одеському регіоні: СТОВ «Лиманська», СТОВ «Біляївська», «Бессарабський бролер», СТОВ «Чорноморська», СТОВ «Гатарбунарська» та інші, а тому реалізація заходів потребуватиме дій на регіональному рівні. Заходи з селективного формування ланцюгів доданої вартості яєчної продукції, який може складатись із інтегрованих мереж виробництва, реалізації, переробки, торгівлі, інвестування, реклами, брендингу і т.д.[4]. Складовою частиною функціонування і зростання ринку яєць є фермерські господарства, сільськогосподарські підприємства, особисті селянські господарства ринку яєць, переробні підприємства, логістичні організації в Одеському регіоні. Заходи із залучення, стимулювання малого та середнього бізнесу до

інвестування, кредитування приватних підприємств з виробництва яєць птахофермами необхідно: особливо ж стосовно вирощування продукції тваринного походження (яйця, яєчні продукти) та її подальшого перероблення чи реалізації на вітчизняних агропродовольчих ринках. Таким чином, також селективної ідентифікації можуть потребувати небезпечні джерела котрі продукують продовольчі ланцюги навантажень на навколишнє природне середовище після війни в Одеському регіоні (птахоферми, яєчні-комбінати тощо) у повоєнний час [5].

### СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Колодинський С.Б., Крамський С.О., Дубницький В.І. Інфраструктурна підтримка регіональних інноваційних процесів / Монографія. Одеса: ОДАБА. «Екологія», 2021. – 256с.

2. Kramskyi S.O. Institutional support for formation of efficient logistic chains of commodity markets in external dimension. / *Економічні інновації*. Одеса: ІРЕЕД НАН України, 2021, Т.23, Вип.4(81). – С.65-75.

3. Крамський С.О., Ширяєва Н.Ю., Захарченко О.В. Концептуальна модель управління змістом програм розвитку проєктно-орієнтованих організацій / Ринкова економіка: сучасна теорія і практика управління. Одеса: ОНУ ім. І. І. Мечникова, 2021, Т. 20 № 2(48). – С.128-144.

4. Крамський С.О., Нікольський В.В. Циклічно-генетична методологія управління проєктами організації системи інтермодального хабу в умовах невизначеності / Зб. наук. праць. “Управління розвитком складних систем”. Київ: КНУБА. 2020 – №43.– С.40-46.

5. Kramskyi S.O., Tarakanov M.L., Antonyuk P.O. Organizational forms of integration of agricultural markets to global value chains / *Економічні інновації*: зб. наук. праць. Одеса: ДУ ІРЕЕД НАНУ, 2022. Т.24. Вип.1 (82). – С.90-98.

УДК 658.7:005.336.1

Круглікова В.В.<sup>1</sup>, Абакумова О.В.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>к.е.н., доц., доцент кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності, НУ «Запорізька політехніка», Україна

<sup>2</sup>здобувач вищої освіти, НУ «Запорізька політехніка», Україна

### ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ СКЛАДУ В ЛОГІСТИЧНІЙ СИСТЕМІ

У сучасних умовах масштаби оптової та роздрібної торгівлі помітно зросли. Збільшилася загальна кількість елементів інфраструктури торгівлі та різноманітність зв'язків між підприємствами та їх діловими партнерами.

Протягом багатьох років компанії весь час прагнуть знайти способи для поліпшення та вдосконалення роботи складу та складських операцій, забезпечуючи при мінімумі витрат максимум ефективності. [2.с.40] Щоб максимально підвищити ефективність операцій, можна використовувати різноманітні методи. Наприклад, такі як:

- поліпшення організації та обслуговування робочих місць, які охоплюють: оснащення та розміщення робочих місць, правильний догляд за засобами праці, завантаження обладнання, забезпечення безперерйного процесу на робочому місці кожного працівника складу;
- вивчення та поширення передових методів праці, які мають ґрунтуватися на використанні досягнень науки і техніки, виключити зайві операції, рухи у процесі праці, а також сприяти зниженню втоми працівників та досягненню високих результатів праці;
- поліпшення умов праці передбачає поліпшення виробництва та підвищення культури праці складських працівників. При цьому одночасно виконуються вимоги охорони праці, охорони здоров'я та протипожежної профілактики;
- підготовка та підвищення кваліфікації кадрів сприяє виконанню ними складнішої роботи великого обсягу при менших витратах праці та часу. Це передбачає не лише забезпечення відповідної кваліфікації складських працівників, а й підвищення культури праці та загальноосвітнього рівня;
- вдосконалення нормування праці передбачає розробку та застосування науково обґрунтованих норм виробітку та часу на складські операції, нормативів чисельності робочих. Тим самим встановлюються необхідні кількісні, а також якісні витрати на виконання операцій складського технологічного процесу.

Планування складського приміщення є невід'ємною частиною способу підвищення ефективності його використання. Мінімізація періоду часу транспортування вантажу між пунктами навантаження може значно вплинути збільшення ефективності роботи складу [4.с. 121]. При цьому в даному способі потрібне регулярне відстеження часу, витраченого на транспортування вантажу. Аналізуючи рівень витрачених ресурсів, дійшли до того, що найбільш трудомістким є процес комплектації вантажу.

Підприємства з ефективним розподілом складських ресурсів розміщують потрібний вантаж ближче до місця навантаження [3.с. 315-317]. У свою чергу, потрібно регулярно стежити за даними щодо реалізації товару, щоб забезпечити зберігання такого вантажу поблизу пункту навантаження. З вище сказаного можна дійти невтішного висновку, що склад — це елемент логістичного ланцюга, який формує основні та технічні вимоги до складської системі. А для раціональної роботи складу, підприємствам необхідно здійснювати низку заходів, які сприятимуть їхній ефективній діяльності складських приміщень.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Волгін В.В. Комірни́к: Влаштування складів. Складські операції. Управління складом. Нормативні документи. 2-ге вид. перероб. та дод. – М.: Вісь-89, 2011. [с. 180-195]
2. Гаджінський, А.М. Логістика: Підручник. / А.М. Гаджінський -М.: Маркетинг, 2009. с. 36-58.
3. Дибська, В.В. Логістика складування./В.В. Дибська - М.: ГУ ВШЕ, 2012 р. [с. 315-416]
4. Дибська, В.В. Управління складом у логістичній системі. / В.В. Дибська – М.: КІА центр, 2009 . с. 120-136.

УДК 69.003:005.931

Крутлікова В.В.<sup>1</sup>, Поляшова О.О.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>к.е.н., доц., доцент кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності, НУ «Запорізька політехніка», Україна

<sup>2</sup>здобувач вищої освіти, НУ «Запорізька політехніка», Україна

### **АНАЛІЗ ВПЛИВУ ФАКТОРІВ ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА НА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ БУДІВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА**

В умовах сьогодення економічна ситуація в країні досить складна. Більшість вітчизняних підприємств зазнали великих збитків, але все ж намагаються утриматися на ринку. За таких умов конкуренція росте все стрімкіше, і стає дедалі сильніше.

Одним із ключових і ефективних засобів успіху даного заходу є розробка заходів підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Питання дослідження конкурентоспроможності будівельних підприємств є важливими та актуальними як для економіки всієї країни, так і для окремих будівельних підприємств.

Як зазначено в роботах вітчизняних вчених Фальченко О. О. та Літвінова Ю.О., конкурентоспроможність – є головна умова розвитку і життєздатності будівельної галузі.

В вітчизняних та закордонних наукових дослідження визначено деякі групи чинників, що впливають на рівень конкурентоспроможності підприємств до них відносяться: фінансові, політико-правові, техніко-екологічні.

Висновки з вивчення даних факторів, що впливають на конкурентоспроможність будівельного підприємства «ALD HOLDING» представлено в табл.1. [3]

Таблиця 1 - Аналіз впливу факторів зовнішнього середовища на конкурентоспроможність «ALD HOLDING»

Фактори зовнішнього середовища	Стан фактору		Тенденція розвитку	Характер впливу
Економічні				
Інфляція	Інфляція в 2021 році становить 100% [4]		Зростання	Має негативний вплив на загальний рівень доходу підприємства
Конкуренція	Простежується високий рівень конкуренції		Зростання	Великий рівень конкуренції, не дає змогу даному підприємству вийти на новий рівень
Ринок праці	Критичний мінімум висококваліфікованих робітників		Нестача	Потреба в пошуку професійних фахівців своєї справи
Споживачі	Юридичні та фізичні особи	Збільшення	При зростанні попиту на продукції зростає дохід підприємства	
Техніко-екологічні				
Екологічний фактор	Основне спрямування в роботі базується на збереження екологічної рівноваги	Зростання	Мінімізувати вплив підприємства на довкілля	
Політико-правові				
Стан законодавства	Законодавство повністю регулює діяльність підприємства	Доопрацювання	Не доопрацювання в законодавстві може призводити до корупційних дій	
Воєнний стан	Окупація окремих районів країни	Втрати	Потенційна потреба в будівельних послугах	

Вивчення впливу факторів на довкілля надає можливість передбачити, виникнення над ринком небезпеки, і миттєво відреагувати на це, а потім створити конкретний перелік заходів, які готові не тільки розглядати ці загрози, а й уникнути їх, отримавши з цієї ситуації важливу користь [1].

Вивчення функціонування моментів внутрішнього середовища дозволяє оцінити можливості компанії, дуже швидко відгукуватися на вплив конкурентів, залучаючи всі наявні запаси і застосовуючи різноманітні можливості. [2].

Проглянувши дану аналітичну таблицю, можна визнати, що найбільше негативного впливу на конкурентоспроможність будівельного

підприємства «ALD HOLDING» у зовнішньому середовищі мають: зростання значення інфляції в країні; наслідки воєнного стану; велика конкуренція на ринку будівельних робіт і не хватка кваліфікованих співробітників.

### СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Конкурентоспроможність як складова економічної безпеки підприємства / О. О. Фальченко, Н. Б. Токарь // Вісник НТУ «ХП». Серія: Технічний прогрес і ефективність виробництва. – Х.: НТУ «ХП». – 2019. – № 67(1040). – С. 156- 158.
2. Літвінова Ю.О. Проблеми забезпечення конкурентоспроможності підприємства в сучасних умовах / Ю. О. Літвінова // Управління розвитком. – 2020. – № 9. – С. 35-37.
3. Офіційний сайт «ALD HOLDING». Режим доступу: <https://aldholding.com> (Дата звернення: 21.04.2022р.)
4. Офіційний сайт Міністерства фінансів України. Режим доступу: <https://index.minfin.com.ua/economy/index/inflation/2021/> (Дата звернення: 21.04.2022р.)

УДК 005.936.43:658.8

Круглікова В.В.<sup>1</sup>, Кондратюк А.В.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>к.е.н., доц., доцент кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності, НУ «Запорізька політехніка», Україна

<sup>2</sup> здобувач вищої освіти, НУ «Запорізька політехніка», Україна

### **РОЗРОБКА НОВОЇ ПРОДУКЦІЇ ЯК СКЛАДОВА МАРКЕТИНГОВОЇ ТА ТОВАРНОЇ ПОЛІТИКИ**

Маркетингова стратегія є важливим інструментом забезпечення життєдіяльності підприємства в сучасних умовах господарювання. Стратегіям маркетингу займалися такі науковці: Гуля Ю. В., Циганок В. М., Татенко Г.І. Водночас зарубіжний досвід свідчить про те, що найголовнішим ресурсом вважається свідомість споживачів продукції цих підприємств. У зв'язку з цим особливої гостроти набуває проблема формування іміджу вітчизняних торгових марок [2]. Особливої уваги слід приділити помилкам, що приводять до невдачі виходу нових продуктів на ринок.

Розробка стратегії маркетингу заснована на створенні системи маркетингових заходів, за допомогою яких компанія має намір досягти запланованих величин обсягу продажів і прибутку. Структура запропонованої стратегії маркетингу нового товару представлена на рисунку 1. Після того, як сформульовані концепція і маркетингова стратегія товару, виникають більш конкретні питання про ймовірність відповідності реальної величини обсягів продажів, частки ринку та прибутків від продажу новинки

запланованої в проєкті. Оцінку цієї ймовірності дозволяє дати економічний або бізнес-аналіз.

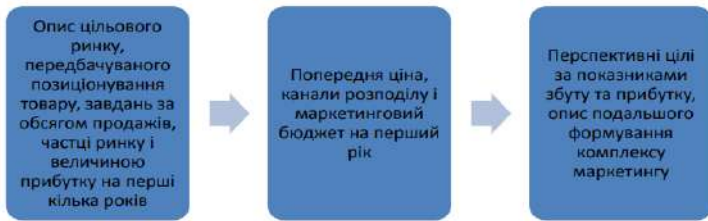


Рисунок 1 – Структура стратегії маркетингу нового товару

Як свідчить світова практика, досить незначна частина нових товарів має комерційний успіх. За оцінками деяких експертів, тільки 20% нововведень має успіх на ринку [3].

Причини невдач нових продуктів зазвичай полягають в наступному:

- відсутність чіткої і адекватної концепції новинки;
- рішення продуктом техніко-технологічних проблем без задоволення основних потреб споживача;
- погана координація зусиль співробітників і підрозділів при виведенні нового продукту;
- очікування керівництвом миттєвого фінансового ефекту від новинки та неготовність до довгострокових інвестицій по просуванню;
- низька якість товару;
- некоректна цінова політика;
- несвоечасність виведення продукту на ринок;
- слабкість дистрибуції і відсутність заходів маркетингової підтримки продажів [1].

Ключовими факторами успіху нових товарів є: перевага товару (наявність унікальних властивостей, що приносять споживачу додаткові переваги, що сприяють кращому сприйняттю і зацікавленості); маркетингове ноу-хау (краще розуміння ринку, спрямованість розробки на ринок і на клієнта); технологічне ноу-хау.

Таким чином, при формуванні стратегії розробки і виведення на ринок нового продукту необхідно враховувати всі розглянуті вище чинники успіху і причини невдач, а також ретельно опрацьовувати етапи створення продукту та вибір тактики його виведення на ринок, що відповідає позиціонуванню і встановлюється рівню ціни і стимулювання збуту.



## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Product Development and Management Strategies. Musa Gambo Kasuwar Kuка [20-25].
2. Гуля Ю. В., Циганок В. М. Обґрунтування маркетингової стратегії розвитку підприємств галузі птахівництва на основі бренд-підходу[232-236].
3. Измалкова С.А., Тронина І.А., Татенко Г.І., Магомедалієва О.В., Лаушкіна Н.С. Стратегічний аналіз: сучасна концепція менеджменту: навчальний посібник для вищої професійної освіти. Орел: ФГБОУ ВПО «ДержуніверситетННВК», 2018. 315 с. 24-30.

УДК 621.74:658.56

Круглікова В.В.<sup>1</sup>, Щербина А.М.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>к.е.н., доц. , доцент кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності, НУ «Запорізька політехніка», Україна

<sup>2</sup>здобувач вищої освіти, НУ«Запорізька політехніка», Україна

### **ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ЛИВАРНИХ ВИРОБІВ**

Конкурентоспроможність тісно пов'язана з наступними характеристиками: економічним та логістичним розвитком, ресурсозабезпеченням, забезпеченням кваліфікованих кадрів та створенням нових технологій для розвитку галузі.

Ливарне виробництво створене для швидкого отримання готових литих деталей, які необхідні для функціонування чорної металургії, важкої і транспортного машинобудування, хімічної промисловості, нафтового машинобудування, автомобілебудування, виробництві сільськогосподарської техніки, тощо. Це питання було розглянуто такими вченими, як Калашнік І.І., Пархоменко В. М., Зенкін А. С., Радулов Д.Д та інші.

Відомо, що конкурентоспроможність- це здатність товару підприємства конкурувати на ринку серед інших виробників, своєї галузі. Але на даний час потрібно вивчення сучасних факторів, що впливають на роботу ливарного виробництва належать:

- політична ситуація в державі. Станом на сьогодні в країні триває війна, яка спричинила: повне знищення, закриття чи тимчасове призупинення великих підприємств;
- економічні зв'язки- тобто міжнародні відносини країн. Через війну з Росією кількість енергоносіїв таких як газута палива, які життєво необхідні ливарному виробництву зменшилась, що спричинило тимчасове зменшення кількості виготовленої продукції;
- наявність сировинних ресурсів. Тип сировини залежить від технології виробництва, складності логістичного постачання. Слід додати, що енергетична криза в Україні збільшила ціни на нафту продукцію, що

спричинило здорожчення логістики машинами;

- рівень техніки та технологій. Слід відзначити, що кількість нової техніки на виробництві не перевищує 40%, що впливає на конкуренцію на міжнародному ринку.
- впровадження різних технологічних і організаційних заходів у споживаючих галузях промисловості, які можуть призвести до зниження або збільшення споживання виливків у будь-якій галузі промисловості;
- заміна виливків з одного ливарного сплаву на інший. У результаті такої заміни, по-перше, знижується обсяг лиття з гіршого за будь-якими ознаками сплаву, по-друге, збільшується кількість виливків того сплаву, з якого вони надалі будуть виготовлятися;
- заміна виливків на інші види заготовок, яка призводить до зменшення потреби в литті. У результаті такої заміни передусім відбувається зниження обсягу випуску виливків зі сплавів низької якості;
- прогнозування та планування;
- інноваційні технології виробництва у результаті впровадження відбувається поліпшення якості виливків, що сприяє підвищенню їх довговічності, тому потреба в литті через невеликий період часу (5–10 років) знижується;
- ступінь задоволення потреб споживача. Головним споживачем ливарної продукції є машинобудівельна галузь;
- якість виробленої продукції, визначають за наступними оцінками виробів: диференційована, індексна, техніко-економічна та оцінка якості узагальненим показником.

Отже, конкурентоспроможність ливарного виробництва в країні зменшується чи припиняється. Також варто зазначити, що через малу кількість іновачій та технологій ливарним виробам важко конкурувати на міжнародному ринку з Китаєм чи країнами Європи.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Янковський, О. М. Розвиток ринку ливарної галузі: від реального стану до бажаного [Текст] / О. М. Янковський // Маркетинг в Україні. – 2005. - №2. - С.18-21.
2. Радулов Д.Д. Оцінка впливу зовнішніх факторів на рівень конкурентоспроможності підприємств виробництва готових металевих виробів [Текст] / Д.Д.Радулов // Вісник соціально-економічних досліджень,- 2014.-№ 2.-С134-143.
3. Гольбин Я.А. Прогнозирование потребности в отливках. Литейное производство[Текст]// Я.А.Гольбин -1975. № 5. С. 2–3.

УДК 005.42:615.12

Круглікова В.В.<sup>1</sup>

<sup>1</sup>к.е.н., доц., доцент кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності, НУ «Запорізька політехніка», Україна

## **ОЦІНЮВАННЯ СИНЕРГЕТИЧНОГО ЕФЕКТУ ДІЯЛЬНОСТІ АПТЕЧНИХ МЕРЕЖ**

Розвиток національних господарських систем характеризується зростанням ролі інституційної самоорганізації суб'єктів економіки та розбудови їх мережових взаємодій. Поява мережових форм бізнесу викликана змінами ринкових умов, необхідністю удосконалення механізмів регулювання розвитку підприємницьких структур та пошуку шляхів підвищення ефективності їх діяльності, зокрема через масштабування підприємництва. Все це обумовлює появу на ринку в останні десятиліття великої кількості мережових організацій, в тому числі в аптечній сфері.

Теоретичні та практичні аспекти розвитку мережових підприємницьких структур, що представлені у працях вітчизняних та закордонних авторів, складають науково-методичний та емпіричний базис досліджуваної проблеми. Однак, зміни у зовнішньому середовищі, поява нових економічних викликів та зростаючі потреби населення щодо отримання якісних товарів та послуг на фармацевтичному ринку і досі актуалізують проблематику дослідження.

В сучасній економічній науці мається безліч наукових праць і досліджень, присвячених вивченню ефективності діяльності різних суб'єктів. Діяльність аптечних підприємств також вимагає оцінки ефективності в розрізі дослідження результатів основної діяльності. Це стосується і підходів до оцінки ефективності діяльності мережових підприємств, які переважно базуються на теорії аналізу ефективності підприємства. Вченими зазвичай використовуються загальні показники ефективності функціонування підприємств, серед яких, фінансово-економічні показники основних результатів діяльності (дохід від реалізації, валовий прибуток, собівартість реалізації, чистий прибуток тощо), фінансові показники ефективності (рентабельності, ліквідності, фінансової стійкості, ділової активності, майнового стану). Для оцінки ефективності використовують ключові показники ефективності компанії (КПІ), серед яких: показник продажів за годину, показник середнього обсягу продажів, показник кількості штук товару за одиницю продажів, коефіцієнт обслуговування (швидкість перетворення), показник співвідношення продажів до розміру заробітної плати персоналу. Перераховані вище показники можуть бути використані при формуванні методики оцінки стану ефективності аптечних мереж, але за умов включення показників, які характеризують дію мережевого ефекту діяльності підприємства.

На підставі вивчення основних наукових підходів можна запропонувати показники синергетичного ефекту діяльності мережі аптечних підприємств:

- показник синергетичного ефекту зростання виручки від реалізації аптечної мережі в загальногалузевому вимірі, який розраховується як різниця між відсотком зміни обсягу виручки від реалізації аптечної мережі в звітному періоді порівняно з попереднім та відсотком зміни обсягу виручки від реалізації аптечної сфери в звітному періоді порівняно з попереднім. Використання даного показника необхідне для встановлення стану загальногалузевого потенціалу аптечних мереж в розрізі нарощування обсягів виручки на рівні загального розвитку сфери;

- показник синергетичного ефекту від створення та діяльності нових торговельних точок аптечної мережі, який пропонується розраховувати як відношення зміни обсягу виручки від реалізації в звітному році порівняно з попереднім до зміни кількості торговельних точок аптечної мережі в звітному році порівняно з попереднім. Застосування вказаних показників дозволить оцінити синергію від створення та діяльності нових торговельних точок аптечної мережі;

- показник синергетичного ефекту рентабельності діяльності аптечної мережі, який визначається відношенням рентабельності від діяльності аптечної мережі до рентабельності від діяльності еталонної аптеки немережевої категорії. Ідея введення такого показника полягає в тому, щоб оцінити синергію від створення та діяльності структурних одиниць аптечної мережі порівняно з тим, якби кожна аптека функціонувала окремо.

Оцінювання синергетичного ефекту діяльності аптечних мереж дозволить здійснити експрес-оцінку стану ефективності функціонування аптечних мереж, розрахувати ефект синергії за показниками рентабельності та кількості новостворених торговельних точок. До того ж пропонується аптечним компаніям використовувати прогресивні методи управління, які сприяють підвищенню ефективності їх діяльності.

УДК 351:41.012

Кучинский В.А.<sup>1</sup>, Перерва П.Г.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>к.э.н., доцент кафедры экономики бизнеса НТУ «ХПИ», Украина

<sup>2</sup>д.э.н., профессор, заведующий кафедры экономики бизнеса НТУ «ХПИ», Украина

### **ФАКТОР ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В РОСТЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ БИЗНЕСА**

Трудно представить себе любой бизнес, который не получил бы выгоды от цифровой революции. Даже такая вещь как сельское хозяйство использует компьютеры. Фермеры используют компьютеры для ведения производственного

учета, финансового планирования, исследования технических вопросов и закупок. В наши дни формула успеха бизнеса проста: стимулируйте инновации с помощью информационных технологий. Информационные технологии – это система методов и способов сбора, передачи, накопления, обработки, хранения, представления и использования информации [1-5].

Информационные технологии способствуют инновациям в бизнесе. Инновации приводят к более разумным приложениям, улучшенному хранению данных, более быстрой обработке и более широкому распространению информации. Инновации делают бизнес более эффективным. А инновации увеличивают ценность, качество и производительность.

Предприятия, принявшие инновационную парадигму, обычно имеют такие характеристики [1, с. 59]: у них более точное бизнес-планирование; они имеют более эффективный маркетинг; у них более высокие глобальные продажи; они имеют более систематическое управление; они используют мониторинг в реальном времени; они предлагают мгновенную поддержку клиентов. На самом деле трудно говорить о долгосрочном росте бизнеса без толчка информационных технологий.

Нами выявлено пять базовых причин ускоренного роста бизнеса с использованием информационных технологий. Технологическая революция улучшила бизнес в этом столетии следующими пятью основными способами:

1. Информационные технологии дали бизнесу инструменты для решения сложных задач. Улучшенное аппаратное обеспечение (больше памяти, более быстрые Процессоры, более четкие Визуальные дисплеи и т.д.) в сочетании с более умными приложениями (программное обеспечение Mindmapping, такое как X Mind, программное обеспечение для совместной работы, такое как Kanban boards, организаторы, такие как Google calendar и т.д.) облегчило исследование данных, их анализ и планирование масштабируемости [4, 9, 15]. Для решения сложных задач имеется множество инструментов;

2. Информационные технологии позволяют бизнесу принимать более эффективные решения. Хорошие решения в бизнесе основываются на серьезных исследованиях рынка. Это можно сделать, привлекая команды через видеоконференции, анализируя общественное мнение в социальных сетях и отраслевых форумах, а также используя онлайн-опросы для получения обратной связи с клиентами. Есть также такие инструменты, как Microsoft CRM Dynamics и Google Analytics;

3. Информационные технологии улучшили маркетинг. Интернет-маркетинг с использованием методов интернет-рекламы (SEO, PPC, Facebook Ads) – это гораздо более точные способы, чем традиционный маркетинг, поиск целевых аудиторий, выявление их потребностей и построения маркетинговой кампании, чтобы убедить их купить [5, 7, 12, 16]. Трудно понять, сколько людей читают газетные объявления. Легко вычислить, сколько людей нажали на онлайн-баннер;

4. Информационные технологии улучшили поддержку клиентов. Клиенты могут получать поддержку по нескольким каналам: телефон, электронная почта, социальные медиа-платформы, вебинары и т.д. Кроме того, системы управления взаимоотношениями с клиентами помогают компаниям осознать поведение клиентов;

5. Информационные технологии улучшили управление ресурсами. Облачные вычисления позволяют сотрудникам компании использовать любое устройство в любой точке мира для доступа к программному обеспечению корпоративного уровня.

Научные работники мигрируют работать в исследовательских и технологических центрах разных стран с целью приобретения, усовершенствования и возможности применения своих знаний. Из 14000 выпускников вузов около 50% покидает страну, а низкая производительность труда снижает конкурентоспособность страны на мировом рынке и объем привлечения иностранных инвестиций. Чтобы предотвратить выезд специалистов, необходимо, кроме поддержки на должном уровне заработной платы, стимулировать их труд, обеспечивать обучение и овладение новыми навыками работы, предоставлять возможность и личного развития.

Подытоживая, можно сказать, что сегодня информационные технологии – это неотъемлемая часть функционирования как малого и среднего, так и крупного бизнеса. Особенно они стали необходимы компаниям в период пандемии, поскольку с их помощью бизнес может работать без расстояния и времени.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Василевська М.Д. Роль інформаційних технологій у бізнесі // Сучасні виклики та аспекти інноваційного розвитку економічної науки. Київ, 2021. с.58-62.
2. Перерва П.Г. Управління маркетингом на машинобудівному підприємстві // Навч. посібник для інж.-техн. вузів.- Харків : «Основа», 1993.- 288с.
3. Tkachov M.M., Pererva P.G., Kobieliava T.O., Tkachova. N.P., Diachenko T.A. Management of relations with enterprise stakeholders based on value approach // Problems and Perspectives in Management. 2021. Vol. 19, Iss.1. P.24-38.
4. Перерва П.Г. Комплаенс-программа промышленного предприятия: сущность и задачи // *Вісник НТУ "ХПІ"*. Харків : НТУ "ХПІ", 2017. № 24. С. 153-158.
5. Pererva P.G., Tkachev M.M., Kobieliava T.O. Evaluation of holder profits violation of their exclusive rights // *Науковий вісник Полісся*. 2016. № 4 (8), ч.2. С.240-246.

УДК 339.138

Кушнір Т.М.<sup>1</sup>

<sup>1</sup>к.е.н., доц., доцент кафедри маркетингу, Львівський національний університет імені Івана Франка, Україна

## **ПРОБЛЕМИ ЕТИЧНОСТІ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ**

Питання етики в сучасному маркетингу, зокрема під час реалізації того чи іншого функціонального призначення його інструментів, загострюється в умовах сьогодення, особливо в ході цивілізаційних потрясінь, які сьогодні переживає Україна. Етичність у будь-яких проявах – це те, що відрізняє розвинуту цивілізацію від безумної орди, яка нехтує будь-якими моральними приписами та нормами. Однак, Україні ще треба здолати певний шлях до побудови високоморального етичного суспільства. Перекоаний у тому, що після війни цей процес буде завершено досить швидко.

До сьогодні, «розвиток цивілізованого, етичного маркетингу в Україні стримувався несприятливими для українських фірм факторами зовнішнього середовища: нерозвиненістю ринкових відносин в нашій державі, «перехідним» станом економіки, суперечливим характером українських реформ і недосконалістю законодавства» [2, с. 301].

Одним з напрямків, в якому існує необхідність дотримання принципу етичності в маркетингу є маркетингові дослідження. До ключових принципів, на яких базуються маркетингові дослідження вітчизняні учені відносять системність, комплексність, цілеспрямованість, об'єктивність, надійність, економічність, результативність та відповідність засадам добросовісної конкуренції. Бачимо, що принципи об'єктивності та відповідності засадам добросовісної конкуренції спрямовані на дотримання етичних норм проведення маркетингових досліджень.

Етичні та моральні питання роботи з громадськістю торкаються, в першу чергу, методів отримання та презентування результатів маркетингового дослідження. Результати маркетингових досліджень як підтверджуючий аргумент часто можуть виступати інструментом впливу на громадськість з метою «продавлювання» рішення, необхідного для компанії-замовника такого дослідження. Спотворення інформації з вини дослідника чи замовника такого дослідження ставить членів суспільства (споживачів, контактні аудиторії) в доволі невідгдане становище. Тому, вкрай важливим з етичної точки зору є гарантування замовником об'єктивності та точності результатів маркетингового дослідження. Також, важливо досліднику бути максимально точним та відповідальним при формуванні звіту про результати дослідження, оскільки на цих результатах будуть базуватись рішення замовника, які можуть вплинути на навколишнє середовище.

До існуючих практик, що порушують принципи дотримання добросовісності при проведенні маркетингових досліджень можна віднести:

1. Шахрайство та обман:

- недотримання зобов'язання про забезпечення анонімності;
- маніпулятивне посилання на замовника маркетингового дослідження;

– саджинг – «метод продажу, в якому продавці симулюють проведення маркетингового дослідження, проте реальною метою є отримання мотивації покупця та інформації про його процесі прийняття рішення про купівлю, щоб використовувати їх в подальшій діловій зустрічі» [1];

– фrawdжинг – «практика отримання коштів під видом дослідницької організації» [1];

2. Вторгнення в особисте життя:

- здійснення спостереження за суб'єктом без його згоди;
- підміна конкретних кількісних методів використанням якісних;
- компіляція даних з різних джерел;
- надміру особисті чи персоналізовані питання.

3. Зневажливе (нешанобливе) ставлення до респондента:

- залучення респондента до співпраці в незручний для нього час;
- некомпетентність інтерв'юєрів;
- приховування конкретних методів та обставин маркетингового дослідження (його тривалості, мети використання результатів тощо).

Також досить складними є питання моральності маркетингового дослідження у взаємовідносинах дослідник-замовник, зокрема:

1. Зловживання з точки зору плану дослідження, методології, технологій, його результатів: проведення недоречного чи непотрібного дослідження; свідомо неправильне формулювання завдань та цілей; зумисне обмеження плану дослідження; неетичні методи дослідження; відсутність досвіду в проведенні досліджень.

2. Порушення відносин дослідника і замовника з позицій дослідника: завищена вартість дослідження; неможливість чи нездатність забезпечення обіцяної конфіденційності; неможливість уникнення конфлікту інтересів.

3. Порушення відносин дослідника і замовника з позицій замовника: хибне використання переддослідницьких пропозицій фахівця-дослідника; розголошення методів та моделей дослідника; проведення маркетингового дослідження для підтримки наперед заготовлених аргументів; нездатність адекватно сприймати та реагувати на рекомендації фахівця-дослідника.



## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Маркетингове дослідження // Вікіпедія: вільна енциклопедія. URL: <https://tinyurl.com/3472bp76>.

2. Рощина М.М., Штундер І.О. Маркетинг по-українськи: формування та розвиток культури та етики маркетингової діяльності. Актуальні питання сучасної науки та практики. Матеріали науково-практичної конференції (15 листопада 2018, Київ). Київ, 2018. с. 300-303.

УДК 339.98

Лещух І.В.<sup>1</sup>

<sup>1</sup>к.е.н., с.н.с. відділу просторового розвитку, ДУ «Інститут регіональних досліджень ім. М. Долишнього НАН України», м. Львів, Україна

### УКРАЇНСЬКИЙ БІЗНЕС:

### РИЗИКИ ТА МОЖЛИВОСТІ РОЗВИТКУ В УМОВАХ ВІЙНИ

В умовах війни значно постраждав український бізнес. Зокрема, за оцінкою експертів Gradus та KUS Business до режиму часткової роботи або взагалі до припинення функціонування нині вдалося до 85% бізнесу, серед яких 1% припинили діяльність та не планують відновлення, а 35% призупинили діяльність, чекаючи закінчення війни (за іншими оцінками таких підприємств 27,7% [1]). Крім того, 86% підприємств працюють з меншою завантаженістю, порівнюючи з довоєнним часом, а 33% підприємств не мають можливості виплатити заробітну плату працівникам (за оцінками інших аналітиків – 38%, і ще 38% працівників відправлено у відпустку [1]), 29% – не можуть оплатити послуги постачальників [2]. Частка персоналу вітчизняних підприємств, що була скорочена у перший місяць війни – 21% [1].

Не втішними є й очікування вітчизняного бізнесу щодо власної діяльності у 2022 р. Так, лише 17% підприємств сподіваються принаймні зберегти обсяги продажів на рівні попереднього року (у цьому контексті більш позитивними є очікування малого бізнесу, порівняно із середнім). Натомість 34% підприємств не бачать можливостей для отримання суттєвих обсягів діяльності в поточному році [1]. Найбільше постраждали ті галузі, в яких неможлива дистанційна робота – авіаційні та морські перевезення, поштово-кур'єрська діяльність, сфера страхування, де бізнес працює безпосередньо зі споживачами. У складних умовах опинилися й аграрні підприємства, чий бізнес прив'язаний до конкретної території, а роботи в полі чи на фермі не можливо відкласти на невизначений термін або перенести. Загалом, основні проблеми, з якими зіткнувся вітчизняний бізнес в нинішніх умовах, – це нестача замовлень, проблеми з логістикою та нестача сировини [2]. При чому, це стосується й підприємств, які працюють відносно далеко від місць ведення активних бойових дій.

Загалом Міністерство економіки України оцінює втрати вітчизняних підприємств та організацій в перший місяць війни у 80 млрд дол. США [3]. Натомість аналітики Advanter Group оцінюють прямі поточні втрати малого та середнього бізнесу у перші два тижні війни у 30-60 млрд дол. США [4]. Внаслідок зниження ділової активності бізнесу скорочення вітчизняного ВВП у 2022 р. може становити 21% [1].

Реалії сьогодення ставлять перед бізнесом та владою низку викликів та завдань, ключовим з яких є функціонування підприємств в умовах бойових дій. Бізнес має відновлювати роботу – це запорука наповнення державного бюджету, збереження платоспроможності населення, посилення економічної стійкості держави, а відтак, і її здатності ефективно протистояти агресору.

З огляду на зазначене у перший місяць війни парламентом та урядом України було запроваджено низку ініціатив, спрямованих на підтримку бізнесу в особливий період. Зокрема, це дерегуляція та послаблення вимог щодо ведення бізнесу, пільгове кредитування, можливість релокації з територій, де ведуться активні бойові дії та ін., що дозволить бізнесу продовжувати функціонувати.

Варто розуміти, сьогодні розвиток бізнесу – це не стільки про «глобальні» (масштабні) перспективи, скільки про поточне утримування на плаву. Без негайної активізації його роботи Україні загрожує жорстка фіскальна криза, наявність якої лише посилюватиме залежність нашої держави від допомоги іноземних держав-партнерів.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Тарасовський Ю. Малий та середній бізнес за місяць втратив \$80 млрд. Як підприємці працюють в умовах війни. URL: <https://forbes.ua/news/maliy-ta-seredniy-biznes-za-misyats-vtrativ-cherez-viynu-80-mlrd-yaki-problemi-ta-ochikuvannya-pidpriemstv-25032022-5015>.

2. Київська школи економіки. Діагностування стану українського бізнесу під час повномасштабної війни Росії з Україною: аналітичний звіт. URL: [https://gradus.app/documents/188/BusinessInWar\\_Gradus\\_KSE\\_Report\\_30032022\\_ua.pdf?fbclid=IwAR3wgZweIFIJ3vRTRxg0oY2YqEgTLEHpf\\_2LkdKIgPL18ZB C\\_ROwX6sor8g](https://gradus.app/documents/188/BusinessInWar_Gradus_KSE_Report_30032022_ua.pdf?fbclid=IwAR3wgZweIFIJ3vRTRxg0oY2YqEgTLEHpf_2LkdKIgPL18ZB C_ROwX6sor8g).

3. Свириденко Ю. Одноразові втрати України від війни склали майже 565 мільярдів доларів. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/news-ekonomichni-vtraty-ukrainy-vd-viiny/31774336.html>.

4. Офіційний сайт консалтингової компанії Advanter Group. URL: <https://advanter.ua/>

УДК 338.42.2

Лівовшко Т.В.<sup>1</sup>

<sup>1</sup>к.е.н., доц., доцент кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності, НУ «Запорізька політехніка», Україна

## **КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ СУБ'ЄКТА ГОСПОДАРЮВАННЯ В СУЧАСНИХ УМОВАХ**

Формування концепції розвитку суспільства в сучасних умовах потребує проведення додаткових досліджень природи конкурентоспроможності та її проявів. Крім цього, глибокого переосмислення вимагає вивчення сутності та рушійних сил трансформації систем управління вітчизняними суб'єктами господарювання з урахуванням динамічності і нелінійності розвитку ринкового оточення. Концептуальні підходи до господарської практики застосування конкурентоспроможності дослідили такі представники економічної думки, як А. Маршалл, Е. Чемберлін, Д. Робінсон, Й. Шумпетер, Ф. Хайек, М. Портер. Вони розробили теорію недосконалої і монополістичної конкуренції, включивши до об'єкту дослідження нецінову конкуренцію. Сучасні науковці такі, як О.Є. Гудзь, Т.Г. Васильців, О.Є. Кузьмін, Р.Л. Лупак, П. Юхименко продовжують розвивати економічну складову конкуренції та її вплив на управління діяльністю суб'єкту господарювання. Сьогодні наукові школи, що досліджують маркетинг і конкуренцію, використовують багатий теоретичний і практичний досвід при вивченні і подальшому розвитку методології конкуренції для встановлення успішного конкурентного середовища на ринку. Аналіз управлінської практики засвідчує, що у сучасних глобалізаційних умовах підприємство, як окрема бізнес-одиниця, втратило можливість досягати цілей діяльності, концентруючи управлінський вплив тільки на внутрішні ресурси.

На перше місце у гео економічній конкуренції вийшли інтегровані бізнес-групи, які об'єднують інноваційні проекти і велике виробництво та проводять свою діяльність на основі ділових мереж. Такі мережі варто розглядати як ланцюги створення цінності з неоднаковою ефективністю окремих елементів. Сучасне економічне становище характеризується ситуаціями з непропорційним співвідношенням вкладених ресурсів та ефектом від їх використання у різних ланках таких ланцюгів.

Таким чином, узагальнивши думки вчених щодо класифікації чинників, що впливають на конкурентоспроможність підприємства, можна виділити наступні гальмівні чинники, що стримують забезпеченість конкурентоспроможності суб'єктів господарювання, які поділяються на внутрішні та зовнішні.

До зовнішніх чинників слід віднести: низький рівень попиту на інноваційну продукцію; труднощі кластеризації, кооперації та інтеграції з

іншими [1, с.100]; загроза появи послуг або товарів-замінників, загроза вторгнення до галузі нових учасників, відсутність системного дієвого механізму управління органів державної влади, відсутність висококваліфікованих, достатньо підготовлених молодих спеціалістів зі стратегічного маркетингу, конкурентоспроможності підприємств [2].

Не останнє місце займають і внутрішні чинники, що створюють негативний вплив на конкурентоспроможність підприємств: недостатність фінансових ресурсів та інформації щодо впровадження нових технологій; небажання і слабка сприйнятливність підприємств до впровадження інновацій; низький рівень інноваційного потенціалу підприємств; нестача кваліфікованого персоналу; моральне старіння та фізична зношеність основних засобів; відсутність мотивації праці, низькі управлінські якості менеджерів, керівників підприємств та управлінського персоналу та ін. [2]. Саме вчасна направленість та дієвість керуючої системи на відповідні чинники створюють позитивний вплив на конкурентоспроможність підприємства.

Першочергово, необхідно починати з внутрішнього середовища, а саме:

пошуку висококваліфікованого управлінського персоналу, створення додаткових стимулів, що знайдуть своє відображення в продуктивності праці, забезпеченні підприємства основними засобами та вчасне їх оновлення, впровадження виваженої фінансової стратегії розвитку підприємства. Саме ці основні чинники забезпечать ефективність діяльності підприємства та відповідний рівень його конкурентоспроможності. Крім цього, підвищення конкурентоспроможності являє собою процес змін, і як будь-який процес, особливо той, який викликає певні протидії, він потребує управління і, зокрема, стратегічного підходу. Оскільки зміни стосуються всіх основних організаційних складових, включаючи структуру кадрів, зайнятість, кваліфікацію персоналу, технологію, обладнання, продукцію, ринки збуту то, відповідно, вихідним моментом підвищення конкурентоспроможності суб'єкта господарювання виступає розробка стратегії такого підвищення з врахуванням всіх аспектів сприяння та протидії.

При цьому для менеджменту підприємства необхідно поставити такі головні завдання:

- об'єктивно оцінити існуюче положення суб'єкту господарювання;
- визначити концепцію підвищення конкурентоспроможності;
- довести необхідність проведення змін;
- наочно представляти та пояснювати очікувані результати від вдосконалення діяльності.

Досягнення успіху в агресивному конкурентному середовищі можливе за умови формування і впровадження моделі управління

конкурентоспроможністю підприємства на інноваційних засадах. Конкурентні переваги, засновані на знаннях про побудову системи зв'язків з стейкхолдерами, формування успішної ділової репутації підприємства, брендингу, удосконалення бізнес-процесів, забезпечення гнучкості і фінансової стійкості, а також безліч інших конкурентних переваг у сфері управління можуть, за своєю значущістю випереджати технологічні наука, оскільки не можуть однозначно копіюватися іншими підприємствами цієї галузі. Тому методологія конкурентоспроможності суб'єкта господарювання продовжує удосконалюватися через реалізацію управлінських рішень в непередбачуваних умовах сьогодення.

### СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Гудзь О. Є. Фінансові стратегії забезпечення конкурентоспроможності підприємства [Електронний ресурс / О. Є. Гудзь // Фінансовий простір. – 2013.– No 4. – С. 97-103. – Режим доступу :[http://nbuv.gov.ua/UJRN/Fin\\_pr\\_2013\\_4\\_13](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Fin_pr_2013_4_13).

2. Петрова Н. О. Фактори впливу на формування конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств в конкурентному середовищі / Н. О. Петрова // Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки). – Мелітополь : Вид-во Мелітопольська типографія "Люкс". – 2010. – No 1 (9). – С. 248-253

3. Конкурентоспроможність підприємства: навчальний посібник / І.А. Дмитрієв, І.М. Кирчата, О.М. Шершенюк – Х.: ФОП Бровін О.В., 2020. 340 с.

УДК 338

Падерін І.Д.<sup>1</sup>, Книш О.А.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>докт.екон.наук, професор кафедри підприємництва та економіки підприємства, Університет митної справи та фінансів, Україна

<sup>2</sup>аспірант кафедри підприємництва та економіки підприємств, Університет митної справи та фінансів, Україна

### **РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНОМУ КОНКУРЕНТНОМУ СЕРЕДОВИЩІ**

Сучасні підприємства діють у певному середовищі, яке може суттєво впливати на результати їх господарсько- фінансової діяльності. Конкурентне середовище підприємства обумовлює взаємодії суб'єктів конкурентної боротьби, регулює дії із забезпечення власних інтересів та гнучко реагує навіть на найменші зміни, які відбуваються на ринку. Це спонукає підприємців до дослідження стану конкурентного середовища, уточнення

його видів та складових, як на галузевому, так й на вітчизняному та закордонному ринках

[4, с. 380].

Підприємництво у широкому значенні – це діяльність людини спрямована на отримання прибутку шляхом трансформації та/або переміщення економічних ресурсів. Підприємництво на сучасному етапі розвитку економіки є невід'ємною складовою людської діяльності загалом. На ринку може продаватися не тільки товари, а й найрізноманітніша комерційна інформація, послуги фахівців, які володіють тими чи іншими знаннями, навичками, вміннями та ін.

В економічному світі обмежених ресурсів та широких можливостей об'єктивно зумовленим явищем є конкуренція. Кожен підприємець змушений завжди бути налаштованим на конкуренцію з огляду на саму природу підприємницької діяльності.

Таким чином ринковий процес має виражений конкурентний характер, де кожен із конкурентів прагне першим виявити і якомога повніше використати можливості отримання прибутку[3, с. 45].

В даний час, на підприємницьку діяльність та його розвиток, впливають безліч факторів, як зовнішніх так і внутрішніх.

Розглянувши їх можна зазначити, що до зовнішніх факторів можна віднести такі як:

- 1) державна політика - вплив через політику держави;
- 2) міжнародне становище - можливість промислового підприємства виходити на міжнародні ринки;
- 3) постачальники - впливають через якість та ціну сировини, матеріалів то що;
- 4) ринок праці - впливає на вхід промислового підприємства через наявність на ринку достатньої кількості необхідних працівників відповідної кваліфікації;
- 5) капітал - впливає через наявність в зовнішньому середовищі необхідних засобів праці;
- 6) ринок - впливає через потреби споживачів;
- 7) науково -технічний прогрес - впливає підприємства через новітні інноваційні технології, інноваційні матеріали, устаткування;

До внутрішніх факторів належать:

- 1) працівники - безпосередньо або побічно зайняті у виробництві продукції промислового підприємства;
- 2) устаткування - наявність на підприємстві необхідного устаткування, його стан та виробничі можливості;
- 3) система планування й управління;

4) матеріали та комплектуючі - використовуються для виробництва продукції на підприємстві;

5) організація виробництва - охоплює етапи виробництва продукції та послуг;

6) фінансовий стан - здатність підприємства своєчасно виділяти кошти на все необхідне;

7) інновації - в умовах конкурентного середовища активна інноваційна діяльність підприємств дедалі більше визначає його стійкість[2, с. 56].

Отже, сучасні умови діяльності підприємств визначаються жорсткою конкуренцією, динамічністю ринкової кон'юнктури, сучасними інноваційними тенденціями ведення бізнесу, мінливим характером зовнішнього та нестабільністю внутрішнього середовища тощо. Так, розвиток є процесом, який дає змогу не лише вижити, але й стабільно функціонувати підприємству за таких умов.

У ринкових умовах один з небагатьох способів підтримки високих темпів розвитку організацій та їх торгових марок є безперервне впровадження інновацій . Наведені фактори впливу на розвиток підприємства передбачають реалізацію інноваційного процесу за умови позитивного впливу сукупності всіх зазначених факторів на його діяльність.

Тому для того щоб поліпшити розвиток підприємства на сучасному етапі, варто підсилити дію тих факторів, що мають позитивний стимуляційний вплив на розвиток інновацій та інноваційної діяльності[1, с. 78].

## **СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ**

1. Боняр С. М. Систематизація факторів впливу на інноваційний розвиток підприємства в сучасних економічних умовах / С. М. Боняр, О. М. Аляб'єва // Проблеми економіки. - 2019. - № 3. - С. 77-83. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pekon\\_2019\\_3\\_11](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pekon_2019_3_11).
2. Захаров В. А. Конкурентне середовище промислового підприємства та його вплив на операційний менеджмент / В. А. Захаров // Вісник Одеського національного університету. Серія : Економіка. - 2019. - Т. 24, Вип. 1. - С. 54-58. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vonu\\_econ\\_2019\\_24\\_1\\_12](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vonu_econ_2019_24_1_12).
3. Магас В. М. Підприємництво та конкуренція – основні чинники розкриття економічного потенціалу суспільства / В. М. Магас // Економічна теорія. - 2019. - № 2. - С. 44-56. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecte\\_2019\\_2\\_5](http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecte_2019_2_5).
4. Мелушова І. Ю. Конкурентне середовище підприємств: сутність та види / І. Ю. Мелушова, О. В. Прокопова, К. О. Твердохліб // Бізнес Інформ. - 2016. - № 11. - С. 379-385. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf\\_2016\\_11\\_64](http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf_2016_11_64).

УДК : 338.28

Писарькова В.Р.<sup>1</sup>

<sup>1</sup>аспірант, кафедра підприємництва, організації виробництва та теоретичної і прикладної економіки, ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет», м. Дніпро, Україна

## **ЦИФРОВА КОНКУРЕНЦІЯ: ЦІННОСТІ ПІДПРИЄМНИЦТВА В ЕПОХУ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ**

Вплив цифрової економіки розповсюджується на різні складові нашого життя, зокрема на сфери діяльності людини, способи ведення підприємництва, здобуття нових навичок та компетенцій. Цифровізація малого та середнього бізнесу відкриває нові можливості щодо розвитку національної економіки та набуває все більшого значення. Підприємництво в цифровому середовищі набуває більш вагомого значення саме через виокремлення факторів високотехнологічного бізнесу.

У цифровій сфері підприємницька діяльність набуває більшої популярності, оскільки підприємництво в інтернет середовищі в умовах глобалізації постає актуальне та набуває все більшого значення. Успішне вдосконалення підприємницької діяльності в умовах цифрової економіки обумовлено наявністю певних факторів розвитку високотехнологічного бізнесу. Розвиток підприємницької діяльності в умовах цифрової економіки на регіональному рівні можливий при врахуванні наступних умов: ризики в інвестиційному полі, фінансові інститути, доступ до інтернету, інфраструктурна забезпеченість.

Згідно цифрової адженти України [1] конкурентоспроможність, продуктивність, економічне зростання країни та інновації розглядаються як основні елементи цифрової економіки у цифрово-економічному середовищі. Ключовою стратегією розвитку цифрової економіки в Україні має стати «цифровізація» країни, формування внутрішнього ринку інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) та мотивацій і потреб у «цифрових технологіях» у споживачів [2].

Підприємництво постає важливою та невід'ємною складовою успішного розвитку цифрової економіки, через свою гнучкість та можливість швидко пристосовуватися до змін. Висока конкурентна боротьба та покращення конкурентних позицій змушують підприємців впроваджувати інновації та цифрові технології у підприємницьку діяльність, проте не всі мають змогу впроваджувати цифрові технології, як через відсутність достатньої кількості коштів для розробки цифрових технологій, так і через відсутність власного зацікавлення в такому впровадженні. Цифрові технології здатні стимулювати зростання ефективності промисловості, через що цифровізація бізнесу постає важливим елементом зростання. Цифровий перехід відбувається за допомогою безлічі технологій: дизайн, робототехніка,



«розумне виробництво», Big Data, кіберсистеми тощо, тобто цифрова економіка має багато інструментів, що допомагають підприємництву розвиватися. Також розвиток цифрових технологій призвів до появи нових способів реклами, просування бізнесу та зниження витрат на це [3] за рахунок використання соціальних мереж, месенджерів, власних сайтів, інтернет-магазинів та маркетплейсів. Популярність маркетплейсів посилилась в період пандемії та багато майданчиків пропонують підприємцям актуальні логістичні послуги. Маркетплейс представляє собою торговий майданчик з інфраструктурою для онлайн-продажів, де підприємці мають змогу розміщувати каталоги з товарами, отримувати оплату онлайнта одночасно займатися обліком фінансів, аналітикою, стежити за показниками ефективності бізнесу, збирати статистику, спілкуватися з покупцями, допомагати їм у вирішенні питань при покупках. Подібні інтернет-майданчики допомагають підприємцям (зазвичай для малого та середнього бізнесу) отримати досвід та спростити процес продажів.

Актуальність проблеми розвитку підприємництва в умовах цифрової економіки та впровадження цифрових технологій з метою поліпшення місця у конкурентному середовищі залишається обговорюваною, існуюча теоретико-методологічна база дослідження даного напрямку не повна та потребує подальших досліджень для більш глибокого аналізу та розгляду. Нові технології – це завжди виклик, у сфері підприємництва цей виклик постає перед підприємцями, адже впровадження будь-яких цифрових технологій призведе як до реконструкції виробничих відносин, так і до розширення надання послуг. Крім того активне використання цифрових технологій впливає на підвищення доходів, продуктивність праці та на виникнення нових ринкових можливостей. В сучасних умовах інтерес до цифрового підприємництва тільки зростає, оскільки цифровізація вважається сучасною тенденцією розвитку підприємництва, яка надає бізнесу переваги в підприємницькій діяльності для поліпшення конкурентної позиції суб'єкта діяльності.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. «Цифрова адженда України – 2020 («Цифровий порядок денний – 2020)». ГС «ХАЙ-ТЕК ОФІС УКРАЇНА», 2016.
2. Краус Н.М., Голобородько О.П., Краус К.М. Цифрова економіка: тренди та перспективи авангардного характеру розвитку. Ефективна економіка. 2018. № 1.
3. Безпаленко О.В. Цифровізація підприємницької діяльності. Діджиталізація бізнесу: сьогодні і майбутнє. Збірник матеріалів круглого столу (м. Київ, 28 січня 2021 року). К.: «Хай-Тек Прес», 2021. 88 с.

УДК 338.58

Пучкова С.І.<sup>1</sup>

<sup>1</sup>к.е.н., доц., НУ «Одеська політехніка», Україна

## **РЕСУРСНИЙ ПІДХІД ДО ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

Конкурентне середовище призводить до того, що підприємство нездатне тривалий час займати стійкі позиції. При виході на новий ринок, при прийнятті рішення про розширення виробництва або його скорочення, при здійсненні інвестицій з метою модернізації технологічного устаткування або оновлення продукції, що випускається, потрібно оцінка конкурентоспроможності.

Основним завданням оцінки конкурентоспроможності підприємства є пошук джерел і факторів, які в перспективі нададуть можливість підприємству забезпечити гідний рівень конкурентоспроможності.

Одним з підходів до оцінки конкурентоспроможності підприємства дослідники виділяють ресурсний підхід.

Ресурсний підхід (англ. Resource-based view - RBV) – це окрема концепція в теорії ринкової конкуренції, яка в контексті конкурентного аналізу підкреслює значимість специфічних ресурсів фірми. Тому іншою назвою ресурсного підходу є теорія ресурсної переваги.

Фундаментальною причиною ресурсного підходу є теза про те, що підприємства в одній галузі і на одному ринку не однорідні, а розрізняються один від одного, тому що мають неоднакову комбінацію ресурсів.

Моментом зародження ресурсної концепції підприємства прийнято вважати 1984 рік, коли вийшла стаття Б. Вернерфельта «Ресурсне трактування фірми», в якій уперше було наголошено на доцільності аналізу фірми з погляду ресурсів, ніж продуктів [1, с. 25].

Оформлення ресурсного підходу в цілісну концепцію також пов'язують із опублікованою в 1991 році статтею Джея Барні «Ресурси фірми та стійка конкурентна перевага», яка загально визнано є поворотною класичною роботою у сфері конкурентного аналізу.

Протягом 1990-х років ресурсний підхід став домінуючою парадигмою. До цього превалювала школа позиціонування, коли конкурентні переваги формувалися, а конкурентні стратегії розроблялися та здійснювалися фірмами виключно за підсумками галузевого аналізу 5 сил конкуренції за М. Портером. На початку 1990-х років швидкість зміни зовнішнього конкурентного середовища та конкурентного оточення збільшилася настільки, що для багатьох галузей методи розробки та реалізації конкурентної стратегії на підставі зовнішнього галузевого аналізу втратили свою ефективність.

Тому Дж. Барні запроваджує нове розуміння терміна «стійка конкурентна перевага». Так, Дж. Барні для виявлення ключових ресурсів запропонував 4 критерії (VRIN-критерії):

- 1) Valuable – Цінний (за його допомогою підприємство реалізує можливості та нейтралізує зовнішні загрози);
- 2) Rare – Рідкісний (недоступний іншим конкурентам);
- 3) Imperfectly imitable – Важко імітований (конкуренту нелегко імітувати ресурс, оскільки підприємство має ресурс за результатами унікальних історичних обставин та умов);
- 4) Non-substitutable – Незамінний (конкурент не може замінити ці ресурси на інші доступні ресурси).

Згідно моделі VRIN стійка конкурентна перевага формується шляхом придбання та ефективного використання сукупності унікальних ресурсів, які конкуренти не в змозі скопіювати. В основі конкурентних переваг лежать ключові компетенції, які поєднують внутрішні сильні сторони підприємства зі споживчими вподобаннями [2, с. 158].

Подальший розвиток та поглиблення ресурсного підходу до стратегічного управління підприємством та його конкурентоспроможністю, здійснений К. Прахаладом та Г. Хамелом, які розглядали ресурси підприємства як своєрідну матеріальну базу для створення конкурентних переваг нового типу, а саме динамічних (ключових) компетенцій. Ключові компетенції, що отримані підприємством у певний момент часу, впливатимуть у майбутньому на його ресурсний потенціал, тобто формуватимуть якісні та кількісні показники наявності й стану ресурсів [3].

Таким чином у межах ресурсного підходу підприємство сприймається як комплекс ресурсів, до яких належать як чинники виробництва, матеріальні та фінансові ресурси, так і нематеріальні ресурси і, що найважливіше, організаційні можливості і специфічні компетенції персоналу підприємства. Саме набір даних ресурсів відрізняє підприємство від конкурентів, і стає основою для формування порівняльної конкурентної переваги та зайняття вигідної конкурентної позиції на ринку.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Управління ресурсами підприємства [Електронний ресурс]: монографія / за заг. ред. к.е.н., проф. Г.О. Швиданенко. К.: КНЕУ, 2014. 418 с. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/197268897.pdf>
2. Вяткіна Т.Г. Використання ресурсної концепції при формуванні конкурентних переваг підприємств. *Економічний простір*. 2013. №71. С. 153-161.
3. Косата І.А. Ресурсний підхід до визначення конкурентоспроможності інтегрованих структур бізнесу. *Проблеми економіки*. 2015. №3. С. 129-134.

65.011

Савків У. С.<sup>1</sup>, Сидор Г. В.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>к. е.н., доц., доцент кафедри обліку і оподаткування, Прикарпатський національний університет ім. Василя Стефаника, м. Івано-Франківськ, Україна

<sup>2</sup>к. е.н., доц., доцент кафедри фундаментальних та спеціальних дисциплін, Чортківський навчально-науковий інститут підприємництва і бізнесу, Західноукраїнський національний університет, м. Чортків, Україна

## **ОРГАНІЗАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ**

У сучасних умовах господарювання зростає роль організаційного забезпечення інформаційних процесів управління підприємством. Сьогодні менеджмент здійснюється з урахуванням системних можливостей використання інформаційних технологій та інформаційних ресурсів підприємств. З метою створення потужного інформаційного потенціалу підприємства автоматизовані операції інформаційного процесу варто інтегрувати до функцій управління підприємством.

Сучасне управління неможливе без застосування комплексної технології управління, заснованої на сучасному програмному забезпеченні, що дає змогу впорядкувати інформаційні процеси та надати доступ до необхідних даних.

Інформаційний процес можна трактувати як сукупність взаємопов'язаних дій, спрямованих на взаємодію між підрозділами та обмін інформацією між внутрішнім і зовнішнім середовищем підприємства. Продуктивність інформаційного процесу залежить від його швидкості, кількості користувачів, цільової спрямованості, потреб бізнес-процесів, розгалуження та втрат під час переміщенні інформації тощо.

Інформаційний процес тісно пов'язаний із загальною організаційно-економічною системою. Це дає змогу інтегрувати, координувати і регулювати функції управління в контексті інформаційної інтерпретації.

З метою підвищення продуктивності інформаційного процесу зовнішня та внутрішня інформація мають бути органічно інтегровані. Для оптимальної організації інформаційних процесів, рух інформації має відбуватися в заплановані терміни і у визначеному обсязі, а інформаційний обмін між окремими структурними підрозділами підприємства і посадовими особами має бути суворо регламентований [2].

Досвід зарубіжних і вітчизняних підприємств показує, що є об'єктивна залежність між темпом зростання інформаційної оснащеності та динамікою виробничо-фінансових показників, тому для оптимізації інформаційних процесів управління підприємства та інших виробничих функцій необхідний комплексний аналіз рівня та динаміки ефективності

організаційного забезпечення інформаційних процесів управління. Ефективна діяльність підприємства залежить від здатності передбачати та змінювати структуру виробництва й управління, розробляти і впроваджувати у виробництво нові види продукції, планувати обсяги виробництва відповідно до потреб ринку та своєчасно забезпечувати якісне управління підприємством у довгостроковій перспективі.

Управління – це один із видів інтелектуальної праці, процес якого охоплює спостереження за фактами, фіксування і зберігання даних, перетворення їх в інформацію, контроль, аналіз прийнятих управлінських рішень.

На думку Б. Района [3], не інформація виникає з управління, а управління здійснюється на основі інформації та інформаційного процесу.

Інформаційний процес управління підприємством можна визначити як сукупність взаємопов'язаних дій, спрямованих на взаємодію між підрозділами на основі обміну інформацією між внутрішнім та зовнішнім середовищами, що сприятимуть зростанню вартості підприємства.

Для забезпечення ефективно організації інформаційних процесів управління варто дотримуватися принципу системності, неперервності, інтегрованості та економічної обґрунтованості.

Інформаційний процес на підприємстві має виконувати своє функціональне призначення – інформування користувачів усіх рівнів. Поняття «організаційне забезпечення» – це важлива складова забезпечення діяльності підприємства, яку використовують поряд з фінансовим, інформаційним та іншими видами забезпечення.

Дослідження та аналіз терміна «організаційне забезпечення» дає можливість виокремити основні підходи до його визначення, які можна згрупувати за підходами.

Згідно з нормативним та процесним підходами, організаційне забезпечення розглядається як сукупність методів та заходів, які застосовує об'єкт управління.

Прибічники структурного підходу визначають організаційне забезпечення як структуру управління, яка чітко визначає та регламентує права й обов'язки суб'єктів управління. Цінність структурного і нормативного підходів полягає у здатності запобігати повторенню помилок, проте їх застосування в умовах постійно змінного середовища не завжди задовольняє потреби управління [5].

Процесний підхід має можливість адаптуватися до певної ринкової ситуації. Жоден з підходів не відображає розмаїття процесів, що відбуваються на підприємствах у сучасних умовах. Тому доцільно застосовувати комплексний структурно-процесний підхід [4].

Таким чином, організаційне забезпечення – це сукупність структур і правил, які забезпечують умови для процесів, що необхідні для функціонування системи на якісному рівні через залучення необхідних ресурсів, організацію взаємозв'язків між елементами та ліквідації відхилень, що можуть виникати у системі управління підприємством.

Ефективність перебігу організаційного забезпечення можна гарантувати через постійне вдосконалення інформаційного процесу та створення середовища, яке підтримувало би інформаційну діяльність підприємства.

Основним орієнтиром для ухвалення рішень є кінцева мета діяльності, її визначення – принципове.

Мета організаційного забезпечення інформаційних процесів управління підприємством – підтримка стабільного функціонування системи, реалізація запланованих програм шляхом забезпечення ресурсами, організація взаємозв'язків між елементами та ліквідація відхилень, які можуть виникати у системі управління.

З метою забезпечення високого рівня організованості будь-якої діяльності необхідно, щоб вона була спроектована, націлена, регламентована, нормована, забезпечена необхідними інструкціями, інформацією і ресурсами, здійснювалася за раціональною для певних умов технологією [1].

На основі проведеного аналізу змісту поняття «організаційне забезпечення інформаційних процесів управління підприємством» виокремлено такі його особливості:

- ефективність, яка досягається шляхом розподілу обов'язків;
- суворі ієрархічність, що дає можливість контролювати виконання інформаційних процесів;
- формально встановлена і чітко зафіксована система правил, що забезпечує однотипність управлінської діяльності;
- здатність управлінської підсистеми виконати всі функції управління;
- комплексна організація інформаційних процесів між системою загалом та середовищем, яка досягається через системність взаємопов'язаних дій, явищ, а також планування, прогнозування, управління суб'єктом та об'єктом підприємницької діяльності.

Комплексність організаційних дій на всіх рівнях може бути зведена до укрупненого переліку таких напрямків: створення або реорганізація організаційної структури; організаційне забезпечення ефективного функціонування організаційної структури та її гармонійний розвиток; вдосконалення організаційних відносин та зв'язків; підвищення рівня взаємодії елементів організаційної структури; належна організація операцій, процесів, робіт та їхня оптимізація; організаційний аналіз і проектування;

диверсифікація виробничої діяльності; інтеграція організаційної структури інформаційних процесів управління у зовнішнє середовище.

Організаційне забезпечення інформаційних процесів управління підприємством відіграє провідну роль у забезпеченні ефективної діяльності будь-якого суб'єкта господарювання, що сприяє підвищенню рівня керованості та конкурентоспроможності економіки та її інноваційному розвитку. Створення інформаційного забезпечення, яке відповідає сучасним вимогам, – головний чинник у системі ухвалення оптимальних управлінських рішень.

### СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Гриньова В. М., Салун М. М. Організація виробництва : підруч. Київ : Знання, 2009. 582 с.
2. Ващенко Л. О. Інформаційне забезпечення аналізу фінансового стану підприємств в сучасних умовах. *Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету : Економічні науки*. Кіровоград : КНТУ, 2008. Вип. 14. С. 81–85.
3. Райан Б. Практика корпоративного управління в Україні. *Міжнародна фінансова корпорація*. 2005. 88 с.
4. Мельник Л. Г. Теория самоорганизации экономических систем : монографія. Сумы : Университетская книга, 2012. 439 с.
5. Управління діяльністю підприємства у конкурентному середовищі : монографія / [Л. В. Соколова, Г. М. Верясова, О. В. Манакова та ін.]. Х. : СМІТ, 2010. 189 с.

УДК 339

Салун М. М.<sup>1</sup>, Омельченко В. Л.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> д.е.н., проф., ХНЕУ ім. С. Кузнеця, Харків

<sup>2</sup> здобувач вищої освіти, ХНЕУ ім. С. Кузнеця, Харків

### ПОТОЧНИЙ СТАН ФЕШН-РІТЕЙЛУ В УКРАЇНІ

Підприємцям фешн-рйтелу 2020 р. приніс не тільки зменшення обсягу ринку на 45% [3], а також зміни вподобань та стилю життя споживачів (збільшення продажів у сегменті спортивного одягу і взуття), перехід на «бережливе виробництво та сервіс» (без формування запасів та надлишків при зменшенні величин замовлень та партій виробництва), формування «демократичних» брендів або лінійок продукції поряд із вже існуючими, добре відомими на ринку, для активізації он-лайн продажів та проведення акційних розпродажів, формування нових платформ та вдосконалення їх юзабіліті в мобільній версії (адже 80% покупців користуються смартфонами), а також активізацію розвитку формату з персоналізованим сервісом. Все це

привело до активного корегування планів розвитку українських та міжнародних брендів фешн-рітейлу для подальшого успішного ведення бізнесу. Дослідження накопиченого досвіду вітчизняних та міжнародних компаній дозволяє своєчасно виявляти сучасні тренди та підлаштовуватись під існуючі тенденції змін даної галузі.

Поточний стан фешн-рітейлу є результатом використання певної стратегії розвитку, яка визначається через вивчення зовнішнього оточення і можливих внутрішніх перспектив діяльності підприємств фешн-рітейлу з урахуванням непередбачених ринкових обставин. Базові елементи стратегії розвитку, які використовують лідери фешн-рітейлу можна дослідити на основі моніторингу їх поточного функціонування (табл. 1)

Таблиця 1

Елементи сучасної стратегії розвитку лідерів фешн-рітейлу в Україні

Підвищення активності онлайн	Відсутність розвинуеного онлайн-каналу стала вагомою причиною, за якою українським фешн-рітейлерам складно підтримувати бізнес додатковим рівнем продажів у нових умовах. Саме онлайн зараз для багатьох є пріоритетним вектором подальшого розвитку, а для українських брендів – основою для включення у систему міжнародної торгівлі через сучасні міжнародні маркет-плейси
Підвищення мита на імпорт одягу та взуття	Величина мита на імпорт одягу та взуття на рівні 12% не зупиняє активне освоєння українського ринку міжнародними фешн-рітейлерами та не активізує діяльність національних операторів фешн-рітейлу [0]
Обов'язкова локація в ТРЦ	Стікий трафік відвідувачів оператора фешн-рітейлу у ТРЦ означає наявність у нього широкої споживчої аудиторії, та високі показники товарообігу, а синергія операторів ТРЦ залучає додатковий трафік відвідувачів. Одночасно локація у ТРЦ пов'язана з активним підвищенням вартості оренди торгових площ (в середньому +30% за останні два роки [2])
Відсутність зовнішнього фінансування	Українські фешн-рітейлери практично не використовують державну фінансову підтримку та кошти міжнародних та національних інвесторів, що надає їм можливість оперативної реорганізації, оптимізації бізнес-процесів, а також можливість пристосовуватися до реалій ринку порівняно з міжнародними гравцями, представленими на території України
Наявність	Персонал лідерів фешн-рітейлу на теперішній час має



кваліфікованого персоналу	відповідати додатковим вимогам: омніканальність продажів встановлює новий стандарт взаємодії з користувачем, пропонуючи персональний досвід купівлі та обізнаність щодо розширеного переліку методів оплати.
Екологічність бренду	Важливим елементом сучасної стратегії розвитку стала соціальна відповідальність та екологічність виробництва, адже споживачі віддають перевагу тим брендам, що відповідально ставляться до оточуючого середовища та мінімізують негативний вплив на нього

Проведений огляд поточного сану фешн-рителу виявив гостру потребу в активному використанні елементів стратегічного управління:

- корпоративна місія, яка відображає існуючу на ринку можливість задовольняти конкретного споживача передбачає омніканальність;
- конкурентні переваги пов'язуються з соціальною відповідальністю та екологічністю бренду;
- ресурси (інвестиції та поточні витрати) засновані на концепції «ощадливого виробництва»;
- підвищення значення культури і компетентності управління.

### СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Ільченко Н. Б., Войнілович В. Є. Розвиток роздрібних торговельних мереж мас-маркет сегмента індустрії моди в Україні. Бізнес Інформ. 2019. №11. С. 407–416.
2. Сайт Pro-consulting [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://pro-consulting.ua/pressroom/rynok-odezhdy-v-ukraine-domashnie-tendencii-mody-i-pokupok>
3. Forbes. Офіційний сайт. Прогрес на всіх фронтах. Як трансформується fashion-ритейл. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://forbes.ua/company/progres-na-vsikh-frontakh-yak-transformuetsya-fashion-riteyl-19072021-1909>.

УДК 658.56

Сергієнко О.А.<sup>1</sup>, Олійник М.С.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>д.е.н, професор, професор кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності, ННІ «Економіки менеджменту та міжнародного бізнесу»

НТУ «Харківський Політехнічний Інститут», Україна

<sup>2</sup>здобувач вищої освіти, Харківський національний економічний університет імені С. Кузнеця, Україна

## **АНАЛІЗ КОНЦЕПЦІЙ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА**

Проблема якості в сучасних умовах глобалізованого середовища є досить важливою, адже являє собою один із чинників підвищення рівня життя, економічної, соціальної й екологічної безпеки, адже тільки продукція високої якості може бути конкурентоспроможною. Відповідно, вітчизняні підприємства повинні посилити увагу щодо поліпшення якості своєї продукції, особливо гостро це питання постає нині, в умовах необхідності освоєння зарубіжних ринків. В реаліях сьогодення створення ефективних шляхів підвищення якості продукції та, безпосередньо, процесу їх формування є стратегічним напрямком успішного функціонування підприємства. Особливої актуальності набуває необхідність дострокового підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств на основі формування ефективних шляхів управління якістю продукції. Аналіз літературних джерел дозволив зробити висновок, що якість продукції - це сукупність властивостей продукції, що обумовлюють її придатність задовольняти певні потреби відповідно до її призначення [3]. Управління якістю включає всі функції загального керівництва по розробці політики в області якості, встановлення цілей, повноважень і відповідальності, а також процеси планування, контролю і забезпечення якості, за допомогою яких в рамках системи якості відбувається реалізація даних функцій [1].

Існують різні концепції та методи управління якістю.

1) Шухартом вперше була запропонована циклічна модель, що поділяє управління якістю на 4 стадії – планування, реалізацію, перевірку та корегуючі впливи [3].

2) А. Демінг, у свою чергу, розробив та запропонував програму спрямовану на підвищення якості системи праці, яка базується на 14 постулатах, реалізація яких отримала назву системи TQM (Total Quality Management) [4].

Система загального управління якістю (TQM) являє собою не просто підхід до організації процесів планування, забезпечення та контролю якості продукції фірми. Основні положення концепції TQM подані у табл. 1.

Отже, система TQM є комплексною системою, орієнтованою на постійне поліпшення якості, мінімізацію виробничих витрат і постачання точно в термін.

3) Концепція Джозефа Джурана, який розробив просторову модель, сутністю якої є стадії безперервного розвитку роботи щодо управління якістю – «Спіраль Джурана». За ідеєю Джурана – безперервне покращення – це рух по сходам [3].

4) К. Ісікава – варіант комплексного управління якістю, найбільш характерними рисами якого є: загальна участь всіх працівників в управлінні якістю; введення регулярних внутрішніх перевірок функціонування системи якості; безперервне навчання персоналу; широке запровадження статистичних методів контролю. Цей підхід є найпростішим методом управління якістю [5].

Таблиця 1

Основні положення концепції TQM

№	Положення
1.	Визначальна роль керівництва у заходах з реформування/реструктуризації підприємств на основі принципів TQM.
2.	Основна увага – клієнтам.
3.	Стратегічне планування.
4.	Залучення усіх співробітників.
5.	Підготовка персоналу.
6.	Нагороди та визнання.
7.	Розробка продукції та послуг повинна швидко реагувати на потреби і очікування споживачів, які постійно змінюються та збільшуються.
8.	Управління процесом.
9.	Якість постачальників.
10.	Інформаційна система.
11.	Кращий досвід.
12.	Постійна оцінка ефективності роботи системи управління якістю.

Таким чином, ключовим завданням менеджменту компаній є створення, практична реалізація і подальша сертифікація системи менеджменту якості, що забезпечує стабільне, стійке якість продукції, що виготовляється і поставляється протягом певного періоду часу. Гарантом стабільності є наявність у компанії - виробника системи менеджменту якості, що відповідає визначеним міжнародним вимогам. Менеджмент якості в рамках управління проектом - це система методів, засобів і видів діяльності, спрямованих на виконання вимог і очікувань клієнтів проекту до якості самого проекту і його продукції.

Отже, сучасне управління якістю повинно орієнтуватися на характер потреб, їхню динаміку та структуру, стимули, зумовлені економічною і технічною конкуренцією, кон'юнктурою ринку. Необхідно оптимально застосовувати комплекс дій та засобів, методів, методик, концепцій, що забезпечують як виготовлення якісної конкурентної продукції, так і розробку новітньої продукції, здатної задовольняти майбутні потреби споживачів і ринку.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Безродна С.М. Управління якістю: навч. посіб. / С.М. Безродна. — Чернівці: ПВКФ "Технодрук", 2017. — 174 с.
2. Управління якістю продукції. URL: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2018/12/346.pdf>
3. Організаційно-виробниче забезпечення якості і конкурентоспроможності продукції. URL: <http://feb.tsatu.edu.ua/ebook/mn/ov/page18.html>

УДК 658

Сергієнко О.А.<sup>1</sup>, Самусь П.О.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>д.е.н, професор, професор кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності, ННІ «Економіки менеджменту та міжнародного бізнесу»

НТУ «Харківський Політехнічний Інститут», Україна

<sup>2</sup>здобувач вищої освіти, ННІ «Економіки менеджменту та міжнародного бізнесу» НТУ «Харківський Політехнічний Інститут», Україна

### **КОМПЛЕКСНИЙ ПІДХІД ДО УПРАВЛІННЯ СУЧАСНИМИ ОРГАНІЗАЦІЯМИ В УМОВАХ НЕВИЗНАЧЕННОСТІ ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА**

Останні роки економікам України та світу притаманна в широкому розумінні поняття – невизначеність. Спочатку пандемічні процеси, а далі і війна ставлять бізнес в умови де уміння адаптуватися до змін є ключовим фактором розвитку організації.

Саме тому, ключовим є пошук правильних інструментів і алгоритмів дій що до прийняття управлінських рішень в умовах невизначеності зовнішнього середовища. Власне професіонала в менеджменті від звичайного успішного підприємця відрізняє те, що перший має чіткий план дій і в своїх рішеннях орієнтується на науковий підхід, а другий більше сподівається на вдачу і корить державу та світ коли щось іде не так.

На нашу думку, побудова професіоналізму в менеджменті сучасної організації систематичний, тривалий та циклічний процес.

Перш за все, будь-якому управлінському рішенням передують аналіз зовнішнього середовища організації, його виконання дозволить актуалізувати стан ринку в таких частинах як: потреби споживачів, платоспроможність попиту, насиченість ринку пропозицією, та інше. Результатом першого етапу такого алгоритму має стати розуміння актуального стану ринку та його перспективної динаміки.

Далі менеджер звертається до внутрішнього середовища організації, та шукає можливості на основі дослідження попереднього етапу, для виходу на ринок з конкурентною пропозицією. Результатом другого етапу є

прототип продукту чи послуги, з якою підприємець виходить на ринок.

Третій етап, це тестування гіпотези, це може бути не велика партія чи надання пробної послуги, збір зворотного зв'язку на основі якого, управлінець приймає рішення про збільшення обсягів або повертається до попередніх етапів.

За результатами перших трьох етапів, організація має достатньо інформації для заповнення аналітичної таблиці бізнес-моделі [1] Lean Canvas (рис. 1). Формування бізнес-моделі дозволить зробити актуальний зріз продукту чи послуги, і прийняти рішення про масштабування чи піво́т.

Проблематика ринку:  Існуючі потреби; Конкуренти	Пропозиція  Рішення для потреб; Власний продукт	Унікальна цінність  Переваги  Концепт	Переваги  Сильні сторони організації	Клієнтський сегмент:  Портрет клієнта  Модель B2B/B2C/інше
	Показники ефективності  Контроль		Канали збуту  Реалізація продукту	
Витрати  Постійні та змінні витрати		Джерела доходів  Бізнес-модель, монетизація		

Рис. 1. Схема аналітичної таблиці бізнес-модель Lean Canvas

В результаті систематичного виконання трьох етапів, наведених в алгоритмі вище, та використання інструменту Lean Canvas [1], менеджмент організації стає стійкішим, саме за рахунок використання інструменту зі стартап-сфери який стає актуальним на сьогоднішній день в діяльності будь-яких організацій через збільшення загального рівня невизначеності [2] в економіці.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Як влаштована модель «ощадливого стартапу» (Lean Canvas) [Електронний ресурс] // cases.media. – 2021. – Режим доступу до ресурсу: <http://cases.media/article/yak-vlashtovana-model-oshadliwego-startapu-lean-canvas>
2. Глобальна економічна невизначеність, що посилюється на тлі війни в Україні, може сповільнити зростання світової економіки [Електронний ресурс] // finance.ua. – 2022. – Режим доступу до ресурсу: <https://news.finance.ua/ua/hlobal-na-ekonomichna-nevyznachenist-shho-poslyuyuyet-sya-na-tli-viyny-v-ukraini-mozhe-spovil-nyty-zrostannya-svitovoi-ekon>.

УДК 339.16

Сергієнко О.А.<sup>1</sup>, Соколова Н.О.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>д.е.н, професор, професор кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності, ННІ «Економіки менеджменту та міжнародного бізнесу»

НТУ «Харківський Політехнічний Інститут», Україна

<sup>2</sup>здобувач, кафедра підприємництва, торгівлі та біржової діяльності, ННІ «Економіки менеджменту та міжнародного бізнесу»

НТУ «Харківський Політехнічний Інститут», Україна

## **УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ТРАНСПОРТНИХ ПОСЛУГ ЛОГІСТИЧНОГО ПРОВАЙДЕРА**

Сучасний ринок вимагає безперервного поліпшення якості продукції та послуг як найважливішого фактору підвищення конкурентоспроможності, в тому числі логістичних провайдерів. Вирішення цієї проблеми потребує проведення великого обсягу теоретичних та експериментальних досліджень, які дозволяють на сучасному науковому рівні синтезувати вимоги положень TQM і міжнародних стандартів (ISO 9001, 14001; OHSAS 18001; SA 8000 та ін.). Проведені дослідження доводять, що для ефективного функціонування інтегрованої системи управління якістю необхідно мати великий обсяг нормативних документів, які повинні працювати в єдиному інформаційно-правовому полі й задовольняти вимоги системи логістичного обслуговування в цілому. Існуючий на даний час інструментарій, що застосовується для цих цілей є недосконалим. У зв'язку з цим, розробка наукових основ створення інтегрованої системи управління якістю на базі міжнародних стандартів є важливою науково-прикладною проблемою по підвищенню якості і конкурентоспроможності продукції та послуг логістичних провайдерів, вирішення якої має велике значення для національної економіки. Проведені дослідження показали, що найбільш доцільним способом підвищення ефективності управління якістю транспортних послуг логістичного провайдера в умовах зростаючої конкуренції є формування інтегрованої системи управління. Впровадження комплексного управління якістю повинно було супроводжуватися стандартизацією всіх елементів виробничого процесу з наступною передачею керівником прав і обов'язків своїм підлеглим. Вважається, що «інтегрована система менеджменту – частина загальної системи менеджменту організації, найбільш ефективний спосіб управління організацією, який відповідає вимогам двох або більше міжнародних стандартів на системи менеджменту, вона буде функціонувати як єдине ціле, сприяючи виробництву якісної продукції». Як показали дослідження, інтегровані системи управління будуються на основі застосування системного і процесного підходів до управління підприємством, які дозволяють пов'язати в єдине ціле різні процеси і види діяльності підприємства. Діяльність будь-якої організації пов'язана з ризиками, які

визначають основні втрати. Аналіз міжнародного і вітчизняного досвіду свідчить, що широкомасштабне впровадження інтегрованого управління якістю обслуговування клієнтів в діяльність логістичних провайдерів потребує розроблення універсального стандарту, який регламентував би і забезпечував би виконання узагальнених принципів, підходів, нормативних вимог, спрямованих на управління ризиками, матеріальними, фінансовими, людськими ресурсами. У зв'язку з цим теоретичне обґрунтування практичного застосування концепції побудови проекту системи управління якістю обслуговування клієнтів логістичного провайдера є актуальною та своєчасною задачею. Якість логістичної послуги, як вона сприймається клієнтом, безпосередньо визначається цими процесами, а також діями, пов'язаними із заходами, що виконуються за результатами зворотного зв'язку з якості послуг і сприяють поліпшенню їхньої якості, а саме: оцінюванням наданої постачальником послуги; оцінюванням отриманої послуги клієнтом; перевітками реалізації всіх процесів системи якості та їх ефективності.

Зворотний зв'язок з якості має бути встановлений і між групами процесів структури системи якості, які взаємодіють між собою. Якщо логістичний провайдер формулює мету посилення контролю за якістю послуг, то вона повинна мати детальну процедуру для ефективного відслідковування претензій та зауважень клієнтів щодо якості, відмов від придбання послуги та проведення відповідних записів прийнятих рішень.

Така процедура може включати до себе створення системи відслідковування і показники вимірювання процесу з тим, щоб у подальшому керівництво компанії могло визначити ступінь відповідності процесу цілям логістичного провайдера у сфері якості. І навпаки, наприклад, порядок введення даних щодо задоволення клієнтів надаваними послугами може бути достатньо простим автоматизованим процесом, який послідовно виконується без складних документованих процедур.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Хімичева Г.І. Наукові основи проектування інтегрованих систем управління якістю продукції (послуг) на базі міжнародних стандартів. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis\\_nbuv/cgiirbis\\_64](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64).
2. Безродна, С.М. Управління якістю: навч. посіб. для студентів економічних спеціальностей / Безродна С.М. – Чернівці: ПВКФ «Технодрук», 2017. – 174 с.
3. Карпунь О.В., Янчик О.Г. Концептуальні засади інтегрованого управління якістю транспортних послуг логістичного провайдера «Вісник НТУ «ХП»». Серія: Машинознавство та САПР» № 2 – Х., 2020. С. 58-66

УДК 658

Таранич О.В.<sup>1</sup>, Рибчук А.О.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>к.е.н., доцент, Донецький національний університет імені Василя Стуса, Україна

<sup>2</sup>здобувач вищої освіти, Донецький національний університет імені Василя Стуса, Україна

## **КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА ЯК ЧИННИК ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМСТВА**

В кожній компанії, підприємстві, організації існує власна культура, яка визначає формальні та неформальні відносини між співробітниками. Вона виникає в процесі становлення і розвитку, формування горизонтальних, вертикальних і функціональних зв'язків в організаційній структурі управління. Також її можна свідомо створювати, направляти та розвивати. Ступінь розвитку корпоративної культури визначає рівень залученості співробітників, приймає участь у формуванні іміджу компанії. Для умов сучасного ринку це є важливим елементом, оскільки клієнтоорієнтованість, відкритість і впізнаваність бізнесу є запорукою його успішності. Це визначає актуальність дослідження корпоративної культури в сучасному підприємстві.

Мета роботи – провести огляд теоретичних основ формування корпоративної культури підприємства, її складових елементів, визначити типологізацію корпоративних культур, надати практичні рекомендації до підвищення ефективності їх формування на підприємстві.

Корпоративна культура (КК) – є сукупністю моделей поведінки в організації. Вона повинна формуватися разом з її розвитком і розділятися всіма членами колективу [1]. В сукупності корпоративна культура охоплює систему цінностей, традицій, правил формальної та неформальної поведінки, яких має дотримуватися персонал компанії. Складові елементи корпоративної культури: *організаційні* (поточні, поведінка кожного дня) – в який час персоналу приходити, залишати робоче місце, правила (заборона) відлучатися з робочого місця, правила одягу (дресс-код), правила спілкування з колегами; *ідейні* (загальна поведінка, система цінностей) – здоровий спосіб життя, правильне харчування, зайняття спортом.

Дослідники визначають різну типологізацію корпоративної культури. Так, науковцями з Мічиганського університету Робертом Куїном і Кімом Кемероном запропоновано модель корпоративної культури, виходячи з принципів її типології: клан, адхократія, ринок (ринкова конкуренція), ієрархія (бюрократія). Разом з тим, компаній з однотипною моделлю корпоративної культури дуже мало, в процесі власного розвитку вони поєднують певні елементи відносин в різних пропорціях, об'єднують певні формати корпоративної культури, із домінуванням одного з них.



Практичне застосування корпоративної культури на підприємстві полягає у створенні умов до комфортної роботи та поведінки персоналу фактично, а не декларовано. Задоволені співробітники є джерелом безкоштовної реклами, яка буде приваблювати нових співробітників, клієнтів, «клієнтів клієнтів тощо», працювати у режимі «циганського радіо» по території всього міста/регіону.

Практичні рекомендації щодо створення та розвитку корпоративної культури на підприємстві.

1. Підприємство як бренд – створення корпоративної культури варто розглядати як побудову бренду, розробку певного комерційного продукту. Корпоративна культура є потужним маркетинговим інструментом.

2. Не зупинятися в процесі розвитку, знаходити кращі практики, намагатися адаптувати підходи конкурентів. Шукати ідеї до розвитку, надихатися великими компаніями.

3. Ініціатива кожного співробітника є важливою. Не слід впроваджувати корпоративну культуру «зверху». Для співробітників важливим є власноруч провадити зміни, бути частиною проекту, корпоративного життя.

4. Мета (ринкова місія) підприємства повинна надихати на розвиток, давати відчуття дотичності до проекту світового масштабу, щоб розвиватися разом із компанією. Наприклад, місією компанії «Google» є «Організація всієї наявної в світі інформації, зробити її доступною та зручною для використання в універсальному масштабі».

5. Наймати працівників, які підходять для компанії, поділяють цінності організації.

6. Створювати умови для підвищення ефективності роботи всього колективу, наприклад, запроваджувати КРІ для керівного складу та підлеглих, які будуть відображати вплив і рейтинг всієї команди.

Висновки та рекомендації. Корпоративна культура розширює перелік завдань, які можна виконати на підприємстві, сприяє підвищенню його ефективності, проте спочатку потрібно створити таку систему управління, щоб вона працювала на результат. Орієнтація на успіх світових лідерів бізнесу, та галузевих конкурентів є важливим завданням, проте ресурси і персонал є специфічними для керування кожним бізнесом, ефективної роботи підприємства.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Леонова О. Створення корпоративної культури. URL: <https://hurma.work/blog/stvorennya-korporativnoyi-kulturi/>

УДК 659.1

Ткачева Н.П.<sup>1</sup>, Перерва П.Г.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>к.э.н., доцент кафедры экономики бизнеса НТУ «ХПИ», Украина

<sup>2</sup>д.э.н., доцент, кафедры маркетинга НТУ «ХПИ», Украина

## **БРЭНДИНГ КАК ФАКТОР ОБЕСПЕЧЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОДУКЦИИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

Многие специалисты склоняются к выводу, что основным фактором успеха большинства предприятий является верность потребителей, то есть их лояльность. Высшая степень лояльности потребителей – это почти фанатичное уважение бренда. Поэтому бренд можно изучить как определенную современную экономическую категорию, влияющую на конкурентоспособность продукта [1, 3].

Определение роли брендинга при формировании конкурентоспособности предприятия и его продукции гарантирует данному предприятию значительное внимание со стороны потребителей, увеличение объемов продаж, повышение значимости производимой продукции, совершенствование рынка бренда, быстрое приспособление к предпочтениям целевой аудитории, успешное функционирование и повышение конкурентоспособности. Четкое разграничение инструментов брендинга обеспечивает построение эффективной стратегии управления брендом. Эффективный брендинг на предприятии способен обеспечить целый ряд конкурентных преимуществ: сокращение затрат на продвижение за счет узнаваемости бренда; увеличение прибыли за счет установления более высоких цен на товары или услуги; укрепление корпоративного имиджа; упрощение продвижения на рынке новых товаров [1-5].

Развитие предприятий и их место в рыночной экономике зависят от уровня конкурентоспособности выпускаемой продукции, а также умения предприятия адаптироваться к изменяющимся социально-экономическим условиям. Конкурентоспособность продукции – многоаспектное понятие. Ее изучением занимаются специалисты во многих областях экономики. Необходимость глубокого анализа сущности категории «конкурентоспособность продукции», условий и факторов ее создания обусловлена эволюционными изменениями рынка как формы связи производства и потребителя. Канонические путеводители по экономике и менеджменту рассматривают конкурентоспособность продукции в двухмерной плоскости, как качественно ценовую категорию, где ведущее место занимает производство и реализация товара без учета социальной психологии [1, 4].

Главным элементом конкуренции на рынке является продукция или товар, с помощью которого потребитель удовлетворяет имеющиеся у него потребности, а производитель получает необходимый ему доход, поэтому

конкурентоспособность именно продукции, а не производителя или отрасли является базовым понятием конкуренции. Конкурентоспособность товара - это способность товара конкурировать с другими аналогичными товарами и завоевывать максимальное количество потребителей, на которых ориентированный выпускаемый товар. Конкурентоспособность товара (продукции) выражается с помощью относительного показателя, определяемого по сравнению с товарами-конкурентами (наилучшим аналогом, гипотетическим образцом), как по совокупности качественных и стоимостных характеристик товара, так и по ступени развития бренда товара, который мультипликативно дополняет качественно-стоимостные характеристики товара и, оказывая на них непосредственное влияние, способствует созданию преимущества данного товара над товаром-конкурентом на определенном сегменте рынка в определенное время [1, 3]. Преимущество товара над конкурентами выражается через показатель уровня продаж данного товара на определенном рынке, на который оказывает мощное влияние бренд товара.

Концепция брендинга – это концепция продвижения товара к потребителю [1, 5]. Традиционные мероприятия брендинга - это реклама, продвижение товара на месте продажи, формирование собственной дилерской сети. На первый взгляд, слова «брендинг» и «высокие технологии» кажутся несовместимыми, поскольку большинство традиционных методов продвижения бренда не подходят для работы с высокотехнологичными товарами. Однако высокая скорость изменения товаров, сложность самого товара и неуверенность потребителя в преимуществах одного высокотехнологичного товара перед другим делают концепцию брендинга особенно привлекательной. Преимущество в удовлетворении потребностей стимулирует покупателя стать лояльным по отношению к конкретному бренду [1].

Качественно спроектированный бренд товара, фирмы в большой степени влияет на восприятие потребителя и упрощает решение о приобретении продукта под этой торговой маркой. Таким образом, степень развития бренда, характеризующего влияние на социально психологическое восприятие товара потребителем, играет ведущую роль при оценке уровня конкурентоспособности продукции и оказывает на общий показатель конкурентоспособности продукции большее влияние, чем такие традиционные характеристики, как качество и цена.

## **СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ**

1. Когтева В.О. Бренд як категорія, що впливає на конкурентоспроможність товару // Сучасні інформаційні технології в управлінні. Київ : КНЕУ, 2017. С.96-98.

2. Перерва П.Г. Управління маркетингом на машинобудівному підприємстві // Навч.посібник для інж.-техн.вузів.- Харків : «Основа», 1993.- 288С.

3. Pererva P.G., Tkachev M.M., Kobielieva T.O. Evaluation of holder profits violation of their exclusive rights // Науковий вісник Полісся. 2016. № 4 (8), ч.2. С.240-246.

4. Tkachov M.M., Pererva P.G., Kobielieva T.O., Tkachova. N.P., Diachenko T.A. Management of relations with enterprise stakeholders based on value approach // Problems and Perspectives in Management. 2021. Vol. 19, Iss.1. P.24-38.

5. Перерва П.Г. Комплаєнс-програма промислового підприємства: сутність и задачі // Вісник НТУ "ХПІ". Харків : НТУ "ХПІ", 2017. № 24. С. 153-158.

УДК 330

Устенко А.О.<sup>1</sup>

<sup>1</sup>д.е.н., проф., професор кафедри підприємництва і маркетингу, Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу, Україна

### **ІНФОРМАЦІЙНИЙ ДУАЛІЗМ В СИСТЕМІ МЕНЕДЖМЕНТУ**

Система менеджменту (СМ) складається з взаємозалежних підсистем: цільової, забезпечувальної, функціональної, керуючої, керованої, документальної, зовнішньої [2]. Будь-яка взаємодія керівника і підлеглого завжди інформаційна, якщо під управлінням розуміти такий вплив суб'єкту управління (СУ) на об'єкт (ОУ), що включає функції, методи і системи, як комплексну цілісну технологію, яка домінує в ХХІ столітті як нова парадигма.

Розвиток управління розкриває широке поле для вивчення і реалізації зусиль науки щодо отримання ефективних результатів та їх практичного впровадження для інформатизації бізнесу. Сучасні вимоги до рівня якості інноваційних проектів систем управління можна визначити в концентрованому вигляді терміном «цілісність» (системність), життєдіяльність і (адаптивність) одночасно. Проектування СМ вимагає вирішення комплексу проблем щодо єдності концептуального, економіко-організаційного, техніко-технологічного, математичного уявлення про склад елементів-частин та їх уніфікації в відкритих інтегративних соціально-економічних системах (ІСЕС). Управління в ІСЕС це динамічна форма і зміст інформаційно-комунікаційної взаємодії СУ-ОУ-ЗС (зовнішнього середовища), де на базі досвіту (набутого в процесі еволюції СЕС) у вигляді закодованої інформації, що зберігається в пам'яті, відбувається зміна параметрів руху (енергії – швидкості; вектору руху (інформації).

Складність досягнення максимальної ефективності СМ залежить від таких основних принципів як: 1) ефективне управління (ЕУ) це управління рухом (розвитком) в процесі реалізації місії (темп, вектор); 2) ЕУ визначається динамічною інформаційною системою з розвинутою пам'яттю в якій відображено минуле (досвіт), сучасність і образ майбутнього (проект); 3) ЕУ використовує (як мінімум) два каналу: по формі - вертикальний і горизонтальний, по змісту - мотиваційно-енергетичний і інформаційно-керований (енергія - швидкість, інформація – вектор). Сучасне управління як динамічна інформаційна взаємодія СУ – ОУ безперервно розвивається разом з науково-технічним прогресом і залежить від засобів його використання, а «розвиток» стає ключовим для нього об'єктом і предметом одночасно. ІСЕС сучасних бізнес-проектів функціонують залучаючи одночасно три рівня ієрархії: оперативно-технічний - (прості системи); координаційно-тактичний рівень - (складні системи); стратегічно-системний рівень (зв'язок з ринковим турбулентним середовищем (мікро-макро) -(надскладні системи). Відповідна якісна діагностика рівня ЕУ повинна використовувати комплексний підхід: локальний рівень (елемент), корпоративний рівень (комплекс елементів, компоненти, система як ціле), загально - системний рівень (адаптація до ринка- місце в конкурентному середовищі). В процесі дослідження ЕУ і розгляду сутності уніфікації інформаційного забезпечення менеджерів, змісту такої інформації, її властивості та інформаційних законів в умовах зростання конкуренції і глобалізації для підвищення якості менеджменту ми зустрічаємось з проявами дуалізму, поперед усе щодо первинної та вторинної інформації (первинна утворюється на основі вторинної і виступає як система знань). Саме знання перевірені практикою і дають можливість щодо системного підходу до уніфікації інформаційного забезпечення СМ. Принцип дуалізму представляє взаємодію і складні відносини внутрішнього і зовнішнього середовища (ВС-ЗС), суб'єкту і об'єкту (СУ-ОУ), енергії та інформації (Е – І), стратегії і тактики (С – Т) цілого і частини як нерозривні і взаємопов'язані сторони єдиного світу управління, що визначає характер динаміки його розвитку. У відповідності с парадигмою дуалізму усі процеси такої взаємодії відбуваються в часі і просторі. Енергія проявляє себе в часі, а інформація в просторі. Незалежність інформації від часу визначає закон збереження інформації, а незалежність енергії від простору – закон збереження енергії. Сумісне існування обох законів визначає незалежність простору і часу як дуальних фізичних умов ЕУ. Дуалізм це форма і метод існування матерії, базова закономірність усіх процесів в природі і суспільстві [1]. Якщо б в наукових дослідженнях нам вдалося сформулювати закон (закономірність, принцип) відносно створення методологічно-організаційних основ для проектування уніфікованих інформаційно-керуючих систем (УІКС) для підприємств, організацій, науково-виробничих комплексів, то це б

позбавило б нас від усіх можливих ризиків і помилок, зайвих витрат ресурсів і непотрібних блукань...в пошуках істини...Такий закон повинен, на нашу думку [2], виражати канонічну структуру, елементний склад, функції, та причинно-наслідкові відносини, що відтворюють сутність ІСЕС в сучасних умовах становлення і розвитку ринкової економіки; при цьому повинні бути сформульовані всі ті концепції, категорії, принципи, ідеї і поняття, які в гармоній сукупності складають вихідні підстави цього закону.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Демін А.І. Інформаційна теорія економіки: Макромодель. К.: КомКнига. 2010. 357 с.
2. Устенко А.О. Уніфікована інформаційно-керуюча система управління (концептуальні основи і досвід створення). Монографія. Івано-Франківськ: ПЦ «Креатив». 2012. 338 с.

УДК 338

Чернишева О.М.<sup>1</sup>

<sup>1</sup>к.е.н., доц., доцент кафедри менеджменту та фінансів, Державний вищий навчальний заклад «Український державний хіміко-технологічний університет», м. Дніпро, Україна

### **ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВ ХІМІЧНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ**

Оцінювання фінансово-економічного забезпечення відіграє важливу роль у процесі прийняття рішень щодо формування та вибору стратегії, оскільки дозволяє визначити сильні та слабкі сторони підприємства у використанні ресурсів, охарактеризувати рівень технології, визначити джерела фінансування стратегії, оцінити ефективність управління витратами, прибутковість та ділову активність. Методичним підґрунтям процесу формування стратегії є система фінансово-економічних показників, які використовуються на етапах стратегічного аналізу, вибору та оцінки обраної стратегії. Тому виділення компоненти оцінювання фінансово-економічного забезпечення у окремий об'єкт дослідження в процесі стратегічного планування дозволяє підвищити рівень обґрунтованості управлінських рішень щодо формування елементів стратегії підприємства. Врахування галузевих аспектів в процесі стратегічного управління сприяє формуванню методичних підходів, що дає змогу більш аргументовано вирішувати проблеми розвитку підприємств хімічної промисловості та визначати стратегії для більш ефективного ведення конкурентної боротьби за цільові ринки.

У роботі [1] доведено, що сектори хімічної промисловості (виробництво хімічних речовин та хімічної продукції, виробництво основних фармацевтичних

препаратів та фармацевтичних продуктів, виробництво гумових і пластмасових виробів, виробництво неметалевої мінеральної продукції) розрізняються зі рівнем технології, тенденціями в динаміці продаж та прибутковістю діяльності. Тому оцінювання фінансово-економічного забезпечення стратегії підприємств доцільно проводити у секторальному розрізі з урахуванням ефективності використання ресурсів як головної характеристики технології, аналітичних моделей динаміки продаж як інструменту, що визначає тип економічного зростання у секторі і рівень впливу керованих, слабо керованих та некерованих суб'єктами управління факторів, а також рентабельності діяльності підприємств як результату реалізації наявних стратегій.

Наявність методичного підходу до оцінювання фінансово-економічного забезпечення стратегії підприємств дозволить більш обґрунтовано сформулювати управлінські рішення щодо обсягів реалізованої продукції як показника, що відображає мету підприємства щодо рівня задоволення потреби і величини частки ринку, та фінансово-економічних показників, які визначають сильні та слабкі сторони підприємства щодо забезпечення обраної стратегії.

Аналіз розвитку хімічної промисловості свідчить, що основними складовими оцінки фінансово-економічного забезпечення стратегії підприємств, повинні стати: оцінка стану управління обсягами ресурсів підприємства (за показниками чисельності працівників, вартості активів, основних фондів, оборотних коштів та їх елементів, джерел фінансування активів) та фінансового стану (на основі коефіцієнтів ліквідності, автономії, реальної вартості майна, індексу постійного активу, коефіцієнтів співвідношення позикових і власних коштів, оборотних і необоротних активів) – для обґрунтування ресурсного напрямку стратегічного розвитку; оцінка ефективності використання ресурсів (за показниками продуктивності праці, трудомісткості, середньої заробітної плати, фондівіддачі, коефіцієнту оборотності оборотних коштів, матеріалоємності) як головна характеристика технології, що використовується на підприємстві, – для обґрунтування виробничого напрямку; оцінка прибутковості діяльності (за рентабельністю активів, продажу, продукції, коефіцієнтом ділової активності, часткою витрат на збут та часткою адміністративних витрат у виручці від реалізації), що забезпечується, в першу чергу, ефективними продажами, – для оцінки маркетингового напрямку.

У запропонованому методичному підході складові оцінки фінансово-економічного забезпечення стратегії підприємств узгоджені з напрямками стратегічного розвитку, які, в свою чергу, формуються на основі елементів географічного вектора зростання у портфельній стратегії підприємства. Враховуючи прямий та зворотний зв'язок у процесі стратегічного планування, можна стверджувати, що сформована система показників

оцінювання фінансово-економічного забезпечення стратегії дає змогу сформулювати елементи портфельної стратегії підприємства.

Отже, методичний відхід до оцінки фінансово-економічного забезпечення стратегії підприємств хімічної промисловості передбачає оцінку стану управління обсягами ресурсів та фінансового стану, ефективності використання ресурсів та прибутковості діяльності підприємства, яка відповідає напрямам стратегічного розвитку підприємства (ринковому, маркетинговому, виробничому, ресурсному) та виступає основою для прийняття управлінських рішень щодо елементів стратегії підприємства (географічного вектора зростання (географія ринку, потреба, технологія, ресурси), конкурентних переваг, синергізму та балансу стратегічних зон господарювання.

### СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Chermysheva O.M., Chupryna N.M., Naumenko O.P. Methodical approach to an estimation of the financial and economic support of the chemical industry enterprises strategy. *Економічний вісник ДВНЗ УДХТУ*. 2021. № 2(14). С. 87-97. DOI: 10.32434/2415-3974-2021-14-2-87-97.

УДК: 339.138

Шевченко Т. С.<sup>1</sup>, Кравчук В. С.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>к.н.соц.ком., викладач кафедри маркетингу та міжнародного менеджменту, Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, Україна

<sup>2</sup>здобувач вищої освіти, Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, Україна

### ЗМІНА ПОВЕДІНКИ «ЗУМЕРІВ» В DIGITAL

Покоління Z - це покоління людей, які народилися в період із 1997 по 2012 роки. Вони покладаються на технології, проте багатьма все-таки керує особиста взаємодія з людьми. Їм подобається писати текстові повідомлення та спілкуватися у відеочатах, проте вони частіше спілкуються віч-на-віч, ніж їхні попередники. Також «зумери» є найкраще освіченим поколінням, оскільки мають у розпорядженні необмежену кількість інформації, до того ж для них майже завжди існував Інтернет.

Існує декілька особливостей покоління Z як споживачів. По-перше, вони є обізнаними споживачами і часто досліджують та зважують варіанти, перш ніж прийняти рішення про покупку. По-друге, вони найчастіше з усіх поколінь роблять покупки через соціальні мережі та Інтернет. Також важливими тенденціями є зосередженість на інноваціях, пошуки зручності у товарах та прагнення до безпеки при покупці.



У 2020 році, під час карантину, стрімко зросли онлайн-продажі. У ході дослідження, проведеного агенцією Advanis, з'ясувалося, що до пандемії майже третина (31%) покоління Z ніколи нічого не купували в Інтернеті, а після неї переважна більшість (87%) покращили свої навички онлайн-покупок [1]. Замовлення робили всі - навіть ті, хто ніколи не практикував такий вид шопінгу. Обираючи між походом в магазин і відвідуванням сайту, багато хто став обирати онлайн-замовлення, тож з'явилася окрема категорія клієнтів, які віддають перевагу покупкам тільки через Інтернет.

Дослідження агенції BI Intelligence показало, що на сьогодні покоління Z переважно купує одяг, взуття, косметику, цифрову техніку та книги [2].

Попри велику кількість онлайн-замовлень, дуже часто зустрічаються негативні відгуки. Найчастіше люди стикаються з проблемами з самим товаром. Такими є невідповідність товару картинці на сайті, його погана якість або наявність пошкоджень. Ситуацію також можуть погіршити незручні умови повернення, встановлені магазином. На другому місці йдуть проблеми з доставкою. Наприклад, замість обіцяних 5 днів покупка прийшла через 10 днів. До того ж, мало магазинів пропонують безкоштовну доставку, тож багатьох не влаштовують додаткові 40-60 грн плати, а якщо замовляти накладним платежем, то ця сума становиться ще більшою. На останньому місці стоїть проблема фінансових махінацій, проте зараз це зустрічається рідко, оскільки бренди хочуть заслужити гарну репутацію для подальшої роботи. Крім того, відрізнити сторінки шахраїв становиться все легше.

Щоб залучити більшу кількість онлайн-покупців з покоління Z брендам треба уникати помилок, які були описані вище. Також слід провести аналітику: перевірити, чи зручно працює сайт та наскільки активно ведуться сторінки соціальних мереж. Варто проаналізувати конкурентів та подивитися на їхні методи просування. Також можна підключити таргетовану рекламу, вона допоможе як залучити нових покупців, так й заохотити до покупки тих, що вже існують. Важливо знайти свої слабкі сторони та виправити їх.

## **СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ**

1. Бренды могут потерять поколение Z из-за плохого digital опыта. Marketing Media Review. 19.04.2021. URL: [https://mmr.ua/show/brendy-mogut-poteryat-pokolenie-z-iz-za-plohogo-digital-opyta?fbclid=IwAR1O8DbsPLtVe-IsxkJJPQJ-5BSSJDMP\\_PXmQnSMdn6Ue2BevCmiPaUuqfE](https://mmr.ua/show/brendy-mogut-poteryat-pokolenie-z-iz-za-plohogo-digital-opyta?fbclid=IwAR1O8DbsPLtVe-IsxkJJPQJ-5BSSJDMP_PXmQnSMdn6Ue2BevCmiPaUuqfE)
2. Daphne Howland. The internet influences nearly half of Gen Z purchases. 02.01.2018. URL: <https://www.retaildive.com/news/the-internet-influences-nearly-half-of-gen-z-purchases/513824/>

УДК 338.46

Ясишена В.В.<sup>1</sup>, Бондар Л.В.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>д.е.н, професор кафедри економіки, обліку та оподаткування,

Вінницький навчально-науковий інститут економіки

Західноукраїнського національного університету, Вінниця, Україна

<sup>2</sup>здобувач вищої освіти, Вінницький навчально-науковий інститут економіки

Західноукраїнського національного університету, Вінниця, Україна

## **ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ У ПІСЛЯВОЄНИЙ ПЕРІОД**

До пандемії розвиток туризму в світі набув значних обертів і переріс в один із найприбутковіших видів діяльності. Разом з тим низка причин зумовлює перешкоди щодо розвитку туристичного бізнесу, а саме: військові конфлікти та терористичні загрози, нестабільна політична та економічна ситуація в окремих країнах і регіонах, погіршення екологічного стану, пандемія тощо.

Україна, як відомо, володіє значним туристичним потенціалом, але аналіз стану вітчизняного туристичного ринку свідчить про те, що розвиток туризму в країні перебуває лише на початковій стадії. Статистика за 2021 рік вказує, що українці стали більше подорожувати власною країною, це пов'язано з карантинними обмеженнями у світі. Через пандемію COVID-19 українці були дуже обмежені у виборі літнього відпочинку у 2021 р. Так, за даними туроператорів та українського МЗС, наразі охоче впускали українських туристів лише кілька країн, та й ті відкрили свої кордони лише з липня 2021р. Передусім, це Туреччина, Єгипет, Туніс, Албанія, Чорногорія та Хорватія, та ще деякі держави, які не вважаються найбільш популярними напрямками літнього відпочинку. Але саме через COVID-19 частково вдалося переорієнтувати туристичний потік на внутрішньоукраїнські подорожі. Так, компанія «Vodafone Україна» заявила, що на українських південних курортах цього літа значно побільшало абонентів, порівняно з літом 2020-го. У Одеській, Миколаївській та Херсонській областях, судячи зі зростання мобільного трафіку, нині на 30% більше туристів, ніж в аналогічні дні минулого літа. Проте, наразі збільшення потоків внутрішнього та в'їзного туризму нині призупинилося взагалі, через війну в Україні.

Беручи до уваги ситуацію, яка нині відбувається в Україні, туристична справа не може розвиватися належним чином, інфраструктура країни майже зруйнована російським агресором. Значних руйнівних ударів зазнали Київська, Сумська, Чернігівська, Миколаївська та Херсонська області, в яких знаходиться велика кількість нерухомих пам'яток історії та культури, що зазнали руйнувань.

Чимало часу пройде для відбудови країни, тому найближчим часом розвиток туристичної діяльності буде спрямований на західні регіони країни.

В західній частині України збереглася більша частина українських культурних традицій. Приваблюють туристів карпатські ліси та велика кількість гірських струмків, які впадають у кришталеву чисті глибокі гірські річки. Національна кухня відображає характер нашого народу, вона є унікальною, самобутньою, з широкою палітрою смаків. Не обділене увагою місто Львів з старовинними пам'ятками архітектури та чарівною естетикою.

Належну увагу слід приділити залученню потенційних туристів через соціальні мережі, створення власної сторінки в інтернеті. Туристична діяльність тісно пов'язана з інтернет-рекламою, яка є ефективним інструментом маркетингу. Маркетингова компанія може проводитися за допомогою різних видів реклами (SEO, контекстна, медійна або банерна, тизерна).

У зв'язку з тим неймовірним протистоянням, що показала Україна у війні з РФ вона стала відомою на весь світ. Це підвищує ймовірність напливу туристів з закордону. Є припущення що їх буде цікавити саме схід України, міста герої, в яких велися жорсткі військові бої. Тому для цього потрібно буде створювати музеї присвячені цій війні, розробляти нові туристичні маршрути.

Щоб розвивати туристичний бізнес, необхідно забезпечити туристам комфортні і безпечні умови для переміщення; спростити порядок оформлення віз; розширити будівництво та налагодити роботу мотелів і готелів сімейного типу; розгорнути реалізацію проектів з будівництва готелів високої категорії; сприяти поліпшенню умови готельного бізнесу та послуг пов'язаних з ним. Збільшення кількості туристів позитивно вплине на розвиток готельно-ресторанного бізнесу. Туристичний бізнес потребує вкладення значного капіталу та експертного підходу, але за умови грамотного планування та ефективної реалізації проектів, туристичний бізнес є надзвичайно прибутковим.

Отже, для розвитку туристичного бізнесу слід сформувати ефективну систему управління на основі використання іноземного досвіду в цій справі. Необхідно здійснити на державному рівні повний перелік і структурування пам'яток культури, розробити дієвий механізм їх обліку та контролю. Володіючи таким багатим туристичним потенціалом, за умови його відновлення, збереження та раціонального використання, Україна матиме міцний фундамент для побудови дієвої стратегії розвитку туристичної галузі, що в короткостроковій перспективі приблизить нашу країну до перших позицій серед країн з розвиненим туризмом.

## **СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ**

1. Сучасні тенденції розвитку туристичного бізнесу в Україні. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/suchasni-tendentsiyi-rozvitku-turistichnogo-biznesu-v-ukrayini>

УДК 338

Ясишена В.В.<sup>1</sup>, Шакаєв В.С.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>д.е.н, професор кафедри економіки, обліку та оподаткування,

Вінницький навчально-науковий інститут економіки ЗУНУ, Україна

<sup>2</sup>здобувач вищої освіти, Вінницький навчально-науковий інститут економіки ЗУНУ, Україна

## **ВІЙНА В УКРАЇНІ: НОВІ ВИКЛИКИ ДЛЯ УКРАЇНЦІВ ТА БІЗНЕСУ**

На території України з 2014 року тривала неоголошена війна між Україною та Росією в частині формування самопроголошених республік ЛНР та ДНР та анексії Кримського півострова, котра не лише негативно вплинула на економіку, а й забрала життя багатьох українців. Однак, 24 лютого 2022 року нашу державу сколихнула ще одна неймовірно негативна звістка – почалася повномасштабна війна з Російською Федерацією. Ті жахливі злочини, що, нині, здійснюють військові країни агресора неможливо виправдати жодними поясненнями.

У зв'язку з війною постраждали всі без виключення верстви населення. Значна кількість громадян залишилася без джерел отримання доходів, у багатьох людей частково або повністю зруйновані їх оселі, а також є жертви серед військових та мирних громадян. Це неймовірно негативно вплинуло і на ведення підприємницької діяльності. Адже, установи, що перебувають на окупованій території є зруйнованими та зупинили свою роботу, багато підприємств, що знаходяться поряд з лінією фронту не працюють з питань безпеки своїх працівників.

Внаслідок, військових дій не відбувається наповнення бюджету підприємствами, відсутнє міжнародне авіа та морське сполучення, що не дозволяє здійснювати імпорт та експорт товарів. У зв'язку з бомбардуванням українських міст російськими військовими вщент руйнується вся інфраструктура. Ведення постійних бойових дій вимагає неймовірних затрат на озброєння та укомплектування ЗСУ, що спричиняє відтік грошових коштів з економіки.

Однак, попри вище зазначене українці не зневірилися, а навпаки знайшли в собі сили чинити опір. Населення з більш спокійних регіонів розміщує та забезпечує всім необхідним переселенців. Завдяки волонтерам надається допомога державі в укомплектуванні військовослужбовців, підприємства відновлюють свою роботу та спрямовують прибутки на благодійність.

Варто зазначити, що неабияку роль в фінансуванні армії відіграють громадяни України та міжнародної спільноти, що не залишилися осторонь. Адже, станом на 19 березня 2022 р., з дня відкриття спеціального рахунку для допомоги ЗСУ, на нього було перераховано понад 12,3 млрд грн. Зокрема, майже 3,6 млрд грн у еквіваленті надійшло з-за кордону у іноземній валюті [1].

Слід зазначити, що влада України в період воєнного стану пішла на зустріч малому та середньому бізнесу. В період воєнного стану передбачено низку змін до податкового кодексу з метою зменшення податкового навантаження на бізнес. Зокрема, ФОП платники єдиного податку першої та другої групи мають послаблення у сфері сплати ЄСВ та єдиного податку, також встановлено норми звільнення від ПДВ у випадку надання товарів на користь ЗСУ та територіальної оборони, тощо [2, 3].

Війна на території України негативно впливає на весь світ. Адже, дії, що вчиняє Росія мають неабияку загрозу для збереження миру в інших країнах. Необхідно пам'ятати, що наша країна є експортером широкого спектру товарів на міжнародний ринок та є одним із лідерів щодо експорту сільськогосподарської продукції. Це означає, що перебої у функціонуванні підприємств України матимуть негативний вплив для багатьох держав світу.

Вагомий вклад для підтримки України здійснює влада країн партнерів. Фінансово допомагають такі країни, як США, Польща, Японія, Франція, Канада, Хорватія, Велика Британія та багато інших. Також, окрім фінансування, держави, що входять до альянсу НАТО підтримують ЗСУ шляхом надання летального озброєння. Запроваджені санкції проти Російської Федерації завдають нищівного удару по економіці агресора та заганяють окупантів в стан повної ізоляції від цивілізованого та демократичного суспільства. Всі вищезазначені заходи підтримують нашу державу в період війни.

Спільними зусиллями ми одержимо перемогу, зможемо швидко відбудувати країну та відновити економіку. В цьому нам допоможуть міжнародні партнери шляхом інвестування в бізнес, а влада, зі свого боку, забезпечить підтримку підприємців окремих сфер економіки та критичної інфраструктури. Також, варто не забувати про дії кожного громадянина, адже разом ми сила, що рухає країну вперед.

Ще слід не забувати, що за свої страшні злочини Російська Федерація буде притягнута до відповідальності шляхом сплати Україні таких компенсацій як: контрибуцій та репарацій. Ці виплати передбачають: відшкодування збитків нанесених потерпілій стороні в наслідок агресивних дій винуватця даного злочину; примусове стягнення післявоєнних платежів, які сплачує держава, що зазнала поразки у війні, державам-переможницям [4].

На нашу думку, після завершення війни в Україні буде безліч перспективних напрямків для ведення підприємницької діяльності. Оскільки, по всій території нашої держави є зруйнована інфраструктура, яку необхідно буде відновлювати. Зросте попит на діяльність суб'єктів господарювання, що займаються наданням будівельних послуг та виробництва будівельних матеріалів. Прибутковими будуть послуги з імпорту товарів з-за кордону, адже перший час вітчизняний ринок не буде задовольняти потреби громадян.

Також важливим буде створення організацій товарного виробництва, які будуть забезпечувати продукцією внутрішній та зовнішній ринок для надходжень в державу іноземної валюти.

Проте, для відновлення нормальної життєдіяльності населення по всій території України необхідним кроком буде нарощення потенціалу матеріального та нематеріального виробництва. Адже, внаслідок бойових дій зазнали руйнації усі без виключення важливі для людей організації. Мова йде не лише про відбудову промисловості, а й про навчальні заклади, центри надання медичної допомоги, державні органи влади та інші установи без забезпечення діяльності, яких суспільству обійтися фактично неможливо.

Необхідно також буде відбудувати туристичний бізнес, котрий знаходиться в кризовому стані з початку пандемії вірусу COVID-19. Це досить перспективний напрямок, оскільки в нашій країні є велика кількість рекреаційних ресурсів, які є візитною картою України і вони постійно зацікавлювали туристів зі всього світу.

Вищезазначене дає змогу зробити висновок, що війна на території України негативно вплинула на всі сфери суспільного життя. Однак, на цей виклик від Російської Федерації ми зможемо дати гідну відсіч спільно з підтримкою країн партнерів. Після завершення бойових дій наша держава зможе в найшвидші строки відновити та наростити свій економічний потенціал, стати повноцінним членом Європейського Союзу з конкурентоспроможною економікою.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Офіційний портал Національного банку України URL: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/nbu-pererahuvav-na-potrebi-viyskovih-ponad-122-mlrd-grn-na-spetsrahunku-zalishilosya-71-mln-grn>
2. Закон України від 15 березня 2022 року № 2120-IX «Про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законодавчих актів України щодо дії норм на період дії воєнного стану» URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2120-20>
3. Закон України № 2120-IX від 15.03.2022 «Про збір та облік єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування» URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2464-17#Text>
4. Інтернет журнал Termin.in.ua URL: <https://termin.in.ua/reparatsii/>

## СЕКЦІЯ 5. «МІЖНАРОДНЕ СПІВРОБІТНИЦТВО У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ»

УДК 338

Атаманчук З.А.<sup>1</sup>, Голоскевич Є.В.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>к.е.н., доц., доцент кафедри міжнародних економічних відносин, Донецький національний університет імені Василя Стуса, Україна

<sup>2</sup>здобувач вищої освіти, Донецький національний університет імені Василя Стуса, Україна

### ФЕНОМЕН ЯПОНСЬКОГО ЕКОНОМІЧНОГО ДИВА

Японія – одна з найрозвиненіших країн сучасності. Досягнення японських науковців відомі у всьому світі, як-от у сфері робототехніки, медицини, автомобілебудування тощо. Але так було не завжди: через політику ізоляції до середини минулого століття країна не могла бути конкурентоспроможною, лише у післявоєнні роки тогочасні технології стали доступними японським вченим. Після цього й відбулось так зване «Японське економічне диво» – період стрімкого економічного зростання, що тривало з середини 50-х років 20 століття і продовжувалось до Нафтової кризи 1973 року, коли країни-члени ОАПЕК оголосили про відмову постачати нафту тим країнам, що підтримують Ізраїль у Війні Судного дня в його конфлікті між Єгиптом та Сирією.

Метою дослідження є розгляд та аналіз даного економічного феномену.

Після капітуляції Японії у 1945 році, економіка знаходилась у кризовому стані, рівень виробництва скоротився до 20 % й відновлювався набагато повільніше, в порівнянні з країнами Західної Європи. Японська влада розуміла, що для розвитку й процвітання економіки потрібно повністю змінити систему, використовуючи американські інвестиції під час окупації, саме після цього вперше до влади приходять демократи. До Другої світової війни японська економіка базувалась на мілітаристській сфері, обслуговуючи її. Першим великим кроком до економічного прориву стало анулювання прем'єром-лібералом Сігеру Йосидою так званих «дзайбацу» - холдингів, що повновладно володіли акціями військово-промислової сфери, що дає поштовх до становлення малого бізнесу, який надалі й стає головною рушійною силою економічного феномену Японії. Другим кроком стає продаж землі селянам, які до війни та капітуляції через пануючий феодалізм могли лише орендувати землю у магнатів-землеволodarів. Згодом, розбагатівши селяни стануть інвесторами у сферу розвитку новітніх технологій та банківську систему, так як зрозуміло, що, будучи острівною державою, без реальних природних

ресурсів, Японія не зможе вижити на світовій економічній арені, єдиний шлях – експорт [1].

Планова економіка – основна стратегія влади, яка обирала якусь сферу для розвитку й рекомендувала малому бізнесу інвестувати в неї, що й відбувалось. Тут і полягає головний чинник економічного японського дива – сотні років монархії та феодального устрою вплинули на формування ментальності японців, для яких слово влади – незаперечна істина. На етапах становлення капіталістичної економіки Японія використовувала три форми відносин з бізнесом: самоконтроль, державне регулювання та співпрацю [2].

Спочатку металургія, де Японія посідає друге місце за виплавою сталі у світі, на першому місці СРСР та Китай, потім нафтохімічна промисловість, далі – суднобудівна, японці першим почали будувати танкери, місткістю 200-300 тисяч тон.

У 1960-х основною сферою стає японська електроніка. Влада активно інвестує в науково-технічну сферу, скуповуючи патенти, та заохочує малий бізнес у протекції. Тоді й відбувся прорив невеликої компанії Sony, інженери якої змогли зробити транзистори легшими та мобільнішими. Це стає відомим у всьому світі, що приносить дохід і заохочує нові досягнення в науковій сфері. В Японії з'являється касетний відеоманітофон та магнітна стрічка, що використовувалась як носій для комп'ютерів. Наслідуючи Sony, американська та європейська фото продукція поступається місцем продуктам японських компаній Canon, Nikon. Toshiba та Hitachi стають лідерами на ринку телевізорів та магнітофонів. Отже, японська продукція стає конкурентоспроможною та затребуваною у всьому світі.

Далі японська влада починає розвивати автопромисловість, використовуючи специфічний метод: обмеження на імпорт іноземних, зокрема американських, машин до країни, це й стимулює японських інженерів до створення японської продукції і цієї сфері. На світовий ринок виходять Mitsubishi, Mazda, Toyota, виробники конкурентоспроможної продукції – їх авто надійніші та більш економічно вигідні американських, тому вони стають популярними у всьому світі. Далі японці створюють преміальні марки, орієнтовані на США, такі як: Acura, Lexus та Infiniti, які й зараз вважаються машинами преміум-класу в США та Європі.

Отже, феномен японського економічного дива полягає в сукупності таких факторів: ментальності – слухняності народу, спільності та масовій зацікавленості у спільній справі, що здатна об'єднати мільйони; ефективній та продуманій стратегії влади, що є основним чинником розвитку економіки країни. Поєднання цих явищ дає неймовірний результат, що підтверджується фактами, але, без наявності хоча б однієї складової, результату б не було. Ймовірність того, що така ж стратегія спрацює в інших країнах – незначна, як було в СРСР, де схожа модель потерпіла повних крах.



## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Японське економічне диво. Як це було? URL: <https://nv.ua/> (дата звернення: 20.04.2022).
2. Мозебах В.А. Японське «економічне чудо»: сутність та підходи для розуміння. 2018. Т. 18, Вип. 4. С 495-500. DOI: <https://doi.org/10.18500/1819-4907-2018-18-4-495-500> (дата звернення: 19.04.2022).
3. Ereport. Світова економіка. Економіка Японії. Етапи розвитку японської економіки. URL: <http://www.ereport.ru/> (дата звернення: 20.04.2022).

УДК 339

Атаманчук З.А.<sup>1</sup>, Крамнична С.В.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>к.е.н., доц., доцент кафедри міжнародних економічних відносин, Донецький національний університет імені Василя Стуса, Україна

<sup>2</sup>здобувач вищої освіти, Донецький національний університет імені Василя Стуса, Україна

### ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ МІЖ УКРАЇНОЮ ТА ВЕЛИКОБРИТАНІЄЮ

Незважаючи на вихід Великобританії з Європейського Союзу, Україна зацікавлена, як ніколи, у збереженні торговельно-економічних відносин з цією важливою країною-партнером, та, зважаючи на сьогоденну складну ситуацію в нашій державі, викликану відкритою військовою агресією з боку Росії, особливо актуальним є для України ще й політичне та стратегічне партнерство з Великою Британією.

Завдяки міжнародній угоді, яка була підписана 8 жовтня 2020 р. у Лондоні президентом України Володимиром Зеленським та прем'єр-міністром Великобританії Борисом Джонсоном, про політичне співробітництво, вільну торгівлю і стратегічне партнерство між Україною та Сполученим Королівством Великої Британії і Північної Ірландії, і ратифікована Україною 16 грудня 2020 р., що набрала чинності для України 31 грудня 2020 р., відкриваються нові можливості для розвитку україно-британського партнерства [1].

На даний час, поки що Британія не належить до найбільших торговельних партнерів України, але послуги і обсяги торгівлі товарами постійно зростають та є відносно значними. За даними Держстату у 2021 р. порівняно з 2020 р. імпорт товарів збільшився на 34,0 %, до 72,82 млрд дол США, експорт – на 38,4 %, до 68,09 млрд дол. За 2021 рік імпорт послуг в Україну збільшився на 32,9 %, до 7,59 млрд дол., експорт – на 14,2 %, до 13,16 млрд дол. США. Зовнішньоторговельні операції проводилися із партнерами у 2021 р. з 235 країн світу [2].

За даними Держстату, зовнішня торгівля товарами у 2021 р. з Великобританією склала:

Таблиця 1 – Географічна структура зовнішньої торгівлі товарами [2]

Сполучене Королівство Великої Британії і Північної Ірландії	Експорт			Імпорт			Сальдо у % до заг. обсягу
	млн. дол. США	у % до 2020 р.	у % до заг. обсягу	млн. дол. США	у % до 2020 р.		
	1083,2	162,4	1,6		1083,2	162,4	1,6

Як бачимо, сальдо зовнішньої торгівлі товарами за 2021 р. було негативним. Проте, Великобританія імпортує з України продукти харчування (молочні продукти, мед, м'ясо птиці, є великий попит на равликів), зокрема, зернові до 14 % від загального обсягу. Слід врахувати ще експорт фруктів, ягід та горіхів, де обсяг виручки України від постачання плодово-ягідної продукції до Великобританії зріс в 2,4 рази і досяг майже 5 млн дол. США. Лідером по експорту залишається волоський горіх (ядро) майже 63 %, виторг зріс у 3,3 рази в порівнянні з 2020 роком, а обсяги поставок у 3,7 рази, близько 590 тон. Постачання свіжої лохини зросло на 63 %, загалом було поставлено до Британії 217 тон. Також, але у меншій кількості – заморожені ягоди (зокрема малина, чорниця, суниця садова) та кавун (9 тон). Слід зазначити що Україна протягом 2021 р. не експортувала до Великої Британії жодного кілограма яблук, черешні та волоського горіха в шкаралупі, хоча в 2019 р. постачання яблук було більше 700 тон. Британський імпорт в Україну сформує продукція авіаційної галузі, фармацевтичні та медичні засоби і автомобілі [3].

Як зазначив заступник міністра та торговий представник України Тарас Качка, «Україна багато разів доводила, що є надійним та передбачуваним торговим партнером, який експортує широкий асортимент сільськогосподарської продукції на зовнішні ринки, в тому числі Великої Британії. Крім того, залучення інвестицій британської сторони в українське сільське господарство гарантуватиме подальший доступ британських споживачів до якісної аграрної та харчової продукції» [4].

Таким чином, обидві країни роблять свій внесок у двосторонні відносини, але Сполучене Королівство все ж таки підсилює підтримку економічного розвитку України. Завдяки переговорним процесам між Британією та Україною і за відсутності конкуренції інтересів держав Євросоюзу, маємо можливість щодо розвитку нових напрямів у плані економічного зростання нашої держави.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Угода про політичне співробітництво, вільну торгівлю і стратегічне партнерство між Україною та Сполученим Королівством Великої Британії та Північної Ірландії. URL: [https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/826\\_001-20#Text](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/826_001-20#Text) (дата звернення: 15.04.2022).
2. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/express/expr2022/02/14.pdf> (дата звернення: 16.04.2022).
3. Аграрне інформаційне агентство Agravery, 2021. URL: <https://agravery.com/uk/posts/show/ukraina-znacno-zbilsila-eksport-agid-ta-gorihiv-do-velikobritanii> (дата звернення: 15.04.2022).
4. Міністерство економіки України. Обговорення нових можливостей партнерства між Україною та Великою Британією. URL: <https://www.me.gov.ua/News/Detail?lang=uk-UA&id=faada5db-6f35-4c01-945e-ee644fbb355f&title=Minekonomiki-ObgovorenoNoviMozhливostiPartnerstvaMizhUkrainoiuTaVelikoiuBritaniuu> (дата звернення: 20.04.2022).
5. Макарчук К.О., Шуба М.В. Торгівельне співробітництво України та Великої Британії Бізнес-інформ. 2020. №12.

УДК 633.43

Атаманчук З.А.<sup>1</sup>, Лісна В.Г.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>к.е.н., доц., доцент кафедри міжнародних економічних відносин, Донецький національний університет імені Василя Стуса, Україна

<sup>2</sup>здобувач вищої освіти, Донецький національний університет імені Василя Стуса, Україна

### ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЦУКРОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ В УМОВАХ ЇЇ ЧЛЕНСТВА В СОТ

Цукрова промисловість була і є однією з найрозвинутіших галузей народного господарства України. За кількістю підприємств, рівнем технічного оснащення, виробничою потужністю, забезпеченням кваліфікованими працівниками, а також за обсягом виробленої продукції цукровиробництво посідає одне з провідних місць в економіці [1].

Проаналізуємо обсяг виробництва цукру з цукрового буряка протягом останніх 13 років – з 2007 по 2020 роки. Протягом даного періоду виробництво цукру піддається коливанням, які прямо залежать від площі посіву та валового збору. Протягом аналізованого періоду найбільший обсяг виробництва цукру в 2011 р. становив 2,33 млн тон, а найменший – у 2020 р. (0,982 тис. тон цукру) (рис. 1).

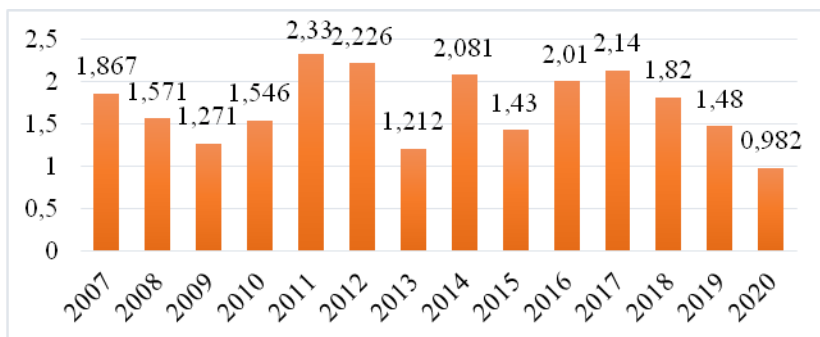


Рисунок 1 – Динаміка обсягу виробництва цукру в Україні за 2007-2020 роки, млн тон

*Створено автором на основі [2]*

Основними причинами спаду виробництва є:

- економічна криза і послаблення ролі держави у розвитку цукрового виробництва;
- недосконалість механізмів економічного регулювання виробництва, що призвело до серйозних соціальних наслідків;
- втрати робочих місць, зниження рівня заробітної плати, росту заборгованості, зменшення надходжень до бюджетів усіх рівнів;
- порушення цінового паритету, що спричинило вимивання обігових коштів спочатку сільськогосподарських товаровиробників, а згодом і цукрової промисловості;
- втрата зовнішніх ринків збуту цукру;
- практична відсутність кредитування виробника, що вимушено призвело до переходу на давальницькі схеми переробки сировини і бартерні відносини у галузі;
- нерозвиненість ринкових відносин у сфері виробництва, переробки і реалізації цукру;
- інтервенція на український ринок цукру з тростини, цукромістких продуктів та насіння;
- майже повна відсутність інвестицій у галузь, її непривабливість для вітчизняних і зарубіжних стратегічних інвесторів;
- відсутність чіткого законодавства щодо організації виробництва та регулювання ринку цукру [3, с.12].

В першу чергу слід модернізувати цукрові заводи, щоб розширити їхні виробничі потужності. Дослід європейських країн-виробників буякового цукру показує, що ефективним кроком є поступове закриття

малопотужних заводів, і водночас збільшення потужностей підприємств, які можуть ефективно виготовляти продукцію. Для успішного розвитку галузі необхідне формування збалансованої системи фінансово-кредитного забезпечення за рахунок запровадження іпотечного кредитування та страхування ризиків виробництва. Це дасть можливість технічного переоснащення підприємств галузі, запровадження сучасних енергозберігаючих технологій, що сприятиме підвищенню якості продукції та її конкурентоспроможності на зовнішніх ринках. Окрім цього, можливо переоснащення цукрових заводів в Україні для виробництва біопалива [4].

Отже, зрозумілим є те, що цукрова промисловість для України є перспективною. Модернізація усього процесу дасть змогу підвищити якість проміжних та кінцевого продукту, збільшити економічний ефект від виробництва, розширити асортимент готової продукції, що підвищить ринкову вартість активів галузі.

### СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Єрмоленко Л.О. Значення машинобудівної промисловості в технічному переоснащенні цукрових заводів України. Вісник цукровиків України. 2014. №10. С. 24-27.

2. Офіційний сайт асоціації цукровиків України «Укрцукор». URL: <http://sugarua.com> (дата звернення: 09.04.2022)

3. Імас Є.В. Теоретико-методологічні основи сучасних досліджень розвитку цукробурякового комплексу в Україні. Економіка АПК. 2007, С. 11–16.

4. Трибель С. Покращення цукрових посівів. Агробізнес сьогодні. 2012. № 9. С. 22–26.

УДК 656

Атаманчук З.А.<sup>1</sup>, Ришкевич О.С..<sup>2</sup>

<sup>1</sup>к.е.н., доц., доцент кафедри міжнародних економічних відносин, Донецький національний університет імені Василя Стуса, Україна

<sup>2</sup>здобувач вищої освіти, Донецький національний університет імені Василя Стуса, Україна

### ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ТРАНСПОРТНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Перспективний розвиток економіки і соціальної сфери є неможливим без новітніх транспортних засобів. Транспортна галузь становить особливе значення у національній економіці будь-якої держави, а також усього світового господарства загалом. Вона призначена задовольняти потреби населення та народного господарства у перевезеннях[1].

Без транспорту неможлива інтеграція України у загальносвітову економічну систему. Сучасна транспортна система України та її регіонів переживає період глибокої системної кризи, оскільки стан інфраструктури і рівень організації перевезень за багатьма параметрами не відповідають зростаючим потребам суспільства та європейським стандартам якості надання транспортних послуг.

Зміни у відносному стані питомої ваги окремих видів транспорту в перевезенні вантажів зображені на рис.1 [2].

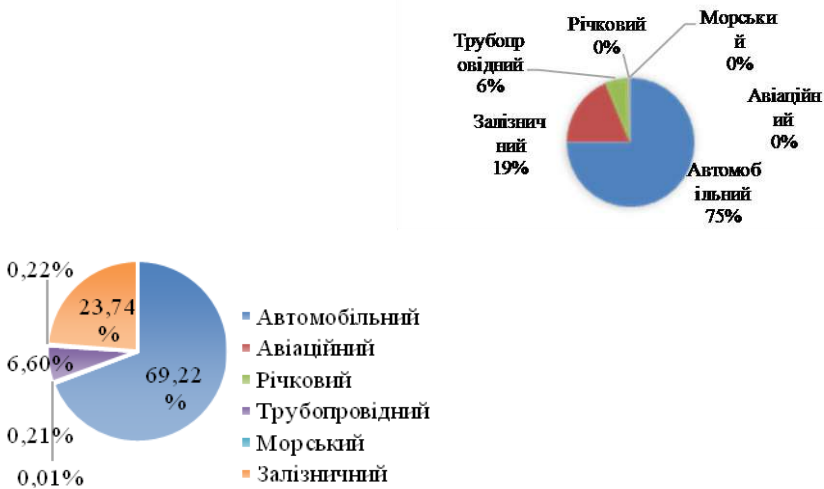


Рисунок 1. Питому вагу окремих видів транспорту в перевезенні вантажів у 2015р. та 2020р., %

Джерело: [2]

Протягом 2015-2021 рр. відбувалися коливання в обсягах вантажних перевезень за галузями (рис. 2). У 2018 р. відбувалися зміни в подоланні негативної тенденції щодо зменшення обсягів перевезення вантажів, які спостерігалися з минулих років. У 2019 р. підприємствами транспорту перевезено 674,5 млн т. вантажів, що становить 108,0% від обсягів 2018 р., а вантажообіг підприємств транспорту в 2019 р. становив 338,9 млрдткм, або 102,1% від обсягу 2018 р.

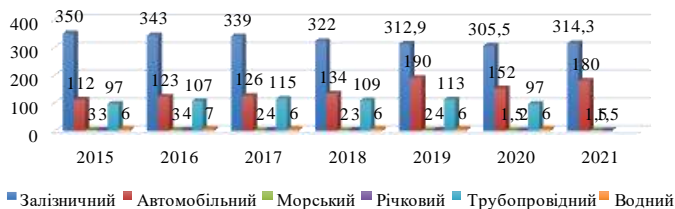


Рисунок 2.

Перевезення вантажів за видами транспорту в 2015-2021 рр., млн.т.

Джерело: [2]

У 2021 р. позиція України серед найбільших торговельних партнерів ЄС займала незначну частку. Україна (28 млрд євро, 1,3 %) була 17-м найбільшим експортним партнером ЄС, між Тайванем (28 млрд євро, 1,3 %) і Сінгапуром (27 млрд євро, 1,3 %). За імпортом Україна (24 млрд євро, 1,1 %) була 15-м найбільшим партнером ЄС, між Малайзією (29 млрд євро, 1,4 %) та Канадою (23 млрд євро, 1,1 %) (див. рис.3) [3].

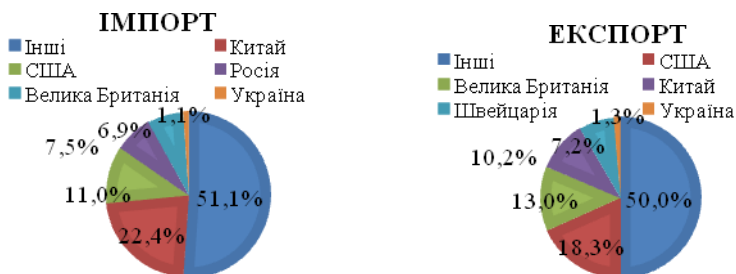


Рисунок 3. Частка України серед основних партнерів ЄС у торгівлі товарами, 2021 р., %

Джерело: [3; 4]

Через масштабне вторгнення РФ на територію України, у березні експорт українських товарів скоротився вдвічі, а імпорту - більше ніж втричі[5]. Імпорту та експорту товарів ЄС та України, індексовані на рівні 100 у 2010 р. за період до 2020 р. показують, що експорт з ЄС був найнижчим у 2010 році (100) і найвищим у 2019 році (149) і становив 135 у 2020 році (див. рис. 4). Імпорту до ЄС був найвищим у 2019 році (132) і становив 117 у 2020 році.

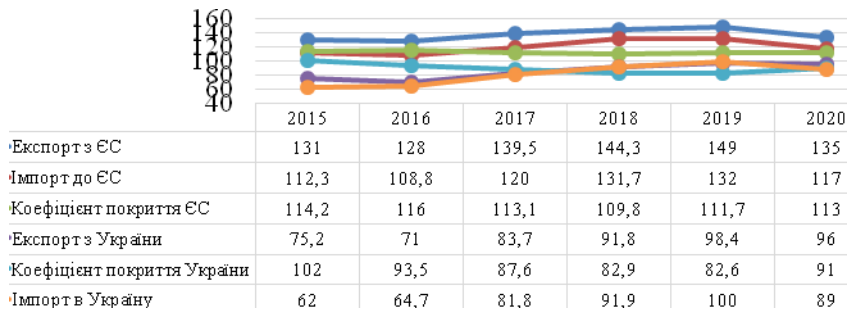


Рисунок 4. Торгівля товарами ЄС та України (експорт та імпорт індексовані на рівні 100 в 2010 р., коефіцієнт покриття у %, 2015-2020 рр.  
*Джерело:* [3; 4]

На основі проведеного дослідження транспортної галузі аргументовано, що значним та важливим сегментом для економіки країни є транспортна система, стабільна діяльність якої гарантує належні умови обороноздатності, національної безпеки, єдності держави, зміцнення рівня життя. Розвиток транспортної системи кожного регіону вимагає належного інфраструктурного забезпечення.

### СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Загурський О.М. Конкурентоспроможність транспортно-логістичних систем в умовах глобалізації: інституціональний аналіз: монографія. Київ: О.В. Ямчинський, 2019. 373 с.
2. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 02.03.2022)
3. Офіційний сайт Eurostat. URL: <https://ec.europa.eu/eurostat> (дата звернення: 04.03.2022).
4. United Nations Conference On Trade And Development. URL: <https://unctad.org/> (дата звернення: 04.03.2022).
5. Галькевич М.В. Дослідження розвитку транспортної галузі України: сучасні тенденції та перспективи. *Менеджер. Вісник Донецького державного університету управління*. Серія «Економіка». 2020. No 4(89). С. 85-93.



УДК 658.8:004

Бугайчук О.В.<sup>1</sup>

<sup>1</sup>аспірантка, Інженерний навчально-науковий інститут ім. Ю.М. Потебні  
Запорізького національного університету, Україна

## **МЕНЕДЖМЕНТ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ DIGITAL МАРКЕТИНГУ ТА ЕЛЕКТРОННОЇ ЕКОНОМІКИ**

Зростання – це пріоритет для кожного бізнесу, а залучення нових клієнтів є головним фактором зростання. Інструменти цифрового та соціального маркетингу забезпечують нові та інноваційні способи підтримки цього зростання, а менеджмент сприяє забезпеченню сталого розвитку цифрової економіки чи цифрового бізнесу. Віртуальний світ дуже змінився: пандемія зробила свою справу, виявившись тригером світових процесів. На тлі кризи рекламний бюджет впав до найнижчого зареєстрованого рівня: з 11% від доходів компаній у 2020-му до 6,4% у 2021-му. Найменше коштів на маркетинг виділяли у галузі туризму (5,4%), технологічних продуктів (5%) та виробництва (5,8%). Світ остаточно пішов в онлайн, тож витрати на digital-канали склали 72,2% від загального маркетингового бюджету. У 2020 році всі складові digital-маркетингу наблизилися впритул один до одного. Онлайн переплітається з офлайном, SEO – з контекстною рекламою, контент-маркетинг – з продажами у соціальних мережах. Кожен канал, як і раніше, ведеться окремо, але на кшталт загальної концепції, це демонструє цілісність бренду.

Провідні канали digital-маркетингу 2022 р.:

- 1) пошукова оптимізація;
- 2) контент-маркетинг;
- 3) контекстна реклама;
- 4) маркетинг у соціальних мережах;
- 5) таргетована реклама;
- 6) ведення каналу YouTube.

Тоді як загальний рекламний бюджет падає, у маркетингу залишився сектор, на який витрачаються більше, ніж зазвичай. Це контент-маркетинг. Причина посиленої уваги – в апдейтах та нових правилах ранжирування від Google. Тепер у топ потрапляють лише ті сторінки, чий контент найкраще відповідає факторам E-A-T, згідно з якими кожен інтернет-матеріал оцінюється за трьома критеріями: 1) експертність; 2) авторитетність; 3) довіра.

Контент у 2022 році має бути:

1) *Професійний*. Необхідно, щоб контент створювався під егідою фахівців (якщо це стаття про остеохондроз, вона має бути перевірена педіатром; якщо про виховання, з нею має ознайомитись людина з освітою у галузі психології). В ідеалі копірайтер щільно співпрацює з профі - разом вони створюють якісний і в той же час матеріал, що легко читається. Для

підтвердження експертності на сайті повинні бути окремі сторінки з описом авторів та спеціалістів, позначення їх досвіду та компетенції.

2) *Авторитетний*. Цей фактор оцінюється поза межами сайту. Чим частіше ваш контент з'являється на інших інтернет-майданчиках, тим вищий показник популярності [1]. У цьому можна працювати з авторитетністю як матеріалу, так і його автора. Поза сайтом можна зареєструватися у тематичних каталогах та відгуках, розміщувати статті та посилання на авторитетних майданчиках. Копірайтер може підтвердити свою експертність, якщо він фігурує на надійних майданчиках.

3) *Що викликає довіру*. Лояльність споживачів та Google можна завоювати за допомогою вказівок повних даних про компанію та відгуків. На сайті має бути інформація: HTTPS-протокол, повні контактні дані, окремі сторінки з умовами доставки, оплати та гарантійних зобов'язань, розділ FAQ. Ще один тренд digital маркетингу – це потреба у глибшому та найчастішому інтелектуальному плануванні контенту. Звички та потреби інтернет-користувачів змінюються в шаленому темпі, тому маркетологам доводиться постійно відстежувати тенденції та змінювати напрямки контент-стратегії. Люди вважають за краще отримувати інформацію по-різному. У 2022 році варто доручити команді продумати нові формати подачі контенту для окремих сегментів аудиторії. Слід протестувати різні варіанти: можливо саме вашим спадатися тільки на аналітичні дані, так як вони показують те, що вже працює. Як дізнатися, що отримає відгук у ваших користувачів? Запитайте їх, проведіть інтерактивне опитування, щоб дізнатися, в якому форматі зручніше отримувати інформацію вашої аудиторії. Контент-маркетинг як інструмент вже давно не просто виконує завдання пошукової оптимізації сайту. Ми пишемо тексти «для людей», але сьогодні контент – це далеко не лише тексти. Чим більше з'являється інформації у мережі, тим вимогливішим стає читач. У новому році розширена реклама Google Ads остаточно втратить актуальність, її замінять адаптивні оголошення RSA. Компанії, які вже впровадили прямі трансляції, займуть лідерські позиції, решті необхідно переходити на даний формат вже зараз, тим більше що така робота вимагає кропіткої та ємної підготовки, підкріпленої надійними процедурами та стратегіями. *RSA – маркетинг майбутнього*. Тренди digital маркетингу у PPC змінюються практично щодня: те, що демонструвало чудові результати вчора, завтра може не спрацювати. Маркетологи Elit-Web рекомендують постійно експериментувати з форматами повідомлень, зображеннями та закріпленнями різних частин оголошення. Автоматизація PPC – найсильніша тенденція 2022 року, яку можна спостерігати у сфері платної реклами. Штучний інтелект відкриває великі можливості у просуванні, дозволяючи мислити масштабніше та задіяти концепції, що відповідають намірам, а не лише конкретним словам. Існує ряд скриптів та SaaS-рішень, які дозволяють

автоматично визначати нові ключові фрази, підключати додаткові сегменти аудиторії, керувати ставками, тестувати оголошення та формувати звітність. Незважаючи на складність інтеграції, автоматизація контекстної реклами дає можливість отримувати максимальні результати від PPC-кампаній при суттєвому скороченні бюджету. Як ізольований канал просування PPC-реклама вже не так працює, як раніше. У 2022 році контекстні оголошення продовжать використовувати у щільній зв'язці з SEO-оптимізацією, PR, соціальними мережами та афілійованим маркетингом. Чим більше зроблено для диверсифікації каналів, тим вище буде прибуток та конверсія [2].

У 2021 році простежувалася тенденція на зниження ручної керованості всіх рекламних кампаній та повноцінного переходу на автоматичні стратегії за допомогою машинного навчання. Фактично системи самі кажуть фахівцям, яку стратегію потрібно застосувати та які ставки виставити. Особливу увагу варто привернути до себе автоматичні смарт-кампанії. Деякі їх самі підбирають пошукові запити, оголошення, визначають сенси повідомлень. Достатньо внести списки заголовків, описи та картинки – і Google вже сам на підставі цих даних складає оголошення. Хочеться відзначити нові типи рекламних кампаній, які поєднують пошук, шопінг, медіа- та відеомаркетинг, самостійно підбирають під цільову аудиторію варіант оголошень.

У 2022 році Google і Яндекс продовжать йти шляхом автоматизації та машинного навчання для націлення. Але це не означає, що незабаром таргетологам нічого робити. Навпаки, роботи додасться: потрібно вникати в нюанси автостратегій, структурувати та масштабувати рекламні кампанії, працювати з пошуковим простором, аналізувати отримані дані, проводити аудиторний націлення, створювати креативи та вигадувати УТП. Протягом останніх років ми спостерігаємо інтеграцію соцмереж та e-commerce, У 2022 році тенденція продовжиться. Бізнес переходить на сторінки з легким та розважальним контентом, слід мати сторінку на Facebook або Instagram. У свою чергу, соціальні мережі продовжують адаптуватися до потреб e-commerce і працюють над розширеним функціоналом для покупок. Facebook, Instagram та TikTok вже продемонстрували опцію віртуальної вітрини, надавши бізнесу нові можливості для просування у 2022 році. Найпопулярнішими майданчиками для SMM, як і раніше, залишаються Facebook та Instagram. Схожі принципи просування використовуються для ведення бізнес-спільнот у месенджерах Telegram, Viber та WhatsApp. Найперспективнішим у плані розвитку бізнесу у 2022 році стає TikTok.

SMM-фахівці зібрали добірку антитрендів-2022. У 2022 році люди хочуть бачити, хто і як робить їхній товар. Споживачі прагнуть отримувати більше емоцій не лише від самого продукту, а й від відкритого, автентичного бренду; підганяти візуал під нескінченну стрічку, досягати ідеальної

розкладки фото. У тренді – природність і це стосується як зовнішності, так і соціальних мереж, пости фото без смислового навантаження. Зокрема, не варто доповнювати пости цитатами, висловлюваннями або смайликами. Проаналізуйте потреби аудиторії та створіть контент, що становить цінність для передплатників; ведіть обліковий запис у пастельних тонах. Безглуздий контент не в тренді, але й публікувати надто багато тексту у соцмережах не варто. Дозуйте інформацію, прибирайте довгі вступи, одразу переходьте до суті. Як альтернативний варіант, можна додавати контент у карусель. Проблема сучасного інтернет-користувача полягає в тому, що йому хочеться отримати якнайбільше інформації у рекордно короткий термін. Дефіцит часу привів до тренду на снєк-контенту як такого, який можна «лузати, як насіння». Він легко створюється, швидко проглядається, викликає у глядачів емоційний відгук. До снєк-контенту відносяться stories, короткі відео Reels та Shorts. Наприклад, за 5 хвилин можна встигнути переглянути 20 TikTok-роликів. Ми спостерігаємо такий тренд digital маркетингу: навіть такі короткі відео не доглядають до кінця. Дивитися далі чи ні, користувач вирішує за 1-3 секунди від початку ролика або заголовком. Початок контенту та його назва – найважливіші складові снєк-контенту.

Слід назвати маркетингові тренди соціальних мереж у 2022 році:

1) ностальгичний маркетинг. Спогади про нетривіальні 1990-і та яскраві 2000-і дозволяють заслужити лояльність різновікової аудиторії та залучити нових передплатників. Викликати у користувачів ностальгію та приємні спогади можна за допомогою стилізованого фото- та відеоконтенту;

2) інфлюєнс-маркетинг. Співпраця з блогерами, як і раніше, працює. Необов'язково вкладати солідний бюджет у рекламу із залученням зірок світових масштабів – іноді досить вибрати місцевого інфлюєнсера, чий інтереси та цільова аудиторія збігаються з вашими;

3) нативна реклама у мемах. Смішна картинка приємно поділитися з друзями, навіть якщо вона містить комерційний підтекст;

4) лише перевірені новини. Платформи соціальних мереж ведуть боротьбу із фейковим контентом, блокують фальшиві новини. За прогнозами, у 2022-му можуть з'явитися blockchain-технології, які перевірятимуть достовірність інформації;

5) шопінг у прямому ефірі. У тренді – живі трансляції-продаж за участю блогерів. У Instagram і Facebook вже працюють над опцією розміщення прямих посилань на продукти, що просуваються у відео;

6) гейміфікація. Люди приходять в соцмережі розважатися, тому беруть активну участь в іграх, тестах і головоломках.

Фахівці продовжують наполягати на наступному:

1) реклама "в лоб" перестала працювати. Користувачі приходять у соцмережі відпочити, і від прямих вказівок «Купи!» вони вочевидь не у

захопленні. Замість прямих продажів запропонуйте в оголошенні продукт, який здатний розважити аудиторію та одночасно продемонструвати експертність бренду (наприклад, огляди, відеоінструкції, тести та майстер-класи);

2) велика кількість фотошопу не працює. Краще чесно показати недоліки, аніж завуалювати правду. Максимально відкриті, "неідеальні" бренди в моді;

3) показ часу відключати. Економити бюджет, демонструючи оголошення кілька разів на добу, не приносить ефекту як мінімум тому, що ви не отримувате повноцінних аналітичних даних, з якими можна працювати та аналізувати. Наприклад, існує думка, що покази на вихідних нерентабельні, але цілком імовірно, що саме ваша цільова аудиторія краще сприймає рекламу з п'ятниці до неділі. У 2022 році стане неактуальним надто вузьке таргетування. Соціальні платформи повинні пропонувати рекламу тим, хто в ній зацікавлений: вони вчаться розпізнавати людей з найкращим відгуком на оголошення та знаходити відповідних користувачів [3].

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Krainik O., & Sergienko T. Directions of industrial management efficiency improving with use of information resources. *Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії: Збірник наукових праць Запоріжжя* : ЗДІА, 2018. Вип. 75. С. 193 – 204.

2. Ткаченко А.М., Круглікова В.В. Вплив регіональної політики на конкурентоспроможність регіонів України. *Економічний вісник ДВНЗ УДХТУ*, 2021, № 1 (13). С. 14-25.

3. Ткаченко А.М., Пожусєва Т.О. Стартап екосистема АПК. *Економічний вісник ДВНЗ УДХТУ*, 2021, № 1 (13). С.34-41.

УДК 008.2

Воронкова В.Г.<sup>1</sup>, Венгерська Н. С.<sup>2</sup>, Безкоровайна Л.В.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> д. ф. н., проф., в.о. завідувача кафедри менеджменту організацій та управління проектами, Інженерний навчально-науковий інститут ім. Ю.М. Потебні Запорізького національного університету, Україна

<sup>2</sup> к.е.н, доц., доцент кафедри міжнародної економіки, природних ресурсів та економіки міжнародного туризму Запорізького національного університету, Україна

<sup>3</sup> д. п.н., доц., професор кафедри туризму та готельно-ресторанної справи Запорізького національного університету, Україна

### **МАЙБУТНЄ ПОДОРОЖЕЙ І ГОТЕЛЬНОЇ ГАЛУЗІ ЯК ОСНОВНИЙ ДВИГУН ГЛОБАЛІЗОВАНОГО СВІТУ ТА ЦИФРОВІЗАЦІЇ**

Актуальність теми дослідження у тому, що поряд з виробництвом, роздрібною торгівлею та банківською діяльністю індустрія подорожей стане основним двигуном майбутньої глобалізації. Люди генетично запрограмовані подорожувати, так як вони відчувають непереборне бажання досліджувати щось нове. Тому, хоч би що трапилося зі світовою економікою та хоч би які події сталися, ми можемо очікувати, що кількість людей, які подорожують щодня, різко зростатиме разом із збільшенням багатства й подальшим зниженням реальних витрат на транспорт. Найбільше зростання у цій галузі відбуватиметься в Азії та серед людей з Азії, які найактивніше подорожуватимуть за межами свого регіону. Ми побачимо швидке збільшення кількості та розмірів регіональних аеропортів, швидкісних залізничних мереж і нових доріг.

Майбутнє залізниці – це більша швидкість та дальші відстані. 24 країни вже побудували швидкісні залізничні маршрути, а довжина швидкісних колій кожні 10 років подвоюється. Тепер 98% від усіх потягів, що їздять зі швидкістю понад 195 кілометрів за годину, можна побачити у Західній Європі, або Східній Азії (90% з них – у Китаї, Франції, Японії, Німеччині, Італії, Великій Британії та Іспанії), так як швидкісна залізниця стане поширенішою [1].

У той же час слід очікувати на бум низько технологічного швидкого транспорту у містах, де будуть автоматизовані «легкі залізниці», або трамваї, або автобуси на спеціальних бетонних коліях. Запустити їх можна буде швидко, відносно дешево, такі колії розміщуватимуться на колонах над вулицями й плестимуться над усім містом. Кількість мандрівників залізниці у більшості країн зросте значно швидше, ніж пропускна спроможність, тому потяги стануть довгими, двоповерховими, перевозитимуть більше людей та їздитимуть частіше. Ми побачимо більше експериментів із поїздками гіперлупом (підвішені за допомогою магнітних сил вагони рухаються тунелями або трубами, з яких викачано повітря для зменшення тертя). Однак

на більшості цих проєктів не вдається заробити гроші, вони розвиватимуться лише тоді, коли у них як у престижні проєкти інвестуватимуть величезні кошти дуже заможні люди, Річ у тому, що авіаподорожі зручні, прості й дешеві, швидкісна залізниця – це також розвинена технологія періоду цифровізації. Щоправда, гіперлуп має суттєву перевагу, так як може доставляти пасажирів просто в серце міста зі швидкістю літака. Але прокладати тунелі надзвичайно дорого, розмішувати герметичні труби над землею, захистивши їх від нападу чи іншого пошкодження, також дуже дорого, але ще ж треба підняти над землею вагони. Очікуйте на золотий час для авіації – з невеличкими коливаннями, спричиненими рецесіями, регіональними конфліктами, загрозою вірусних хвороб, зростанням витрат на паливе чи іншими несприятливими подіями. Річна кількість подорожей зросла більше ніж у 10 раз за останні 40 років – до понад 4,6 мільярда [2].

Очікуйте, що вона у середньому зростатиме на 5% на рік протягом наступного десятиліття і подвоїться на 9 мільярдів до 2038 року, що підвищить кількість усього світового населення. Лише китайські авіакомпанії протягом 2018 року перевезли 600 мільйонів пасажирів, хоча 5 років тому цей показник становитиме 440 мільйонів.

До 2022 року повітрям подорожуватиме більше китайців, ніж американців, саме тому країна до 2025 року відкриє 130 нових аеропортів. Найбільше зростання авіації буде в Азії, а найменше - в Європі та Північній Америці. У Європі буде помітний величезний приріст далеко магістральних повітряних сполучень в Азії, особливо з Китаю до Індії. Приблизно 200 мільйонів китайських туристів у 2020 року полетять в іншу країну, а їхні витрати на відпочинок, особливо на предмети розкоші, збільшаться втричі. Незважаючи на серйозні проблеми з безпекою в 737.Max.Boeing має семирічний запас замовлень на 5 тисяч літаків вартістю 400 мільярдів доларів, тимчасом як Airbus має замовлення на 7577 машин, які коштують ще більше [3].

Протягом наступних 20 років доходи самих лише виробників двигунів становитимуть понад трильйон доларів. Сьогодні понад 70% двигунів виробляє GE й СЕМ, спільне підприємство GE й Safran у Франції. І це ще один приклад величезних масштабів у глобалізованому світі.

Так, Британія – другий за величиною виробник в аерокосмічній галузі після США: на неї припадає 17% світового ринку. Ця країна є домівною для 30% європейських фірм асоціації Eurospace, двигуни Rolls Royce використовують у половині всіх нових швидкофюзеляжних літаків у світі, BAЕ виготовляє реактивні винищувачі, а Agusta Wesland - вертольоти. Хоча віртуальна робота, відеодзвінки та інші цифрові технології зростатимуть, вони не зможуть перешкодити збільшенню популярності ділових поїздок. Однак ділові бюджети будуть обмежені або скорочені, що

змусить бізнесменів шукати вигідні рейси й літати здебільшого економ класом, якщо перельоти нетривалі.

Реальна ціна на подорожі повітрям сьогодні на 60% нижче, ніж 1995 року. Авіаційну галузь докорінно змінили нові бюджетні перевізники: вони реорганізували процес продажу авіаквитків, завантаження і вивантаження літаків. Очікуйте, що до 2025 року всі головні бюджетні авіакомпанії пропонуватимуть преміям послуги, скопійовані з традиційних авіакомпаній, як-от вибір місця, безкоштовний напій під час польоту, безкоштовне перевезення додаткового багажу. Це приваблюватиме дедалі більше людей, які подорожують у ділових справах.

До 2030 року європейські бюджетні авіакомпанії перевозитимуть понад половину всіх пасажирів повітряного транспорту. Унаслідок цього всі традиційні авіакомпанії будуть змушені докорінно змінити спосіб роботи. Очікуйте злиття національних перевізників і нові глобальні об'єднання, через що знизяться ціни на польоти. Нові літаки стануть ефективнішими й будуть більше заповнені. Вони використовуватимуть менше пального на пасажера. Очікуйте, що дедалі більше країн вводитимуть податок за викиди вуглецю на авіаційне пальне, яке тепер відповідальне за 2% від світових викидів. Коли податок на пальне для автомобільного транспорту вищий на 70% або більше, польоти стають значно дешевшими, ніж це має бути, у світі, який заохочує скорочувати використання вуглецю [4].

Космічний туризм набиратиме обертів і до 2035 року щонайменше три компанії організовуватимуть короткі подорожі космосом для тисячі осіб на рік. Надзвичайно заможні люди забавлятимуться на орбіті, тимчасом як мільярду людей бракуватиме питної води чи їжі. Ми побачимо нові космічні перегони, у яких домінуватиме Китай. Також побачимо деякі кроки Європи й США у напрямі колонізації місяця, а потім Марса.

До 2035 року на невелику житлову станцію на Місяці, що не матиме жодної економічної мети буде багато бажаючих. Більшість витрат на космічні технології до 2040 року припадуть на супутники. Космос стане потенційною зоною бою із сотнями космічних безпілотників. Більшість безпілотників належатиме США і Китаю. Головною небезпекою з космосу будуть десятки мільйонів одиниць космічного сміття після аварій та військових випробувань, які мчатимуть з величезною швидкістю на космічній орбіті. Дедалі більше людей насолоджуватимуться короткими подорожами до інших міст. Вже сьогодні половина населення Великої Британії проводить не менше ніж три відпустки на рік не вдома. Щоразу більше людей прагнуть під час відпустки ознайомитися з культурою, робити відкриття, учитися чи просто активно проводити час. Очікуйте зростання популярності відпусток, пов'язаних із ризиком, хвилюванням, випробуваннями на витривалість та унікальністю враженнями, відпусток в



екстремальних ситуаціях. Медичний туризм також буде сектором, який буде процвітати [5].

Як висновок, зауважимо, що мандрівники середнього та старшого віку шукатимуть надзвичайних вражень, як-от дайвінг з метою вивчення підводного світу, подорожі до Антарктики, керування яхтою, польоти на планері, сходження на високу гору.

До 2025 року багато людей щороку намагатимуться піднятися на Еверест, хоча кількість охочих буде строго визначена. Збільшуватиметься кількість круїзних кораблів та їхні розміри.

До 2028 року вони перевозитимуть понад 45 мільйонів пасажирів щороку, тепер ця кількість 26 мільйонів, що формує ринок вартості 46 мільярдів доларів. Багато кораблів, які беруть на борт понад 6 тисяч пасажирів та 2,5 тисячі осіб екіпажу, уже самі стають об'єктами туризму. У найліпших туристичних компаній справи будуть йти добре, вони пропонуватимуть експертну інформацію про маловідомі напрямки в екзотичних місцях, спеціалізовані тури, добре сплановані подорожі та надзвичайні пригоди, медичний та космічний туризм, туризм у сільські місцевості.

*Публікацію здійснено у контексті виконання завдань проекту «Диверсифікація сільського туризму через збалансованість та креативність: поширення європейського досвіду в Україні»/«Diversification of rural tourism through sustainability and creativity: disseminating European experience in Ukraine» (DIRUT) 620720-EPP-1-2020-1-UA-EPPJMO-MODULE за підтримки Програми Erasmus+: Jean Monnet Європейського Союзу, що реалізується у Запорізькому національному університеті (2020-2023).*

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Безкоровайна Л.В., Воронкова В.Г., Венгерська Н.С. Сільський креативний туризм: досвід інтегрованого підходу в Португалії. Управління соціально-економічним розвитком регіонів та держави : матеріали Міжнародної конференції 15 квітня 2021 року. Запоріжжя : ЗНУ, 2021.

2. Безкоровайна Л. В. Теоретичні і методичні засади професійної підготовки майбутніх фахівців з туризмознавства у вищих навчальних закладах : дис. д-ра пед. наук: 13.00.04 / Запорізький національний університет. Запоріжжя, 2018. 713 с.

3. Венгерська, Н. С. Регіональна сервісна політика як необхідна умова розвитку сфери послуг. Вісник Запорізького національного університету. Економічні науки. 2014. Випуск 2. С. 142-152.

4. Воронкова, В. Г., Череп, А. В. Креативні цифрові технології як мегатренди розвитку туристичного бізнесу: поширення європейського досвіду в Україні. *Humanities studies: збірник наукових праць*. Запоріжжя : Запорізький національний університет, 2020. Випуск 6 (83). С.165-179.

5. Воронкова В.Г., Нікітенко В.О. Цифрова трансформація Європи «Цифровий компас-2030» як умова подолання пандемії COVID-19: цифровізація економіки, освіти і медицини. Розвиток сучасної науки та освіти: реалії, проблеми якості, інновації : матер. II Міжнародної наук.-практ. інтернет-конф. (Мелітополь, 25–27 травня 2021 р.) / ред. кол. : В.М. Кюрчев, Н.Л. Сосницька, М.І. Шут та ін. Мелітополь : ТДАТУ, 2021. С. 92–96.

УДК 339.9

Дронова Т.С.<sup>1</sup>

<sup>1</sup>к.е.н., доцент кафедри маркетингу, Університет митної справи та фінансів, Україна

## **МІЖНАРОДНЕ МАРКЕТИНГОВЕ СПІВРОБІТНИЦТВО ПІДПРИЄМСТВА**

Останнім часом маркетинг упевнено завойовує ринкові позиції як джерело, що дає змогу створювати й підтримувати певні стандарти людського життя. Докорінна трансформація світової економіки внаслідок упровадження таких нових засобів зв'язку й сполучення, як глобальні телефонні та комп'ютерні мережі, супутникове телебачення, факсимільні апарати, уможливило значне скорочення географічних відстаней. Завдяки новим комп'ютерним і телекомунікаційним технологіям істотно змінилися методи виробництва і маркетингу. Нині не обов'язково витратити особистий час на пошук необхідних товарів. Достатньо скористатись одним із каналів повідомлень, щоб зробити замовлення, і менеджери з маркетингу за допомогою комп'ютера вивчать потреби, що виникли, розроблять і доставлять товар, проведуть у разі необхідності відеоконференцію в реальному часі тощо.

Міжнародні канали розподілу є досить актуальною темою на сьогоднішній день, тому що вивчення маркетингової політики розподілу та її практичне застосування на підприємстві значно підвищує ефективність діяльності останнього, що в свою чергу призводить до збільшення прибутку.

ПАТ «Монделіс Україна» — українське підприємство, що належить до групи компаній «Mondelēz International» (NASDAQ: [1]), — найбільшої у світі компанії-виробника шоколадної продукції, печива та цукерок, а також другого найбільшого у світі виробник жувальної гумки. Продукція «Монделіс Україна» представлена в Україні торговими марками: «КОРОНА», MILKA, «ЛЮКС», JACOBS, CARTE NOIRE, "ВЕДМЕДИК

«БАРНІ», «Belvita!Добрий Ранок!», TUC, OREO, PICNIC, DIROL, HALLS, TASSIMO.

ПАТ «Монделіс» намагається вибрати ті канали, які може контролювати, впливати на розроблення стратегії просування і представлення товарів покупцям, причому ступінь контролю характеризується відносною владою над каналом, а також можливістю застосування до посередників санації за незадовільну роботу. ПАТ «Монделіс», вибираючи канал розподілу, здійснює вибір спочатку каналу постачання, а потім каналу товароруку. Вибираючи канал постачання, ПАТ «Монделіс» спочатку аналізує роботу всіх можливих постачальників сировини, що зможуть найбільш якісно задовольнити потреби та вимоги даного підприємства. На прикладі ПАТ «Монедіс Україна» досліджено вибір каналів розподілу. Аналіз та оцінка постачальників здійснюється за наступними критеріями (табл. 1).

Із проведеного дослідження видно, що підприємству необхідно вибрати постачальників сировини: ВАТ "Альпарі" (Узбекистан) та ТОВ "Newline" (СНД), оскільки їх оцінка найвища.

Таблиця 1 – Оцінка вибору постачальників за критеріями

Критерії	ВАТ "Альпарі", Узбекистан	ТОВ "Starworld", Азербайджан	ТОВ "Newline", СНД
Знаходження на певній відстані від споживача	далеко (0)	далеко (0)	ближче (1)
Час виконання замовлень	точно у строк постійно (2)	періодично, і затримками (1)	точно у строк (2)
Наявність у постачальника резервних потужностей	великі (2)	не досить значні (1)	значні (1)
Кредитоспроможність	висока (1)	прийнятна (1)	висока (1)
Фінансовий стан	стабільний (2)	нестабільний (0)	стабільний (2)
Всього	7	7	7

*0 - незадовільна оцінка; 2 - прийнятна оцінка; 3 - висока оцінка.*

Вибираючи маркетинговий канал, аналізоване підприємство ухвалює рішення про реалізацію продукції за допомогою посередників, бо підприємство не в змозі самостійно довести свою продукцію до всіх кінцевих та потенційних споживачів, ринок географічно дуже різноманітний і

потребує потужної збутової мережі. Проведена оцінка господарської діяльності та фінансового стану показав, що прямий збут потребує великих витрат і є нерентабельним, тому ПАТ «Монделіс Україна» використовує і регіональних представників, оптових і дрібнооптових, роздрібних посередників. Використання такої кількості посередників (50 на ринку кондитерських виробів України та 100 на міжнародному ринку) виправдано, оскільки посередники більш якісно задовольняють вимоги споживачів, товарні запаси посередницьких ланок ближче до споживачів, аніж запаси виробника, послуги посередників допомагають споживачам скоротити витрати на матеріально-технічне забезпечення та обсяги облікової документації, потенційному споживачеві зручніше владнати конфлікти з посередником, ніж з виробником (особливо, якщо цей виробник – лідер на ринку), а також досить часто необхідні невеликі постачання, які самому підприємству здійснювати економічно не вигідно. Отже, ПАТ «Монделіс Україна» використовує багатоканальний товарообіг.

### СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Сайт компанії «Mondelez International» - Режим доступу: <https://ua.mondelezinternational.com/about-us/our-team>

УДК 338.2

Зеленін Ю.М.<sup>1</sup>

<sup>1</sup>к.е.н, доц., доцент кафедри фінансів, банківської та страхової справи Міжрегіональної академії управління персоналом, м. Київ, Україна

### **ПРИСКОРЕННЯ ПРОЦЕСУ ДЕКАРБОНІЗАЦІЇ МЕТАЛУРГІЙНИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ**

За НВВ2 Україна зобов'язалась до Паризької угоди знизити до 2050 р. питомі викиди парникових газів при виробництві сталі до 0,54 т/т сталі [1], що потребує на запровадження найкращих технологій з декарбонізації (НДТМ, або ВАТ – best available technologies). Однак це досить велике інвестиційне навантаження для галузі. Питомий рівень сумарних інвестицій за дослідженнями GMK Center має становити до \$337 на тону сталі при обсягах сталевиробництва за теперішніх умов [2, с.6]. ІЕА вважає, що необхідні інвестиції в металургійну галузь до 2050 р. згідно сценарію Sustainable Development Scenario мають скласти до 866 \$ у розрахунку на тону сталі. В той же час даний показник за розрахунками міжнародних консалтінгових компаній McKinsey та Roland Berger в середньому має скласти до \$1000 на тону сталі [1, с. 21].

За здійсненими ж розрахунками за авторською моделлю для зниження обсягів вуглецевих викидів до 0.54 т/т сталі необхідно інвестувати до \$1300 на тону сталі (табл. 1).

До того ж задля прискорення процесу декарбонізації металургійних підприємств України на національному рівні необхідно:

*по-перше*, укласти з ЄС Угоду про еквівалентність (Agreement of Equivalence), в яких будуть прописуватися умови декарбонізації;

*по-друге*, імплементувати Регламент (ЄС) 2020/852 та Директиви Європарламенту з формування інформаційного забезпечення у відповідності до єдиного галузевого стандарту побудови ESG-звітності;

*по-третє*, створити Єдину інформаційну панель ESG-конкурентоспроможності металургійних підприємств на основі Таксономії UA XBRL МСФЗ 2020 [3], схваленої Комітетом з управління Системою фінансової звітності від 09.04.2021 р. [4];

Таблиця 1 - Сценарії обсягів інвестування процесу декарбонізації металургії на часовому горизонті до 2050 р. [1,2]

Показники \ Сценарії	GMK Center інвестування галузі до 2050 р. на впровадження BAT [2]	IEA інвестування галузі до 2050 р. за сценарієм Sustainable Development Scenario [1]	McKinsey та Roland Berger інвестування галузі до 2050 р. [1]	Обсяги інвестування галузі за авторською моделлю до 2050 р.
Обсяги інвестування у розрахунок на 1 т сталі, \$	337	866	1000	1300
Загальне використання енергії, Т Дж	171471	146377	135922	123375
Загальне використання енергії, ГДж на 1 т сталі	20.6592	17.6359	16.3762	14.8645
Обсяги викидів парникових газів (згідно розрахунків за (8), т/т сталі	1.4626	0.7523	0.6889	0.5400

*по-четверте*, змінити характер вуглецевого оподаткування з компенсаційного до стимулюючого, керуючись при цьому принципом максимально можливого наближення вітчизняного законодавства до законодавства ЄС;

*по-п'яте*, прискорити створення Фонду декарбонізації;

*по-шосте*, запровадити систему торгівлі квотами, як більш дієвого інструменту декарбонізації, що дозволить швидше розпочати вихід на європейський рівень та інтеграцію у систему торгівлі EU-ETS.;

*по-сьоме*, ратифікувати європейські стандарти щодо вуглецевості продукції та процедури її сертифікації;

*і останнє*, приєднатись до Міжнародної платформи зі сталого фінансування з метою отримання грантів для проєктів з декарбонізації.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. The decarbonization of the steel industry is a challenge for the coming decades (2021). GMK center analytical report.
2. Estimation of investments for the implementation of OJSC (BAT) for air emissions in the GMC of Ukraine (2021). Analytical report GMK center.
3. Taxonomy UA XBRL IFRS 2020: Decision of the Financial Reporting System Management Committee of 09.04.2021: website. URL: <https://frs.gov.ua/>
4. Memorandum of Understanding on the development and implementation of the financial reporting system dated 18.12.2017 №102 / 15. Ministry of Finance of Ukraine. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v0102201-17#Text>

УДК 33.332

Исмаилов В.И.<sup>1</sup>, Керимова В.В.<sup>2</sup>, Сафаров А.Т.<sup>3</sup>

<sup>1</sup>д. э. н., проф. Азербайджанская академия труда и социальных отношений, Азербайджан

<sup>2</sup> диссертант, Азербайджанская академия труда и социальных отношений, Азербайджан

<sup>3</sup> диссертант, Азербайджанская академия труда и социальных отношений, Азербайджан

### **РОЛЬ АГРАРНОГО СЕКТОРА В ОБЕСПЕЧЕНИИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ**

Аграрное производство как особая сфера приложения труда и капитала как основное звено реального сектора экономики страны является важным направлением в формировании структуры национального производства. Аграрная сфера Азербайджана отличается от других сфер своими особенностями. Эти особенности позволяют заранее определить непреодолимые ограничения развития аграрного сектора Азербайджана. К особенностям аграрного сектора относятся географическое положение и природно-климатические условия, факторы сельскохозяйственного производства, зависимость от производственных фондов, уровень развития и ресурсный потенциал страны, конкурентоспособность сельскохозяйственной продукции на внутреннем и внешнем рынках, государственная поддержка аграрного сектора.

Сельскохозяйственный сектор, наряду с обеспечением населения необходимыми товарами народного потребления и удовлетворением потребностей промышленных предприятий в основном сырье, является одним из ключевых факторов обеспечения занятости определенной части

населения [4, с. 9-15]. В то же время, поскольку часть продукции, производимой в аграрном секторе, идет на экспорт, приток иностранной валюты в страну после реализации соглашений с различными странами, особенно в структуре валового внутреннего продукта, а также продуктов питания и экономическая безопасность достаточно важна для обеспечения. По результатам научных исследований сделан вывод о том, что формирование адекватной политики в аграрной сфере возможно только с учетом состояния региональной экономики и устойчивости ее развития. С другой стороны, ситуация в агропродовольственном секторе также влияет на общее состояние экономики региона и, прежде всего, на продовольственную безопасность [6, с.14-17]. В первые годы независимости валовая продукция сельского хозяйства имела тенденцию к резкому сокращению, а кризис в аграрном секторе негативно сказался на других отраслях, приведя к дефициту товаров народного потребления в стране и ускорению инфляции. Именно с этой точки зрения при оценке роли аграрного сектора в экономике страны становится ясно, что реформы своевременны и необходимы. Поэтому в целях обеспечения возрождения аграрного сектора экономики страны, а также формирования прогрессивных рыночных отношений положено начало активным реформам в ряде важных направлений сельского хозяйства [9, с. 98-99]. Исследования показывают, что дальнейшее развитие государственно-частного партнерства в агропромышленном комплексе должно осуществляться за счет публичных мониторинговых облачных информационных систем, совершенствования законодательства в этой сфере и новых управленческих кадров [5, с.993].

Одним из наиболее важных способов устойчивого развития сельскохозяйственного сектора и создания продовольственного изобилия в стране является создание частного сектора, в том числе государственно-частного партнерства, и рыночной экономической системы посредством планомерной трансформации сельскохозяйственного сектора. С этой точки зрения аграрная политика государства определяет деятельность по регулированию отношений между социальными группами и классами населения, вовлеченными в эту сферу, особенности сельскохозяйственного производства и специфику регулирования аграрных отношений. Аграрная политика государства состоит из: сельского хозяйства, агропромышленного комплекса, продовольственной и внешнеэкономической взаимосвязанных частей или структурных элементов.

К целям аграрной политики государства относятся: обеспечение стабильности экономического роста в стране, повышение участия в занятости, контроль стабильности цен на сельскохозяйственную продукцию, поддержание внешнеэкономического баланса, справедливое владение и получение доходов, охрана окружающей среды. Государственная аграрная

политика в Азербайджане направлена на обеспечение продовольственной безопасности и конкурентоспособности аграрного сектора, удовлетворение потребностей населения в продуктах питания, повышение рентабельности предприятий и их производства, создание нормальных социальных условий и достижение высокого уровня жизни населения во всем регионе страны. Международный форум «Аграрные и зеленые технологии», прошедший в Баку в декабре 2018 года, отмечая приоритеты развития государственной аграрной политики, показывает, что основной задачей аграрной политики является эффективное согласование критериев эффективности и экологических требований. Для развития сельского хозяйства в Азербайджане принимаются системные и комплексные меры и аграрный сектор объявлен приоритетным направлением. Потому что аграрный сектор играет особую роль в обеспечении устойчивого экономического развития, диверсификации, увеличении занятости и сокращении бедности, решении социальных проблем и обеспечении продовольствием [7].

Устойчивое развитие аграрного сектора государства в конечном итоге является залогом его экономической и национальной безопасности, одним из важнейших элементов социально-экономического развития страны и регионов и служит повышению эффективности и конкурентоспособности этого сектора экономики [8, с.16-19]. В связи с этим повышение объемов и качества сельскохозяйственной продукции имеет важное значение в обеспечении продовольственной безопасности. Изучение и анализ этой проблемы является одним из наиболее востребованных направлений исследований в современной экономической науке, и интересность исследований, направленных на ее решение и обусловлена рядом условий. Обеспечение населения продуктами питания является базовым элементом экономической, социальной и политической безопасности государства. Агропромышленный комплекс (АПК) Азербайджана, обеспечивающий продовольственную безопасность, является одной из важнейших структурных единиц в экономической системе страны. Так, доля сельскохозяйственной продукции в валовом внутреннем продукте (ВВП) в 2020 году составила 11,64 %, в том числе доля продукции растениеводства 5,56 % и доля продукции животноводства 6,08 % [2, с. 5-6].

Во всех своих проявлениях продовольственная безопасность отражает сбалансированность агропромышленного комплекса и его способность обеспечивать устойчивое развитие экономики. При этом важно обеспечить оптимальное соотношение отечественного производства и импорта продовольствия для обеспечения продовольственной безопасности. В то же время продовольственная безопасность государства является составной частью его национальной и экономической безопасности, и ее обеспечение зависит от надлежащего налаживания деловых отношений с государством.



Известно, что обеспечение продовольственной безопасности в стране является ключевым приоритетом государственной политики, а также широким спектром национальных, экономических, социальных, демографических и экологических факторов. Следует отметить, что степень продовольственной обеспеченности государства зависит, прежде всего, от базового потенциала, способного обеспечить потребности сельскохозяйственного производства на необходимом уровне и эффективно его использовать.

Агропродовольственный сектор Азербайджанской Республики представляет собой открытую экономическую систему с точки зрения системного подхода и подвержен значительному влиянию комплекса факторов, в том числе экстремальных факторов. Азербайджанский механизм агропромышленного комплекса допускает несоответствия во многих элементах и компонентах, тем более что эти несоответствия проявляются в новых условиях внешней среды.

Стратегия аграрной политики государства характеризуется как важнейший фактор продовольственной безопасности и играет важную роль в обеспечении продовольственной безопасности страны.

В свою очередь, аграрная политика государства по обеспечению продовольственной безопасности направлена на оказание помощи местным сельхозпроизводителям, «используя стратегию аграрного протекционизма». В рамках многочисленных приоритетов, изложенных в «Стратегической дорожной карте производства и переработки сельскохозяйственной продукции в Азербайджанской Республике», предусмотрены масштабные меры, в том числе меры по дальнейшему укреплению продовольственной безопасности страны, в том числе повышение уровня продовольственной самообеспеченности. В то же время будут приняты необходимые меры по укреплению институционального потенциала для обеспечения устойчивой продовольственной безопасности. Согласно мерам, по трем приоритетным направлениям планируется: рассмотрение вопросов, связанных с созданием информационно-мониторинговой системы по вопросам продовольственной безопасности и доступа населения к продуктам питания; формирование механизмов обеспечения надежного продовольственного обеспечения всех слоев населения; реализация мероприятий, охватывающих все этапы цепочки создания стоимости и направленных на формирование системы безопасности пищевых продуктов на основе подхода анализа рисков [1, с. 51-60].

Одним из основных вопросов, определяющих реализацию устойчивого развития аграрного сектора, является государственная поддержка финансирования новых инвестиционных проектов в этом направлении. В связи с этим в 2020 году Фонд Развития Предпринимательства (ФРП) при Министерстве Экономики Азербайджанской Республики предоставил

предпринимателям льготные кредиты на сумму 126,9 млн. манатов для финансирования 908 инвестиционных проектов, из которых 57% приходилось на производство и переработку сельскохозяйственной продукции. ФРП также предоставил более 99% льготных кредитов микро-, малым и средним предприятиям и менее 1% крупным предприятиям [3]. Основными стратегическими целями Стратегического плана действий ФПИ в рамках государственной поддержки развития аграрного сектора являются расширение доступа предпринимателей к льготным финансовым ресурсам, поддержка создания и развития новых предприятий на базе инновационных технологий, а также обеспечение устойчивого развития.

Также подчеркивается важность развития аграрного сектора в зарубежных странах. В документе «Будущее продовольствия и сельского хозяйства: цели и альтернативы глобальному устойчивому развитию» говорится, что в течение следующих 40 лет глобальная продовольственная система будет испытывать беспрецедентное давление из-за сочетания факторов. Хотя ожидается, что к 2050 году население мира превысит 9 миллиардов человек, их растущий спрос на более разнообразное и качественное питание потребует дополнительных ресурсов для производства таких продуктов. Сельскохозяйственный прогресс потребует от местных производителей поддержки роста растущей несельскохозяйственной рабочей силы, сырья для промышленного производства, а также других экономик, для получения иностранной валюты и удовлетворения растущего рыночного спроса, а также сбережений и налоговых поступлений.

Одним из путей повышения роли аграрного сектора в развитии национальной экономики является повышение конкурентоспособности сельскохозяйственной и пищевой продукции за счет модернизации, достижения более высокого качества при минимальных затратах. Для этого необходимо обеспечить производство продукции в агропромышленном комплексе на основе новейших технологий и высококвалифицированной рабочей силы. Только в этом случае для удовлетворения внутренних и внешних (экспортных) потребностей сельскохозяйственная продукция, производимая в нашей стране, сможет сохранить свою конкурентоспособность как на местном, так и на региональном и внешнем рынках.

## **СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ**

1. Стратегическая дорожная карта по производству и переработке сельскохозяйственной продукции в Азербайджанской Республике. Указ Президента Азербайджанской Республики от 6 декабря 2016 года. Баку, 2016.177 с.

2. Государственный Статистический Комитет Азербайджанской Республики. Социальное, экономическое развитие. Доклад №12. Баку, 2020. 188 с.

3. Алиев И. Н. Социально-экономические проблемы обеспечения устойчивого развития аграрной сферы в условиях глобализации. Баку, 2017. 391 с.

4. Буздалов И. Н. Аграрная политика: научные основы, методы и механизмы осуществления (начало). *Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий*. 2014. №4. С. 9-15.

5. Бургонов О. В., Семенов А. В. Проблемы и перспективы развития частно-государственного предпринимательства. *Экономика и управление*. 2020. №9. С. 993-1004.

6. Гонова О. В. Аргументация механизма государственной поддержки регионального сельскохозяйственного производства. Вестник Ивановского университета. 2013. № 23. С.14-17.

7. Данные Фонда развития предпринимательства по итогам 2020 года. Azertac. Баку. 09.02.2021.

8. Крылатых Э. Н. Продовольственная безопасность в условиях интеграции: тенденции, достижения, угрозы. *Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий*. 2013. №4. С. 16-19.

9. Мамедов Х. Н., Сафаров А. Т. Основные приоритеты развития внешнеэкономической деятельности в аграрной экономике. *Труд и социальные отношения*. 2020. № 2. С. 97-108.

УДК 339.9

Клименко К. В.<sup>1</sup>, Савостьяненко М. В.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>к.е.н., завідувач відділу бюджетної системи ДННУ «Академія фінансового управління», м. Київ, Україна

<sup>2</sup>с.н.с., відділ бюджетної системи ДННУ «Академія фінансового управління», м. Київ, Україна

### **СПІВРОБІТНИЦТВО УКРАЇНИ ЗІ СВІТОВИМ БАНКОМ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ**

В Україні Указом Президента України від 24 лютого 2022 року № 64 «Про введення воєнного стану в Україні», затвердженого Законом України № 2102-ІХ від 24 лютого 2022 року «Про затвердження Указу Президента України «Про введення воєнного стану в Україні» введено воєнний стан [1].

Вже сьогодні, враховуючи всю серйозність конфлікту в контексті впливу на українську економіку і фінансову систему, слід проводити негайні оцінки можливих наслідків, максимально ефективно і впорядковано залучити

міжнародних партнерів (МФО, держав, керуючі органи ЄС та ін.) для повоєнного відновлення економіки України.

У новому прогнозі Світового банку щодо перспектив світового економічного розвитку вказано, що валовий внутрішній продукт України за підсумками 2022 року може впасти на 45,1%, порівняно з попереднім роком. Аналітики очікують на повільне відновлення української економіки. За їхньою оцінкою, у 2023 р. ВВП країни зросте на 2,1 %, а у 2024-му – відповідно на 5,8 %. За прогнозом Світового банку інфляція в Україні у річному вимірі у 2022 р. складе 15 %, а у 2023 – на 4 відсоткові пункти більше – 19 %, тоді як у 2024-му цей показник скоротиться до 8,4%. Так, ще у січні Світовий банк прогнозував для України економічне зростання близько 3 % [2].

Щодо активізації програм співробітництва зі Світовим банком в умовах воєнного стану в Україні, то Рада виконавчих директорів Світового банку схвалила понад 489 млн дол. США позики на політику розвитку під назвою «Додаткове фінансування позики на політику розвитку в умовах надзвичайної економічної ситуації» (Financing of Recovery from economic Emergency in Ukraine - FREE Ukraine) між Україною та Міжнародним банком реконструкції та розвитку.

Зокрема, 350 млн дол. США складатиме кредит Світового банку, 139 млн дол США – кредитні гарантії від Нідерландів та Швеції. Також Світовий банк створив донорський трастовий фонд, до якого приєдналися Великобританія, Данія, Латвія, Литва та Ісландія. Розмір фонду складає 134 мільйони доларів США грантових коштів. Крім того, Японія надасть позику в розмірі 100 млн дол США паралельного фінансування. Позику МБРР надається для покриття фінансових потреб, які виникли в результаті війни, зокрема захист постійних витрат на критичні державні та соціальні послуги та підтримку темпів реформ у рамках умов «Другої позики на політику розвитку у сфері економічного відновлення» (DPL) [3].

Відзначимо, що станом на 11.04.2022 р. Україна отримала від Міжнародного банку реконструкції та розвитку (МБРР) черговий транш на 44,5 млн євро у рамках Угоди про позику «Додаткова позика для Другої позики на політику розвитку у сфері економічного відновлення». Вона є надзвичайно важливою в умовах військового часу. Така допомога дозволить Україні посилити фінансування соціально-гуманітарних напрямків і дозволить забезпечити макрофінансову рівновагу нашої держави. У рамках Угоди дана позика від МБРР надається на бюджетну підтримку для забезпечення першочергових соціальних видатків, а також видатків на охорону здоров'я [4]. Світовий банк готує пакет підтримки для України, яка потерпає від російської війни в розмірі 1,5 млрд дол. США, включно з виплатою 1 млрд дол. США із фонду розвитку для найбідніших країн [5].

Вкрай важливим є вдосконалення або розроблення нормативно-правових актів у сфері забезпечення ефективної міжнародної фінансової співпраці України та з метою подальшого дослідження проблематики: укладення нової Стратегії співробітництва з МФО на середньостроковий період; формування науково-методичного підходу до оцінювання фінансової безпеки України в контексті залучення кредитно-фінансових ресурсів МФО; розробка та прийняття нової Стратегії партнерства України і Світового банку на 2022 – 2026 роки.

### СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Указ Президента України №64/2022 «Про введення воєнного стану в Україні». URL: <https://www.president.gov.ua/documents/642022-41397>
2. War in the Region. URL: <https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/37268/9781464818660.pdf>
3. Україна отримає понад 700 млн дол. США від Світового банку. URL: <https://www.kmu.gov.ua/news/ukrayina-otrimaye-ponad-700-mln-dol-ssha-vid-svitovogo-banku>
4. Україна отримала від Швеції 44,5 млн євро через Світовий банк в рамках Угоди про позику «Додаткова позика для Другої позики на політику розвитку у сфері економічного відновлення». URL: [https://mof.gov.ua/uk/news/ukrayina\\_otrimala\\_vid\\_svitovogo\\_banku\\_transh\\_na\\_44\\_5\\_mln\\_ievro\\_u\\_ramkakh\\_ugodi\\_pro\\_poziku\\_dodatкова\\_pozika\\_dlia\\_drugoi\\_poziki\\_na\\_politiku\\_rozvitku\\_u\\_sferi\\_ekonomichnogo\\_vidnovlennia-3399](https://mof.gov.ua/uk/news/ukrayina_otrimala_vid_svitovogo_banku_transh_na_44_5_mln_ievro_u_ramkakh_ugodi_pro_poziku_dodatкова_pozika_dlia_drugoi_poziki_na_politiku_rozvitku_u_sferi_ekonomichnogo_vidnovlennia-3399)
5. Світовий банк готує 1,5 мільярда доларів допомоги для України. URL: <http://www.golos.com.ua/news/157567>

УДК 330.34:65.011.4:005

Крупа А.Г.<sup>1</sup>

<sup>1</sup>аспірант, кафедра менеджменту організацій та управління проектами, Інженерний навчально-науковий інститут ім. Ю.М. Потєбні Запорізького національного університету, Україна

### **ФОРМУВАННЯ КОНЦЕПЦІЇ ЦИФРОВОЇ ПОЛІТИКИ ЄВРОПИ ЯК ЧИННИК СТАБІЛЬНОГО РОЗВИТКУ**

Європейська комісія оприлюднила бачення та цілі концепції цифрової політики Європи як чинник сталого розвитку, що отримали назву "Цифровий компас-2030", яка є важливою умовою здійснення переходу до стабільної інноваційної політики Європи. ЄС прагне досягти цифрової незалежності у відкритому та взаємопов'язаному світі, для чого буде вести політику, спрямовану на розширення можливостей людей і підприємств, щоб цифрове

майбутнє було людино-орієнтованим, стабільним і благополучнішим. ЄС просуває цифровий порядок денний на міжнародній арені та популяризує ідею узгодження або зближення зарубіжних норм та стандартів з європейськими країнами. В Комюніке пропонується комплекс цифрових принципів, які дозволили б швидко запуснути проекти за участю багатьох країн, для чого необхідно підготувати законодавчі пропозиції. Сучасний розвиток світу демонструє важливість цифрових технологій та навичок для роботи, навчання та виконання інших повсякденних завдань. Європейські країни мають здійснити Європейське цифрове десятиліття так, щоб усі громадяни та підприємства могли отримати доступ до цифрового світу. «Цифровий компас» дає чітке уявлення про те, як цього досягти. За допомогою Цифрового компасу ЄК пропонує розвиток цифрової сфери до 2030 року у вигляді конкретних пропозицій. Вони фокусуються на чотирьох основних напрямках:

1) Громадяни, які володіють цифровими навичками, та висококваліфіковані фахівці у цифровій сфері: до 2030 року принаймні 80% дорослого населення мають мати базові цифрові навички, в ЄС має бути 20 мільйонів практикуючих фахівців у сфері ІКТ, жінки повинні займати керівні позиції.

2) Надійна та стійка цифрова інфраструктура: до 2030 року всі домогосподарства повинні мати гігабітне підключення, а всі населені території мають бути покриті мережею 5G; виробництво сучасних ресурсозберігаючих напівпровідників у Європі має становити 20% світового; 10 000 нешкідливих для клімату периферійних вузлів із високим ступенем захищеності мають бути введені в експлуатацію в ЄС; у Європі має з'явитися перший квантовий комп'ютер.

3) Цифрова трансформація підприємств: до 2030 року три з чотирьох компаній повинні використовувати послуги хмарних обчислень, великі дані та штучний інтелект; більше 90% МСП мають досягти хоча б базового рівня цифрової інтенсивності; кількість стартапів-«єдинорогів» в ЄС має зрости вдвічі.

4) Цифровізація державних послуг: до 2030 року всі основні державні послуги мають бути доступними онлайн; всі громадяни матимуть доступ до своїх електронних медичних карток; 80% громадян мають користуватися технологією електронного посвідчення особи [1].

Міжнародні партнерства у рамках Цифрового десятиліття. ЄС також просуватиме свій орієнтований на людину цифровий порядок денний на міжнародній арені завдяки комплексу заходів, що передбачають співпрацю для вирішення проблем нарощування потенціалу та покращення навичок, інвестування у міжнародне співробітництво та науково-дослідні партнерства; заходів у сфері цифрової економіки, що фінансуються через ініціативи, що

об'єднують держави-члени ЄС, приватні компанії, міжнародні фінансові організації; поєднання інвестицій ЄС та інструментів зовнішньої співпраці та інвестування у покращення зв'язків з партнерами ЄС, наприклад, через створення Фонду розвитку цифрового зв'язку. Цифрові технології мають важливе значення для підтримки економічного та суспільного життя під час кризи, які будуть визначальним фактором для успішного переходу до сталої економіки та суспільства після пандемії. Європейський підхід до цифрової трансформації є також ключовим фактором зміцнення світового впливу ЄС. Рівень фінансування ЄС у рамках механізму відновлення та підвищення стійкості забезпечить безпрецедентний масштаб та інтенсивність співпраці між державами-членами, що є необхідним для успішного здійснення цифрової трансформації. 20% бюджету ЄС на 2021-2027 роки відводиться на витрати, пов'язані з розвитком цифрових технологій у кожній країні. Більшість економік просто занадто малі, щоб окремо конкурувати чи адекватно вирішувати глобальні технологічні проблеми, такі як безпека даних, конфіденційність, вплив штучного інтелекту або влада кількох надзвичайно великих корпорацій. Сьогодні Комісія представляє бачення, цілі та шляхи успішної цифрової трансформації Європи до 2030 року. Амбіції ЄС – бути цифровими суверенними у відкритому та взаємопов'язаному світі та проводити цифрову політику, яка надає людям і підприємствам можливості користуватись цифровим майбутнім. Це включає усунення суперечностей, а також прискорення інвестицій, щоб сформувати у Європі «цифрове десятиліття» [2].

У концепції пропонується узгодити набір цифрових принципів, запустити важливі міжнародні проекти та підготувати законодавчу пропозицію, яка визначає надійну структуру управління, для моніторингу прогресу – Цифровий компас. Цифрова трансформація ставить перед собою глобальні виклики і ЄС працює над просуванням позитивного та орієнтованого на людину цифрового порядку денного у рамках міжнародних організацій та через міжнародне цифрове партнерство. Поєднання внутрішніх інвестицій ЄС із значним фінансуванням, доступних у рамках нових інструментів зовнішньої співпраці, дозволить ЄС співпрацювати з партнерами по всьому світу для досягнення спільних глобальних цілей. Комісія вже запропонувала створити нову Раду з торгівлі та технологій ЄС-США. Сьогоднішнє повідомлення підкреслює важливість інвестування з покращення зв'язку із зовнішніми партнерами ЄС, наприклад, шляхом створення Фонду цифрового підключення. Цифрові технології мають вирішальне значення для підтримки економічного та соціального життя під час коронавірусної кризи, нестабільності. Вони стануть ключовим диференціюючим чинником успішного переходу до сталої економіки та суспільства після пандемії. Європейські підприємства та громадяни можуть

скористатися цифровими можливостями, підвищуючи стійкість і пом'якшуючи залежність на всіх рівнях, від промислових секторів до окремих технологій. Європейський підхід до цифрової трансформації є ключовим фактором глобального впливу ЄС. У своїх висновках у жовтні 2020 року Європейська Рада запропонувала Комісія представила цифровий компас, який визначає амбіції ЄС на 2030 рік. Європейський підхід ґрунтується на трьох основних стовпах для того, щоб Європа скористалася можливістю та надала своїм громадянам, підприємствам та урядам контроль над цифровою трансформацією. Концепція забезпечення цифрової політики Європи як чинник стабільного розвитку націлена на те, щоб: 1) стати глобальним прикладом для наслідування цифрової економіки; 2) сприяти підтримці переходу на цифрову економіку країн, що розвиваються; 3) розробляти цифрові стандарти та просувати їх на міжнародному рівні.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Andriukaitiene Regina, Воронкова Валентина, & Нікітенко Віталіна. Концепт цифрової трансформації електронної освіти у країнах Європейського союзу: європейський досвід. Європейський вектор модернізації економіки в умовах сталого розвитку промислового регіону: монографія / під заг. ред. д.е.н., проф. Метеленко Н.Г. Київ : *InterService*, 2021. С. 72-86.

2. Андрюкайтене Регіна, & Воронкова В.Г. Цифрова трансформація електронної освіти в країнах Європейського Союзу. Розвиток сучасної науки та освіти: реалії, проблеми якості, інновації: матер. II Міжнародної наук.-практ. інтернет-конф. (Мелітополь, 25-27 травня 2021 р.) / ред. кол. : В. М. Кюрчев, Н. Л. Сосницька, М. І. Шут та ін. Мелітополь : *ТДАТУ*, 2021. С.88-91.

УДК 338.27:620.9

Левченко С.А.<sup>1</sup>,

<sup>1</sup>аспірант, Національний університет «Запорізька політехніка», Україна

### **СПРАВЕДЛИВІСТЬ ТРАНСФОРМАЦІЇ ЕНЕРГЕТИЧНОГО СЕКТОРУ ЕКОНОМІКИ ДО НИЗЬКОВУГЛИЦЕВОГО ВИРОБНИЦТВА**

У 2020-2021 рр. впровадження відновлюваних джерел енергії, таких як вітряна та фотоелектрична сонячна енергія, зросло найшвидшими темпами за останні два десятиліття, а продажі електромобілів встановили нові рекорди. У полі зору з'являється нова енергетична економіка, що просувається політичними діями, технологічними інноваціями та зростаючою невідкладністю вирішення проблеми зміни клімату. Технології чистої енергетики стають новим важливим об'єктом для інвестицій та



ареною для динамічного міжнародного співробітництва й конкуренції. Тож, вже зараз ясно, що завтрашня енергетична економіка обіцяє бути зовсім іншою, ніж сьогоднішня [1].

Нова енергетична економіка передбачає різноманітні та часто складні взаємодії між ринками електроенергії, палива та зберігання, що створює нові проблеми, і насамперед, проблеми масштабного інвестування.

Досягнення нульового рівня викидів (рис.1) потребує безпрецедентного збільшення інвестицій у екологічно чисту енергію. Так, щоб світ став на шлях досягнення мети обмеження зростання глобальної температури в 1,5 °С, буде потрібно збільшення щорічних інвестицій у проекти та інфраструктуру чистої енергетики майже до 4 трлн доларів США до 2030 року [1].

Мобілізація таких великих інвестицій буде складним завданням, але інвестиції, необхідні для забезпечення переходу до чистої енергії, відкривають безпрецедентний рівень ринкових можливостей для виробників обладнання, постачальників послуг, розробників та проектних, закупівельних та будівельних компаній по всьому ланцюжку постачання чистої енергії.

Життєво необхідним для прискорення притоку капіталу на підтримку переходу до чистої енергетики в країнах, що розвиваються, що дозволить їм намітити новий шлях розвитку економіки з нижчим рівнем викидів є створення сприятливого середовища для ESG-інвестування. Доки ж його не створено поряд з необхідними реформами політики та регулювання, держава має відіграти вирішальну роль у збільшенні інвестицій в областях, де приватні гравці ще не бачать вигідного для себе балансу ризику та прибутку, а отже, у видатковій частині бюджету держави варто передбачити статтю видатків на інвестування процесу декарбонізації, зокрема, в галузі енергетики.

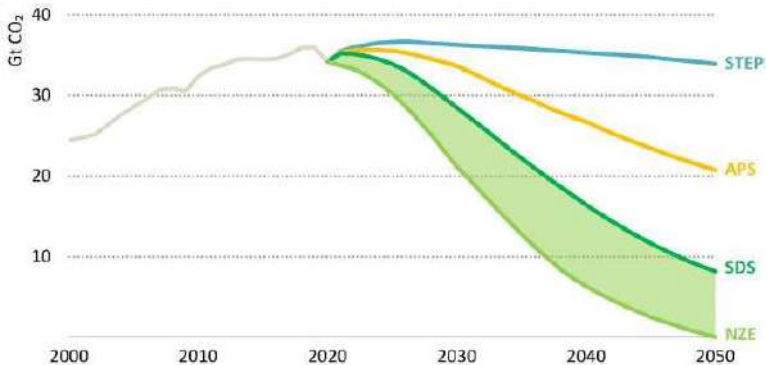


Рис.1 - Викиди CO<sub>2</sub> за сценаріями WEO-2021 на період до 2050 р. [1]

Механізм визначення щорічних видатків бюджету на фінансування означених заходів має формуватись за принципом симбіозу поставлених цілей та відповідальності, тобто за принципом «забруднювач відповідає».

Безперечно принцип «забруднювач відповідає» не є новизною, однак щодо визначення твердих зобов'язань щорічних видатків на фінансування означених заходів до тепер тривають гарачі дискусії, оскільки наразі науковцями пропонується кілька підходів до формування даної статті видатків, зокрема, за:

обсягами фактичних викидів CO<sub>2</sub>;

обсягами викидів у розрахунку на душу населення;

«історичними викидами»;

обсягами споживання продукції (за принципом «споживач платить»);

обсягами фактичних викидів CO<sub>2</sub> з урахуванням викидів під час транспортування експорту продукції та ін.

Безперечно означені підходи є слушними, однак, на нашу думку, більш доцільним є визначення щорічних видатків бюджету на фінансування означених заходів за декарбонізаційним ефектом з урахуванням передісторії та прогнозів економічного зростання галузі та її впливу на довкілля.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. World Energy Outlook 2021. URL: <https://www.iea.org/reports/world-energy-outlook-2021>

УДК 327.57:355 (477)

Лівощко Т.В.<sup>1</sup>

<sup>1</sup>к.е.н., доц., доцент кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності, НУ «Запорізька політехніка», Україна

### МІЖНАРОДНЕ СПІВРОБІТНИЦТВО УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙСЬКОВОГО СТАНУ

Економіка стабільно розвивається при високому рівні забезпечення національної безпеки України, яка залежить, насамперед від ефективності функціонування відповідних органів державної влади, чіткого розподілу відповідальності й повноважень у визначених сферах діяльності та налагодженої взаємодії між ними. З 2016 року в Україні була прийнята Концепція розвитку сектору безпеки і оборони України згідно якої основними напрямками економічного забезпечення сектору безпеки і оборони передбачено:

- визначення на державному рівні довгострокових потреб сектору безпеки і оборони в озброєнні, військовій та спеціальній техніці, іншій продукції військового призначення у мирний час та особливий

період із зазначенням її номенклатури та обсягів з розбивкою за роками;

- створення сприятливих умов для ефективного функціонування і розвитку наукових та науково-виробничих установ, підприємств та організацій, які забезпечують реалізацію воєнно-економічної, воєнно-промислової і військово-технічної політики та визначають науково-технічну і виробничо-технологічну стабільність оборонно-промислового комплексу;
- забезпечення розвитку науково-технічної, технологічної і виробничої бази оборонно-промислового комплексу, створення, виробництва та модернізації озброєння, військової і спеціальної техніки, зменшення залежності України від імпорту продукції військового призначення та подвійного використання, спрямування необхідних фінансових, матеріально-технічних та інтелектуальних ресурсів на виконання основних завдань у пріоритетних напрямках розвитку оборонно-промислового комплексу;
- запобігання військово-технічному і технологічному відставанню України у розвитку основних видів озброєння, військової та спеціальної техніки;
- забезпечення проведення своєчасного і на належному рівні ремонту наявного озброєння, військової та спеціальної техніки, утримання її у боєздатному стані;
- створення системи державного замовлення щодо безперервної підготовки робітничих, технічних та інженерних кадрів для задоволення потреб підприємств оборонно-промислового комплексу;
- забезпечення потреб Збройних Сил України, інших військових формувань та правоохоронних органів продукцією військового призначення відповідно до характеру і масштабів загроз державі, цілей, пріоритетів та завдань воєнної політики (потреб сектору безпеки і оборони);
- удосконалення засад державної політики у сфері військово-технічного співробітництва з іноземними державами, підвищення ефективності міжнародного науково-технічного співробітництва, насамперед з державами - членами ЄС та НАТО;
- розроблення, освоєння і впровадження новітніх технологій;
- забезпечення у рамках виконання Державної цільової програми реформування та розвитку оборонно-промислового комплексу формування поглибленої інтеграції науки та виробництва, проведення раціональної диверсифікації, технічного переозброєння, збереження та розвитку базових і критичних технологій, створення, розширення номенклатури та обсягів випуску

конкурентоспроможної продукції військового і цивільного призначення та подвійного використання для задоволення першочергових потреб сектору безпеки і оборони [1].

В умовах військового стану всі пріоритетні заходи безпеки повинні працювати на можливостях оборонного комплексу України, а також із залученням країн – партнерів з використанням різнобічної міжнародної співпраці з різними організаціями країн світу. Міжнародні режими створюються за ініціативою міжнародних суб'єктів, завдяки узгодженості і реалізації їх очікувань, сукупністю пов'язаних з певними проблемами міжнародних інститутів, які обумовлюються фундаментальними принципами, нормами і процедурами ухвалення рішень. До проблем сьогодення, щодо існування міжнародних режимів у рамках універсальних інституцій, можливо віднести:

а) невирішеність питань у сфері міжнародного миру і безпеки, які вимагають об'єктивно переглянути та посилити інституційну координацію в міжнародних відносинах;

б) фактори залежності від великої кількості учасників переговорного процесу, що ускладнює досягнення порозуміння між суб'єктами та викликає залежність учасників переговорів та урядових осіб від громадської думки в кожній державі тощо [2].

У європейській політиці Рада національної безпеки країни сприяє тому, що саме цивільне керівництво держави, а не представники оборони і безпеки, повинні визначати загрози і приймати рішення в даній сфері, переглядати її цілі, потреби і політику. Як відомо, європейська концепція «Реформування сектору безпеки і оборони» ґрунтується на належному управлінні та його підзвітності. В основних аспектах такого управління виділяються демократичний цивільний контроль над структурами безпеки, розмежування між підходами і механізмами зовнішньої та внутрішньої безпеки, сильне громадянське суспільство. Крім цього, в європейській Концепції особлива увага надається збалансованому розподілу влади між різними інститутами держави. Такий «розподіл праці» розглядається як результат дії правил планування, організації та контролю діяльності в демократичній державі. До двох основних передумов балансу влади належить чіткий розподіл відповідальності за виконання службових функцій і настільки ж чітке визначення обов'язкової підзвітності. При цьому обов'язки кожного суб'єкта, який має відношення до сектору безпеки та оборони країни, мають бути прописані в Конституції або щонайменше у відповідних законах і нормах. В умовах військового стану уряд України дуже швидко приймає рішення та перебудовує діюче законодавство відповідно до практики європейського досвіду.

За результатами проведеного дослідження можливо зазначити наступне: поняття «міжнародне військово-співробітництво» є досить важливим у теорії міжнародних відносин, оскільки є визначальним питанням у взаємодії між державами і міжнародних організацій з метою досягнення спільних цілей у забезпеченні міжнародного миру і безпеки. Умовою розвитку міжнародного військового співробітництва є тривале і стабільне безкризове співіснування держав-партнерів, і лише в такому разі можуть виникати близькі за змістом і навіть спільні інтереси, потреба у реалізації яких визначає стан міжнародного миру і безпеки у світі.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Про рішення Ради національної безпеки і оборони України «Про концепцію розвитку сектору безпеки і оборони України: Указ Президента України [від 4 березня 2016 року] // Відомості Верховної Ради України. – 2016 р. – № 46. – 1477 с. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/92/2016#Text>

2. Анатолій Іванович Лухтан Національний університет оборони України імені Івана Черняхівського, м. Київ, Ukraine . МІЖНАРОДНЕ ВІЙСЬКОВЕ СПІВРОБІТНИЦТВО УКРАЇНИ: ІСТОРИКО-ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ. Військово-науковий вісник. № 27 (2017): [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://vov.asv.gov.ua/article/view/157234>

УДК 338.436

Мединська Т.В.<sup>1</sup>, Маланюк І.Р.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>к.е.н., доцент, доцент кафедри фінансів, економічної безпеки, банківської справи та страхового бізнесу, Львівський торговельно-економічний університет, Україна

<sup>2</sup>здобувач вищої освіти, Львівський торговельно-економічний університет, Україна

## КООПЕРАТИВИ ЯК СУБ'ЄКТИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ ЄС

Кооперативний рух в Європі як рух інтенсивної співпраці, спільного розуміння та взаємної поваги базується на ключових цінностях: демократії, рівності, справедливості і солідарності з людьми.

Кооперативні формування є досить ефективним механізмом побудови громадянського суспільства за умови, що вони відповідають основним міжнародним принципам кооперації [2, с. 99]. Cooperatives Europe – загальноєвропейська асоціація кооперативів, членом якої є також Україна, спирається у своїй діяльності на стабільне міжнародне співтовариство, засноване на правилах і принципах співпраці, яка долає політичні та

культурні бар'єри, підвищуючи процвітання економіки та зміцнюючи безпеку в країнах ЄС.

У Європі налічується понад 160 тис. кооперативних підприємств які працюють у всіх галузях економіки та варіюються за розміром від мікропідприємств до великих компаній, що функціонують на міжнародному рівні. Поряд із асоціаціями та фондами кооперативні підприємства є частиною суспільної економіки Європи.

Економіка ЄС налічує 250 тис. кооперативів, власниками яких є 163 млн. громадян (одна третина населення ЄС) і на яких працює 5,4 млн. людей. Кооперативи мають значну частку на ринку в різних галузях економіки ЄС (рис. 1).

Сільське господарство	Лісове господарство	Банківська справа	Роздрібна торгівля	Фармацевтика та охорона здоров'я
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Нідерланди - 83%</li> <li>• Фінляндія - 79%</li> <li>• Італія - 55%</li> <li>• Франція - 50%</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Швеція - 60%</li> <li>• Фінляндія - 31%</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Франція - 50%</li> <li>• Кіпр - 37%</li> <li>• Фінляндія - 35%</li> <li>• Австрія - 31%</li> <li>• Німеччина - 21%</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Фінляндія - 36%</li> <li>• Швеція - 20%</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Іспанія - 21%</li> <li>• Бельгія - 18%</li> </ul>

Рис. 1. Частка кооперативів на ринку економіки ЄС у 2021 році

*Джерело: складено за даними [1]*

Кооперативи як один із способів організації ведення бізнесу діють у кожному секторі економіки та бувають будь-яких форм і розмірів – від пекарень і вітрових електростанцій, до банків і футбольних клубів, які працюють на користь громадян Європи. Незалежно від того, чи йдеться про появу нових видів економічних відносин, інтеграцію молоді на ринку праці чи провідний енергетичний підйом, кооперативи є ключовими суб'єктами соціальної економіки та пропонують рішення багатьох проблем Європи, відповідаючи на потреби людей.

Cooperatives Europe підтримує кооперативний спосіб ведення бізнесу виступаючи за рівні умови між кооперативами і та іншими формами підприємництва; розширення знань про кооперативну бізнес-модель у Європі та за її межами і сприяння розвитку кооперативних підприємств.

Новий бюджет ЄС на міжнародний розвиток визнає додаткове фінансування кооперативів, тому у 2021 році Європейський парламент схвалив Інструмент сусідства, розвитку та міжнародного співробітництва (NDICI) – Глобальна Європа, завершивши тристоронні переговори між Європейською комісією, Радою та Європейським парламентом. Цей інструмент регулюватиме бюджет ЄС на міжнародний розвиток, фінансовий пакет складає 79462 млн. євро на період 2021-2027 років. Платформа

розвитку (CEDP) виступає за визнання кооперативів як важливого суб'єкта, який сприяє досягненню розвитку зовнішнього середовища ЄС та кооперативну модель у регламенті NDICI – Global Europe [3].

Відповідно країни ЄС зобов'язуються найбільше інвестувати в кооперативи з метою сприяння соціально-економічної та екологічної стійкості в країнах-партнерах з особливим акцентом на викорінення бідності та зменшення соціально-економічної нерівності. Це підкреслює важливість кооперативів як економічних суб'єктів, що сприяють економіці добробуту європейських країн.

Величезні людські та економічні втрати спричинені пандемією, потребують відновлення та сталого розвитку економіки країн ЄС, що вимагають реформ для сприяння підприємництву та соціальної економіки, яка включає кооперативні підприємства, використовуючи при цьому доступні гранти та позики, доступні державам-членам ЄС для кооперативів та інших підприємств.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. European Cooperative Society (SCE). 2022 URL: <https://ec.europa.eu/growth/sectors/proximity-and-social-economy/social-economy-eu/cooperatives>.

2. Мединська Т. В. Податкове стимулювання діяльності сільськогосподарських кооперативів зарубіжних країн: досвід для України. Вісник Львівської комерційної академії, 2013. Вип. 40. С. 98-105.

3. Cooperatives Europe. URL: [https://coopseurope.coop/news\\_article/cooperatives-recognised-eu-development-budget/](https://coopseurope.coop/news_article/cooperatives-recognised-eu-development-budget/).

330.3

Насипайко Д.С.<sup>1</sup>, Куртишан К.М.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>к. е.н., доцент, Центральнотехнічний національний університет, м. Кропивницький

<sup>2</sup> здобувач вищої освіти, Центральнотехнічний національний університет, м. Кропивницький

## ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ

Останніми роками все більше уваги приділяється питанням забезпечення сталого розвитку економіки як на державному, так і на міжнародному рівні, зокрема:

- прийнято Стратегію Європейського Союзу «Європа 2020», Стратегію сталого розвитку «Україна 2020», діє Указ Президента України «Про Цілі сталого розвитку України на період до 2030 року», розроблено

проекти Стратегії сталого розвитку для України до 2030 року, регіональні стратегії розвитку;

- затверджено показники для моніторингу реалізації цілей сталого розвитку;

- здійснюються дії стимулюючого характеру виконавчими органами влади різних рівнів;

- підтримуються проекти по створенню багатостороннього партнерства на регіональному та місцевому рівнях для вирішення проблем сталого розвитку в Україні та ін.

Україна як країна-член ООН приєдналася до глобального процесу забезпечення сталого розвитку, що позначилось на змінах у підходах до стратегічного планування та визначення пріоритетів соціально-економічного розвитку України. Цілі сталого розвитку, які почали діяти з січня 2016 року, є універсальним комплексом цілей, завдань та індикаторів, що встановлюють кількісні орієнтири у соціальному, економічному та екологічному вимірах сталого розвитку України, відтак всі 17 цілей сталого розвитку активно інтегрувались в державну політику [2]. Національна економічна стратегія України у 2021 році поставила в центр всіх рішень розвиток людського капіталу та інновації.

З кожним роком світова спільнота зосереджує все більше уваги на охороні довкілля та забезпеченні сталого розвитку країн і регіонів, оскільки щоразу зростає усвідомлення небезпеки екологічної катастрофи, що загрожує існуванню людства. Керівництвом Європейського Союзу було розроблено чітку політику, що спрямована на фінансову підтримку МСП у контексті використання можливостей «зеленого» бізнесу та ще не до кінця оціненого потенціалу циркулярної економіки. Велика Британія продовжує утримувати лідерство у формуванні глобальної програми щодо зміни клімату та «зелених» фінансів, у т.ч. завдяки участі в міжнародних форумах [4, с. 207].

В 2022 році Україна і весь світ опинилися всередині глобальних викликів. Грунтуючись на своєму багаторічному довірчому партнерстві з Урядом України, Програма розвитку Організації Об'єднаних Націй працює у всіх 24 областях (адміністративних одиницях) України з більш ніж 332 міськими адміністраціями, 15 хабами організацій громадянського суспільства і понад 27 бізнес-об'єднаннями малих і середніх підприємств по всій країні [3].

Зараз, в умовах війни та після неї, найперше бізнес та держава повинні зосередитися на ефективному способі відновлення економіки, відбудувати бізнес на основі світового підходу за критеріями сталості — ESG (environmental, social and governance), тобто екологічним, соціальним і корпоративним управлінням [5].



Державна політика щодо подальшого вдосконалення механізмів сталого розвитку повинна бути скоригована і має включати наступні основні напрямки [1]:

- будівництво нової країни на новому суспільному договорі, де корупція неприйнятна, де права людини і справедливість є найвищим благом;
- замість відбудовування старої інфраструктури і системи державного управління – створення дещо принципово нового: нової міської інфраструктури, нової енергетики і промисловості, нової прогресивної системи освіти, нових адаптивних державних інститутів – і так у кожній сфері;
- розміщення в Україні регіональних офісів глобальних організацій, що дасть можливість створення нової якості інституцій безпеки та сталого розвитку.

### СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Длігач А. Україна майбутнього – погляд з 2030 року. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/03/24/684560/>
2. Резнікова Н., Панченко В. Як уникнути евтаноїї української економіки. URL: <https://tyzhden.ua/Economics/254638>
3. Кожен день без відновлення миру прискорює збіднення України, попереджає ПРООН. URL: <https://www.ua.undp.org/content/ukraine/uk/home/presscenter/pressreleases/2022/every-day-of-delayed-peace-will-accelerate-a-freefall-into-poverty-for-ukraine-warns-undp.html>
4. Руда М.В., Мазурик М.М. Співпраця України та ЄС у сфері сталого розвитку: огляд перспектив. *Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку*. 2021. № 3 (1). С. 204-211.
5. Соколенко А. Інвестиції для бізнесу в умовах війни. Як вижити і бути сталими. URL: <https://focus.ua/uk/opinions/510934-investiciji-dlya-biznesu-v-umovah-viyni-yak-vizhiti-i-buti-stalimi>

УДК: 338.43

Оганісян А.А.<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Аспірант, кафедра економіки, Дніпровський державний аграрно-економічний університет, Україна

### МЕТОДИКА ОЦІНЮВАННЯ ПРОЦЕСУ ТРАНСФОРМАЦІЇ БІЗНЕС-МОДЕЛІ АГРОБІЗНЕСУ ДО «ЗЕЛЕНОЇ ЕКОНОМІКИ»

Для формування ефективної політики трансформації до «зеленої економіки» необхідна надійна інформація про її існуючий прогрес чи гальмування, що можливе за умови розробки чіткої методики їх оцінювання.

Над розробкою даної методики вже не перший рік працює широке коло науковців, однак досягти бажаного результату до тепер не вдалося.

Вперше методика оцінювання процесу трансформації до «зеленої економіки» була запропонована OECD в 2011 р. Фундаментальною основою її розробки стала модель «тиск-стан-реакція». Ініціативу з її запровадження підтримали Германия, Данія, Словенія, Республіка Корея та ін. Однак, із-за масштабності показників вона не набула широкого поширення і тому з часом її було модифіковано за моделлю «затрати-результат», яка безперечно мала численні переваги над попередньою, проте все ж до тепер лишається неадаптованою більшістю країн світу.

Уряди країн очікують на більш спрощену методику оцінювання процесу озеленення економіки. Вирішення даної проблеми вважаємо можливим за умови її побудови за моделлю «економічне зростання-тиск», за якої основним показником для оцінювання ефективності має бути показник ефекту декаплінгу (*Decoupling Index*).

Для доведення істинності даної гіпотези скористаємось даними щодо розвитку галузі скотарства та викидів парникових газів, і насамперед, метану.

Показник ефекту декаплінгу має формуватись за інтегральним підходом, виходячи з темпів зростання викидів від ферментації та поводження з гноєм, а також темпів економічного зростання:

$$DecInd_{int} = \frac{K_{int}}{K_{DF}}, \quad (1)$$

$$\text{де } K_{int} = (T_{int} - 100)\%, \quad (2)$$

$$T_{int} = \sqrt[3]{T_{EPfCH_4} \cdot T_{EPmCH_4} \cdot T_{EPN_2O}} \quad (3)$$

де  $T_{EPfCH_4}$ ,  $K_{EPfCH_4}$  – викиди метану від кишково-кишкового бродіння великої рогатої худоби, %,

$T_{EPmCH_4}$ ,  $K_{EPmCH_4}$  – викиди метану від утилізації гною великої рогатої худоби, %,

$T_{EPN_2O}$ ,  $K_{EPN_2O}$  – викиди закису азоту від утилізації гною великої рогатої худоби, %,

$T_{DF}$ ,  $K_{DF}$  – темпи економічного зростання галузі, %.

Результати розрахунку *Decoupling Index*, який характеризує щільність темпів зростання обсягів виробництва продукції скотарства та темпів його антропогенного тиску на довкілля протягом 1991-2019 р. наведено в табл.1.

Таблиця 1 Динаміка *Decoupling Index* протягом 1991-2019 рр.

Year	DecInd_fCH4	DecInd_mCH4	DecInd_N2O	DecInd_Int
1991	0.3257	0.3001	0.5537	0.3938
1995	0.7338	1.4220	1.2241	1.1319
2000	1.8783	3.0931	1.9721	2.3227
2005	-1.2022	-1.2323	-1.0315	-1.1556
2010	-6.1118	-5.2498	-6.2751	-5.8798
2015	1.4596	1.2809	0.9690	1.2373
2016	0.7229	0.6072	0.9154	0.7487
2017	4.9101	6.3019	3.3683	4.8630
2018	1.8013	1.3713	-6.5408	-0.9902
2019	1.6134	1.5021	1.7467	1.6209

[власні розрахунки]

Керуючись класифікацією типів ефекту декаплінгу За Тапіо, та даними табл.1, зазначимо, що протягом періоду, що вивчався ефект декаплінгу в скотарстві змінювався від *strong negative decoupling* (коли темпи економічного зростання зменшуються, а темпи тиску на довкілля збільшуються) до *weak decoupling* (коли темпи економічного зростання випереджають темпи зростання тиску на довкілля). А отже, маємо всі підстави стверджувати, що протягом періоду, що вивчався в галузі скотарства явище декаплінгу змінювалось стрибкоподібно. Тож, політику трансформації до «зеленої економіки», зокрема, галузі скотарства слід визнати недостатньо ефективною, що потребує на внесення коректив до Стратегії розвитку галузі на період до 2025 р., Плану трансформації України на 2021-2023 рр. та Програми Держпідтримки агробізнесу на 2022 р.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. EaP Green (2016), *Оценка Зеленой Трансформации Экономики: Руководство для стран Восточного Партнерства ЕС*. Париж. URL: [http://www.green-economies.eap.org/ru/resources/EaP%20GREEN\\_GGI%20](http://www.green-economies.eap.org/ru/resources/EaP%20GREEN_GGI%20)

УДК 339

Онешко С.В.<sup>1</sup>, Суха А.С.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>к.е.н., доц., професор кафедри економіки і фінансів, Одеський національний морський університет, Україна

<sup>2</sup>здобувач вищої освіти, Одеський національний морський університет, Україна

## ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ЕКСПОРТНО-ІМПОРТНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Експортно-імпорتنі операції підприємства є складовою зовнішньоторгових операцій та найбільш поширені в міжнародній торгівлі.

Ефективне здійснення експортно-імпортних операцій забезпечує стабільний економічний стан і подальший розвиток господарської діяльності підприємства. Проблема ефективності експортно-імпортної діяльності підприємства залишається актуальною для України й потребує швидкого рішення в сучасних умовах.

Дослідження проблем підвищення експортно-імпортних операцій підприємства проводилось багатьма вченими, такими як: Н. Голованенко [1], О. Калініна [2], К. Решетняк [3] та інші, які здійснили великий внесок у теорію та практику ефективності зовнішньоекономічної діяльності.

На теперішній час Україна опинилася в умовах світового погіршення динаміки зовнішнього та внутрішнього попиту, наслідком якого є російсько-українська війна, перед усім, в основних країнах-партнерах України, різкого зросту цін на світових сировинних ринках, наслідком чого являються санкції, проти країни-агресора, а також тимчасового припинення діяльності в багатьох виробничих сферах, особливо сільськогосподарського виробництва. Так, у 2022 році відбулося суттєве погіршення динаміки розвитку економіки нашої країни порівняно з раніше прогнозованим. Крім того, виникли великі проблеми з економікою, які відчуватимуться поза межами України внаслідок високого рівня світової інфляції. У зв'язку з цим набувають актуальності проблеми управління ефективністю експортно-імпортною діяльністю підприємств. Саме підвищення ефективності розрахунків за експортно-імпортними операціями у зовнішньоекономічній діяльності України та критеріїв їх оцінки сприятиме вирішенню існуючих проблем у зовнішньоекономічній діяльності України.

У літературі використовуються два основних теоретичних підходи для пояснення часу виходу на експортно-імпортний ринок. Так, «теорія процесів» описує інтернаціоналізацію як поступовий процес. Компанії починають без експортно-імпортної діяльності, на наступному етапі реалізуються в спорадичний індивідуальний експорт або імпорт та поступово розширюють свою міжнародну ділову діяльність, поки на останньому етапі вони не здійснюють прямі іноземні інвестиції як багатонаціональна компанія. Істотним фактором у поясненні хронології процесу інтернаціоналізації є наявність матеріальних і нематеріальних ресурсів. Відповідно до цього лише компанії, які накопичили достатньо ресурсів на внутрішньому ринку, можуть зробити крок на зовнішній ринок.

На рівні підприємства управління експортно-імпортною діяльністю включає стратегічні, виробничі, фінансові, інфраструктурні, логістичні, інформаційні та маркетингові питання, такі як: вихід на зовнішній ринок; експортно-імпортні постачання товарів, послуг; фінансово-кредитні операції; залучення до спільних підприємств; міжнародний маркетинг; моніторинг національної економічної політики та світових економічних відносин. Щоб

визначитися зі стратегічно важливими напрямками зовнішньоекономічної діяльності, підприємству необхідно провести порівняльний аналіз рівнів економічного розвитку потенційних партнерів і вивчити політичні, економічні та національно-культурні особливості цих країн. У всякому разі ініціатива компанії виїхати за кордон може бути пов'язана з внутрішніми потребами компанії або пропозиції з-за кордону. І в тому, і в іншому випадках необхідно визначитися з типом і кількістю продуктів експорту та імпорту, через які та в які країни їх здійснювати, на які ринки будуть реалізовані поставки. Для ефективного управління підприємству необхідно визначити ринкову стратегію, яка дозволяє вибрати задовільний варіант серед альтернативних рішень.

Отже, експортно-імпортна діяльність у загальному вигляді є процесом здійснення зовнішньоекономічних зв'язків (включаючи міжнародну торгівлю підприємства, послуги та інше співробітництво) та є важливою складовою економіки країни. В ринкових умовах дієва господарська діяльність підприємства, має велике значення та є головною умовою його подальшого функціонування, а ефективне виконання експортно-імпортних операцій свідчить про подальший розвиток та стабільний економічний стан підприємства.

### **СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ**

1. Голованенко Н. Особливості експортно-імпортних операцій підприємства України. *Вісник Черкаського університету*. 2015. №6(17). С. 60–62.
2. Калініна О. Стан та перспективи розвитку експортно-імпортних операцій підприємств. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2017. № 2. С. 146–149.
3. Решетняк К. Експортно-імпортні операції як основа зовнішньоекономічної діяльності підприємства. *Управління розвитком*. 2017. №3. С. 30–32.

УДК 339.9

Погрішук Г.Б.<sup>1</sup>, Головай Н.М.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>д.е.н., проф., завідувач кафедри фінансів банківської справи та страхування, Вінницький навчально-науковий інститут економіки ЗУНУ, Україна

<sup>2</sup>к.е.н., доц., доцент кафедри економіки, обліку та оподаткування, Вінницький навчально-науковий інститут економіки ЗУНУ, Україна

## **МІЖНАРОДНЕ СПІВРОБІТНИЦТВО У СФЕРІ РОЗВИТКУ МИТНОГО КОНТРОЛЮ ЗА ПЕРЕМІЩЕННЯМ ТОВАРІВ**

Важливою складовою розвитку соціально-економічних відносин в Україні виступає забезпечення належного рівня митної політики та орієнтація на всебічне дотримання міжнародних стандартів Всесвітньої митної організації й Європейського Союзу. Україна прийняла та підтримує європейський вектор зовнішньоекономічної політики. Впровадження безвізового режиму з країнами ЄС сприяло збільшенню кількості українських туристів, які подорожують Європою.

В останнє десятиріччя можемо спостерігати відчутні темпи зростання міжнародного пасажиропотоку, що вже сьогодні переросло у стратегічний напрям транскордонного співробітництва, зміцнення взаємовідносин між країнами та заслуговує на всебічний подальший розвиток і підтримку на державному рівні. Його зростання уможливило збільшення надходжень до державного й місцевих бюджетів, сприяє зростанню рівня зайнятості населення прикордонних регіонів, що покращує в цілому рівень їх життя. Разом з тим, підвищуються ризики проникнення контрабанди через митний кордон, а також незаконного вивезення з країни цінних предметів природної та культурної спадщини. За таких умов зростає значення реалізації належного рівня митної політики на державному рівні, що обумовлює необхідність проведення службовими особами низки функцій, серед яких важливе місце належить митному контролю.

Митний кодекс України (далі МКУ) визначає організаційно-практичні засади здійснення митного контролю в Україні та спрямований на забезпечення сприятливих умов для розвитку економіки, захисту прав та інтересів громадян і суб'єктів підприємницької діяльності, а також забезпечення додержання чинного законодавства з питань митної справи. Зокрема, під час перетину митного кордону України та входу до зони митного контролю подорожуючі особи підпадають під особливий правовий режим, що зобов'язує до виконання визначених державою правил переміщення цінностей через митний кордон України.

Особлива увага митних органів має приділятися потенційним місцям підвищеного ризику здійснення особами неконтрольованого перетину митної території України. Після виявлення таких місць, диференціації їх за ступенем ризику та проведення аналізу економічної доцільності, необхідно приймати

рішення щодо облаштування їх спорудами та засобами митного контролю й організації діяльності окремого структурного підрозділу митних органів.

Під час проходження митного контролю пасажирами, потенційно можуть мати місце зловживання з метою матеріального збагачення в обхід чинних норм та обмежень, що встановлені національними законодавствами певних країн. Під виглядом подорожуючого туриста може приховуватись досвідчений контрабандист. За таких умов, першочерговим заходом митних органів, на наш погляд, має бути можливість здійснення ідентифікації таких осіб з обов'язковою оцінкою ступеня ризику. Зазначене вимагає відповідних законодавчих змін, а саме: криміналізація контрабанди підакцизних товарів; спрощення процедури блокування веб-сайтів, які здійснюють торгівлю контрафактом; запровадження обмеження на реалізацію підакцизних товарів одному покупцю Duty Free на тому рівні, який дозволяє ввозити країна-прибуття; запровадження проведення обов'язкових щоквартальних інвентаризацій магазинів та складів Duty Free, що уможливить фактичне визначення видів та кількості підакцизних товарів та їх документальної відповідності тощо [2].

Отже, під час перетину митного кордону та обрання зони митного контролю пасажирів підпадають під особливий правовий режим, що зобов'язує їх виконувати визначені митним законодавством правила та обмеження, які регламентують порядок переміщення предметів, особистих речей та коштів через митний кордон України та суміжних держав. Застосування тієї чи іншої зони митного контролю, передусім обумовлене об'єктивними чинниками, а саме особливостями підконтрольного товару та вимогами митного законодавства. Водночас, організація митного контролю певною мірою може визначатися й суб'єктивними чинниками: рівнем поінформованості пасажирів щодо відповідних митних правил під час переміщення через митний кордон, досвідом митного службовця в частині виконання саме цієї митної процедури та його професійної обізнаності про обставини переміщення тощо. За таких умов, на наш погляд основним напрямом удосконалення організації митного контролю, є мінімізація суб'єктивних за рахунок об'єктивних чинників.

## **СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ**

1. Митний кодекс України: Закон України від 13.04.2007 р. № 4495-VI. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/4495-17> (дата звернення: 22.03.2022).

2. Офіційний сайт Бюро економічної безпеки України. URL: <https://esbu.gov.ua/news/yak-podolati-tinovij-rinok-tyutyunovih-virobiv-beb-okreslilo-prioritetni-kroki> (дата звернення: 15.03.2022).

УДК: 339.727.3

Помінова І.І.<sup>1</sup>, Андріюк Е.І.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> к.е.н., доцент кафедри економіки та бізнесу, Державний біотехнологічний університет, Україна

<sup>2</sup>викладач-методист вищої категорії ВСП, Техніко-економічний фаховий коледж Дніпровського державного технічного університету, Україна

### **ПОЗИТИВНІ ТА НЕГАТИВНІ НАСЛІДКИ СПІВРОБІТНИЦТВА З МВФ**

Діяльність Міжнародного валютного фонду (МВФ) переважно зосереджена на збереженні збалансованості світової фінансової системи, для чого ним створюється фінансова підтримка антикризових програм для країн-членів Організації, а також їхнє консультування в різних питаннях соціально-економічної, бюджетно-фінансової, валютно-курсової політики тощо. Проте для багатьох експертів питання щодо ефективності співпраці з Міжнародним валютним фондом з точки зору антикризового регулювання і забезпечення економічного зростання країн завдяки наданим ним кредитним коштам залишається дискусійним, а тому і актуальним.

Намагаючись визначити фактори, які впливають на результативність програм допомоги з боку Міжнародного валютного фонду, нами було проаналізовано наукові роботи в даній царині, що дозволило виокремити дві антитегічні точки зору в питанні ефективності впливу Міжнародного валютного фонду на розвиток країни, яка отримує від нього фінансову допомогу.

Одна група дослідників вказує на позитивні наслідки співпраці з МВФ: зменшення потенційної економічної схильності країн до невідповідальної валютно-фінансової політики (Д. Родрік [1]); зменшення ймовірності виникнення банківських криз, спричинених неліквідними обставинами (М. Міллер і Л. Чжанг [2]) та ін. Інша група науковців вважає, що негативні наслідки співпраці країн з МВФ переважають. Наприклад, М. Джорра [3] вважає, що надання позик МВФ країнам, що розвиваються, збільшує ймовірність майбутнього суверенного дефолту на 1,4%. На загрозу банківської паніки внаслідок прагнення позичальників швидше відшкодувати свої позики з обмеженого фонду зі свіжою ліквідністю вказує Д. Зеттелмейер [4].

Треба зазначити, що незважаючи на значні ризики співпраці з МВФ, багато країн світу, включаючи Україну, активізували її у 2020-2021 рр. у зв'язку з посиленням фінансових проблем, спричинених розповсюдженням пандемії COVID-19, що дозволило покращити фінансовий стан в умовах неможливості залучити ресурси на внутрішньому ринку. Стосовно нинішньої ситуації в Україні, коли необхідність дати відсіч російській агресії вимагає величезних фінансових витрат, співробітництво МВФ є безальтернативним. Міжнародний валютний фонд прогнозує, що економіка України цього року



через війну скоротиться на 35%, а **прогноз** для економіки України до 2027 року МВФ взагалі не береться робити через надто високий рівень невизначеності ситуації.

Розпочата Російською Федерацією війна має негативні наслідки для всієї глобальної економіки. Через вторгнення в Україну та санкції Заходу МВФ прогнозує скорочення економіки Росії цього року на 8,5%. Викликаний війною стрибок цін на енергоносії та інші товари посилив проблеми з ланцюжками поставок і підживив очікування стійкішої інфляції, тому наслідки російської агресії будуть відчуватися майже скрізь. Тому МВФ знизив прогноз глобального економічного зростання протягом наступних двох років: очікується, що світова економіка зросте на 3,6% як у 2022, так і у 2023 році, що є різким уповільненням порівняно із зростанням на 6,1% у 2021 році.

В нинішній ситуації для підтримки своєї економіки Україна щомісяця потребує фінансової допомоги у розмірі 5 млрд дол., тому першочерговим завданням є пошук способів заповнити цю прогалину у наступні три місяці. Незважаючи на невизначеність щодо майбутнього України, МВФ вже розпочав роботу над майбутньою кредитною програмою.

Таким чином, можна визначити, що питання наслідків співпраці з МВФ залишається дискусійним. На наш погляд, все залежить від рівня розвитку та інституційної структури країни-позичальника; від способів реалізації механізму надання позик та розміру самої позики; від рівня політизованості і заангажованості даного міжнародного інституту. На сучасному етапі співпраця з Міжнародним валютним фондом є для України безальтернативною.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

- 1.Rodrik D. The Social Cost of Foreign Exchange Reserves. *International Economic Journal*. 2006. № 20(3). P. 253–266.
- 2.Miller M., Zhang L. Sovereign Liquidity Crises: The Strategic Case for a Payment Standstill. *Economic Journal*. 2000. № 110(460). P. 335–362.
- 3.Jorra M. The Effect of IMF Lending on the Probability of Sovereign Debt Crises. *Journal of International Money and Finance*. 2012. № 31. P. 709–725.
- 4.Zettelmeyer J. Can Official Crisis Lending Be Counterproductive In The Short Run? *Economic Notes*. 2000. № 29(1).
- 5.МВФ прогнозує спад ВВП України на 35% цього року, глобальна економіка теж сповільниться. – URL: <https://www.slovovidilo.ua/2022/04/19/novyna/ekonomika/mvf-prohnozuye-spad-vvp-ukrayiny-35czoho-roku-hlobalna-ekonomika-tezh-spovilnytsya> (дата звернення 20.04.2022).

УДК: 339.5

Помінова І.І.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> к.е.н., доцент кафедри економіки та бізнесу, Державний біотехнологічний університет, Україна

## **РОЛЬ СВІТОВОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ ТОРГІВЛІ В СУЧАСНИХ УМОВАХ**

Зростання рівня інтегрованості економіки України в світове господарство спричинило необхідність збільшення її співробітництва з міжнародними економічними інститутами. В зовнішньоторговельній сфері ключова роль належить Світовій організації торгівлі (СОТ), що нині об'єднує 164 країни світу, на які припадає близько 98 % світової торгівлі товарами і послугами [1]. Для будь-якої країни членство в СОТ – це системний фактор подальшого розвитку національної економіки, лібералізація зовнішньої торгівлі, а також можливість експортерам отримати передбачуваний план співпраці на світових ринках та здатність врегулювання поточних торговельних проблем й спірних питань при здійсненні міжнародної торгівлі.

Світова організація торгівлі – провідний міжнародний інститут з формування правил міжнародної торгівлі в сучасній глобальній економіці, а також пов'язаних з нею інших форм міжнародних економічних відносин. Створена у січні 1995 року, СОТ стала правонаступницею Генеральної угоди з тарифів і торгівлі (ГАТТ) – організації, яка проіснувала з 1947 по 1994 рік і нараховувала 128 членів.

Відповідно до Угоди про заснування СОТ (Марракеської угоди) [2] цілями Організації є:

- підвищення рівня життя;
- забезпечення повної зайнятості й значного та постійного зростання реального доходу й ефективного попиту;
- розширення виробництва товарів та послуг і торгівлі ними з урахуванням оптимального використання світових ресурсів відповідно до цілей сталого розвитку;
- прагнення захистити й зберегти навколишнє середовище та поліпшити засоби для досягнення цього в такий спосіб, який є сумісним з їхніми відповідними потребами та інтересами на різних рівнях економічного розвитку.

Після розпочатої з боку Росії війни Україна звернулася до західного світу з закликом встановити ембарго на російський імпорт, щоб унеможливити подальше фінансування російської агресії. Незважаючи на певні перепони 15 березня низка країн-членів СОТ повідомили організацію, що залишають за собою право зупинити дію поступок та інших зобов'язань щодо Росії, які вважатимуть за потрібне, у зв'язку з її військовим нападом на

Україну. Спільну заяву підписали Європейський Союз, США, Канада, а також інші країни «Великої сімки», які мають намір позбавити Росію режиму найбільшого сприяння (РНС) та зупинити переговори про вступ Білорусі до СОТ. Про готовність вводити обмеження проти імпорту з Російською Федерацією (РФ) також повідомили інші країни-члени СОТ, серед яких Австралія, Нова Зеландія, Корея, Ісландія, Молдова, Чорногорія та Албанія [3].

Однією з ключових перешкод для обмеження російського імпорту є членство Росії в Світовій організації торгівлі з 2012 року. При цьому процедури СОТ не передбачають виключення країни-члена з організації. Проте, зупинення режиму найбільшого сприяння де-факто нівелює членство РФ в СОТ та стане глобальною торговою відповіддю за вторгнення в Україну.

Росія, як член СОТ, має режим найбільшого сприяння у торгівлі товарами та послугами з державами-членами організації, тобто має рівний доступ до ринків країн-членів СОТ та гарантоване зниження тарифів. Скасування РНС не означає, що Росія втратить членство в СОТ, але нові санкції зупинять дію преференцій, отриманих Росією від членства в організації. Позбавлення Росії РНС призведе до підвищення мит на імпорт російських товарів та послуг, які не потрапили під ембарго. Фактично російські товари стануть дорожчими та менш конкурентними на зовнішніх ринках. Тепер країни самостійно можуть вводити більші мита на російські товари або ж узагалі забороняти імпорт із Росії. В перший тиждень війни ЄС уже скасував деякі торгові пільги, якими раніше користувалася Росія.

Таким чином, СОТ може виконувати і політичні функції: скасування РНС означає вилучення РФ з «постійних нормальних торгових відносин».

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Україна і СОТ – Єдиний експортний веб-портал. – URL : [https://export.gov.ua/56-ukraina\\_i\\_sot](https://export.gov.ua/56-ukraina_i_sot) (дата звернення: 14.03.2022).
2. Тексти угод СОТ. – URL : <https://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&isSpecial=True&id=dd400b3a-1218-4bb4-9b0e-558f7e9949e3&title=TekstiUgodSot> (дата звернення: 13.03.2022).
3. З агресоном не торгуємо: як Захід розпочав блокування імпорту з РФ. – URL : <https://www.eurointegration.com.ua/articles/2022/03/16/7136049/> (дата звернення: 23.03.2022).

УДК: 339.74

Помінова І.І.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> к.е.н., доцент кафедри економіки та бізнесу, Державний біотехнологічний університет, Україна

## **СПІВПРАЦЯ УКРАЇНИ З МІЖНАРОДНИМ ВАЛЮТНИМ ФОНДОМ В СУЧАСНИХ УМОВАХ**

Розвиток світової економіки стає все менш визначеним, а нестабільність фінансових ринків – хронічною. До багатьох причин мінливості світового розвитку додалися непередбачувані наслідки обмежень, пов'язаних з розповсюдженням пандемії COVID-19, а також розпочата Росією війна проти України, що спричинило дестабілізацію світового фінансового ринку і українських фінансів.

Україна є членом Міжнародного Валютного Фонду (МВФ) із 1992 року. Серед головних цілей співробітництва нашої країни з МВФ називали стабілізацію української фінансової системи, проведення структурних реформ та створення підґрунтя для сталого економічного зростання. Фонд мав допомогти Україні поновити свою фінансову спроможність, підказуючи, як найбільш ефективно впроваджувати програму реформ. Також співпраця з Міжнародний валютним фондом відкрила можливості для залучення фінансування від інших міжнародних фінансових установ та урядів інших держав.

Протягом 2014-2020 рр. з урахуванням трьох програм Stand-by, а також Механізму Розширеного Фінансування (EFF), Україна отримала від МВФ фінансову підтримку загальним обсягом 16,61 млрд дол. [1].

У травні 2020 року в умовах невизначеності внаслідок пандемії коронавірусу МВФ змінив підходи до виділення коштів країнам-членам у напрямку допомоги в рамках короткострокових інструментів. Рішення Ради директорів МВФ щодо схвалення для України нової 18-ти місячної Програми Stand-by та виділення першого траншу за програмою у розмірі 2,1 млрд дол. було прийнято 09 червня 2020 р. Якщо перший транш було отримано Україною 11 червня 2020 року, то другий транш було вирішено виділити Україні тільки 23.11.21. Причинами такої затримки (відповідно до початкового графіка другий транш кредиту мав надійти ще у вересні 2020 року) стали політичні перестановки, скандальні рішення Конституційного суду та рішення влади заморозити ціни на газ.

МВФ завжди прагматично ставиться до співпраці з країнами. Навіть у 2020 році, коли Українська влада вмовляла про нову програму для підтримки економіки в епоху пандемії, фонд не поспішав затверджувати її без додаткових гарантій. Тоді цією гарантією стало ухвалення закону, який вносив зміни до банківського законодавства, унеможливаючи повернення збанкрутілих банків на ринок, а націоналізованих – колишнім власникам.

Тому 19.10.2021 року, на наступний день після завершення роботи місії МВФ, Верховна Рада ухвалила всі необхідні закони для отримання траншу (про посилення незалежності Центрального банку; про приведення статусу Національного антикорупційного бюро до вимог Конституції; зменшення дефіциту держбюджету до 3,5% від ВВП в законі «Про державний бюджет на 2022 рік»).

Рішення про виділення наприкінці 2021 року майже 700 млн дол. кредиту було ухвалено вчасно на тлі ситуації на міжнародних фінансових ринках: прискорення світової інфляції, що спричинило проведення більш жорсткої монетарної політики провідними центральними банками; зростання вартості зовнішніх запозичень для України і зниження привабливості українських цінних паперів серед іноземних інвесторів через новини про підготовку Росії до повномасштабного вторгнення в Україну.

Опір російській агресії затребував від України неймовірних витрат, тому 9 березня 2022 року Рада директорів Міжнародного валютного фонду підтримала виділення для України екстреного фінансування обсягом 1,4 млрд дол. Директорка МВФ К. Георгієва заявила, що «політична реакція української влади на надзвичайні ситуації була вражаючою», насамперед, заходи по збереженню доступності валютних резервів та зменшенню невизначеності щодо обмінного курсу [2]. Україна виконала всі боргові зобов'язання, тому отримує кошти в межах інструменту швидкого фінансування (Rapid Financing Instrument, RFI), який дозволяє швидко отримати доступ до фінансової допомоги тим країнам, які стикнулися з терміновими потребами платіжного балансу, зокрема, внаслідок воєнних конфліктів. Крім того, МВФ працює над підтримкою країн-сусідів, які прийняли українських біженців. Вже зараз МВФ відкрив спеціальний рахунок, який дає безпечний спосіб для післявоєнного фінансування країни для її відновлення.

Отже, співпраця України з МВФ є дуже важливою в сучасних умовах. Звісно, вона провокує зростання державної заборгованості та зниження фінансової безпеки країни, але зараз є вимушеною.

## **СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ**

1. Міжнародний Валютний Фонд. - URL: <https://mof.gov.ua/uk/mvf> (дата звернення: 24.03.2022).
2. МВФ погодив екстрену допомогу Україні в 1,4 мільярда доларів. – URL : <https://konkurent.ua/publication/93876/mvf-gotuetsya-do-vidnovlennya-ukraini-pislya-vyni/>(дата звернення: 18.04.2022).

УДК 338.439

Сергієнко Т.І.<sup>1</sup>

<sup>1</sup>к.політ.н., доц., Дніпропетровський державний університет внутрішніх справ, Україна

## **ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ФАКТОР ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ**

Сьогодні людство вступило в якісно новий період розвитку, який пов'язаний з відповіддю на виклики часу, які потребують у собі як певні можливості так і загрози. Складні та динамічні відносини суспільства з навколишнім середовищем вимагають переосмислення керівництва підприємством у напрямку реалізації основних принципів концепції сталого розвитку економіки [1, с. 32]. Перехід до сталого розвитку - це здійснення комплексу взаємоузгоджених управлінських, економічних, соціальних, екологічних заходів, спрямованих на зміну системи суспільних відносин на засадах довіри, партнерства, солідарності, консенсусу, етичних цінностей, якісного життєвого середовища, національних джерел духовності [3, с. 195].

Щодо національної стратегії економічного розвитку і ефективність їх діяльності то вона стала важливою складовою зовнішньоекономічної діяльності підприємства що визначає геополітичну спрямованість державної економічної політики [2, с. 20]. Тож, актуалізується питання щодо вивчення зовнішньоекономічної діяльності як особливого фактору сталого економічного розвитку країни. Проблемаам щодо формування організаційно-управлінських механізмів зовнішньоекономічною діяльністю підприємства присвячено науці дослідження зарубіжних та вітчизняних вчених: І.Багрова, І.Балабанова, Л.Батченко, В.Васюренко, С.Вовк, Н.Гофман, А.Дем'яненко, О.Кредісова, О.Кузьміна, Л.Михайлова, Н.Редіна, О.Шкурупія, А.Яковлева та інші. Щодо проблем аналізу та оцінки ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства, то значні досягнення у вивчанні мають такі вітчизняні та закордонні вчені, як: О.Анісімова, С.Гринкевич, А.Дем'яненко, М.Дідківський, Г.Дроздова, Є.Єрохіна, Т.Миролюбова, А.Яковлев.

Таким чином, вищезазначені дослідження дають можливість всебічно розглянути шляхи стабілізації та максимізації ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства. Однак, незважаючи на велику науково-дослідну базу, присвячену теорії зовнішньоекономічної діяльності підприємства, сьогодні не всі проблеми вирішені, деякі питання залишаються дискусійними, особливо в контексті сталого розвитку економіки.

Під сталим розвитком економіки розуміють такий розвиток, який задовольняє інтереси власників підприємства, потреби поточного функціонування і розвитку виробництва, створюючи умови для довгострокового стабільного функціонування підприємства і сприяють при

цьому розвитку суспільства і мінімізації негативного впливу на навколишнє середовище [4, с. 148]. Тож, сталий економічний розвиток включає поєднання двох важливих аспектів: визнання пріоритету економічних і соціальних потреб, важливих для виживання найбідніших, одночасно розуміння обмежень, серед яких в тому числі обмеженість природних ресурсів, необхідність більш раціонального й дбайливого ставлення до оточуючого навколишнього середовища [5, с. 108].

Передумовою сталого економічного розвитку є зовнішньоекономічна діяльність підприємства шляхом розширення своєї діяльності на міжнародних ринках та формування нових джерел доходу надходження додаткових виробничих ресурсів, технологій та сучасної організації виробництва. Також, зазначимо, що зовнішньоекономічна діяльність характеризується швидкими змінами та зростанням важливостей на міжнародних ринках.

Таким чином, розглядаючи підприємство, як суб'єкт зовнішньоекономічної діяльності, необхідно мати на увазі, що його необхідно розглядати як складну соціально-економічну систему мікрорівня із своєю внутрішньою структурою різних взаємодіючих елементів. В свою чергу ці елементи мають інтенсивні зовнішні зв'язки та взаємодії, що перебувають в постійному русі і розвитку.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Berezhnaya O., Krainik O., Kuris Y., Sergienko T. Reserves of production efficiency increasing in conditions of globalization. *THEORY AND PRACTICE: PROBLEMS AND PROSPECTS*. SCIENTIFIC ARTICLES. Kaunas, 2019. P. 31-41.
2. Wenger O., Krainik O., Sergienko T. Improving the efficiency of management system in manufacturing companies in market economy. *Вісник Запорізького національного університету*. Економічні науки. 2019 Т. 2. №42. С. 19-23.
3. Krainik O., Sergienko T. Directions of industrial management efficiency improving with use of information resources. *Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії: Збірник наукових праць*, Вип. 75 / Гол. ред. В.Г. Воронкова; Запорізь. держ. інж. акад. Запоріжжя: Вид-во ЗДА, 2018. С. 193 – 204.
4. Крайнік О.М., Сергієнко Т.І. Менеджмент сталого розвитку промислового підприємства. *Управління сталим розвитком промислового підприємства: теорія і практика: колективна монографія* / За ред. д. філософ. н., проф. Воронкової В. Г., д. е. н., проф. Метеленко Н. Г.; МОН України, ІННІ ЗНУ. Запоріжжя: «Видавничий дім «Гельветика», 2021. С. 146-196
5. Сергієнко Т.І. Вимірювання величини і рівня ефективності використання виробничого потенціалу підприємства. *Гуманітарний вісник*

*Запорізької державної інженерної академії: Збірник наукових праць*, Вип. 52.  
/ Гол. ред. В.Г. Воронкова; Запорізь.держ.інж.акад. Запоріжжя: Вид-во ЗДІА,  
2013. С. 107-114.

УДК 339.5

Сергієнко Т.І.<sup>1</sup>, Семченко А.О.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>к.політ.н., доц., Дніпропетровський державний університет внутрішніх справ, Україна

<sup>2</sup>здобувач вищої освіти, Дніпропетровський державний університет внутрішніх справ, Україна

## **МІЖНАРОДНІ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА ЇХ РОЛЬ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ**

Концепція сталого розвитку є розвитком вчення В.Вернадського про ноосферу, ще в першій половині ХХ ст. Концепція ноосфери спрямована на реалізацію ідеї розвитку гармонійних відносин людського життя на основі знань, релігії та філософії [2, с. 148]. Політика ноосферного світорозуміння, виникає на основі світоглядної культури, та означає, що політика визначається сферою розуму, моралі та справедливості, базується на науково-раціональній і морально-справедливій основі, на ноосферних підходах до розвитку суспільства. Ноосфера це новий емоційний стан біосфери, при якому розумна діяльність людини стає вирішальним чинником її розвитку. Для ноосфери характерна взаємодія людини і природи: зв'язок законів природи із законами мислення і соціально-економічними законами. Отже, ноосфера, за В.Вернадським, вимагає якісно іншого підходу до будь-яких процесів які відбуваються в суспільстві: глобального управління планетарними процесами єдиної розумної волі [4, с.121].

Реалії сьогодення свідчать, що доктрина ноосфери є необхідною платформою для розробки трисидної концепції сталого екологічного та соціально-економічного розвитку. Узагальнення цієї концепції було здійснено Світовими самітами ООН за участю понад 180 країн, багатьох міжнародних організацій та провідних науковців у 1992 р. у Ріо-де-Жанейро та 2002 році у Йоханесбургу. Враховуючи роль міжнародних неурядових організацій у впровадженні концепція сталого розвитку [3] О.Новакова робить висновок, що діяльність таких організацій забезпечує участь громадськості для сталого розвитку більше і краще, ніж діяльність державних організацій. Існує чотири основні міжнародні економічні інституції, які мають глобальний вплив і мета яких полягає у досягненні сталого розвитку. До таких організацій належать Світова організація торгівлі (СОТ), Міжнародний валютний фонд (МВФ), Група Світового банку та Конференція ООН з торгівлі та розвитку (ЮНКТАД). Розглянемо більш детально роль кожної міжнародної організації у забезпеченні сталого розвитку економіки:



Світова організація торгівлі була утворена в 1995 р. і є єдиною міжнародною організацією, яка регулює правила глобальної торгівлі між країнами. Основна функція даної організації полягає в тому, щоб торгівля була максимально легкою, передбачуваною та безкоштовною.

Міжнародний валютний фонд був створений у грудні 1945 року. Основним завданням Міжнародного валютного фонду є надання позик країнам, які не мають достатніх валютних резервів і перебувають у дефіциті платіжного балансу [1].

Конференція ООН з торгівлі та розвитку (ЮНКТАД). ЮНКТАД була заснована в 1964 році як один з головних органів Генеральної Асамблеї ООН. Він є форумом для країн, що розвиваються можуть обговорювати питання, пов'язані з економічним розвитком. Щодо Організації Об'єднаних Націй, то зазначимо, що це глобальна, універсальна, багатофункціональна, міждержавна організація. Основна місія Організації Об'єднаних Націй – підтримка міжнародного миру та безпеки. ООН робить це, запобігаючи конфліктам; сприяючи сторонам конфлікту в досягненні миру; виконуючи миротворчу діяльність; створюючи умови для підтримки та зміцнення миру. ООН також сприяє сталому розвитку, захищає права людини та працює задля розвитку та дотримання міжнародного права.

Щодо Світового банку, то зазначимо, що це кредитно-фінансова установа, яка була заснована 1945 року. Його роль полягає у залученні всіх країн до глобальних партнерських відносин. У співпраці з кожною окремою країною Світовий банк допомагає реалізовувати ініціативи, які забезпечують досягнення цілей сталого розвитку.

Таким чином, зазначимо, що глобальні проблеми людства, його подальше існування та розвиток призвели до концентрації зусиль світового співтовариства щодо вирішення питань сталого розвитку економіки. Серед значних та найнебезпечніших загроз людській цивілізації визначилась нестача природних ресурсів, постійна значна втрата людського потенціалу та зростаючі ризики, пов'язані з нерівністю у якості життя, розподілом ресурсів, умовами життя та розвитку тощо. Тож, Міжнародні організації всіляко сприяють досягненню та підтримці сталого розвитку, основна робота для досягнення цих цілей спирається на національний рівень.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Аністратенко Н. В., Мальченко А. В. Роль міжнародних організацій у забезпеченні сталого розвитку. *Ефективна економіка*, 2021. № 6. URL: [http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/6\\_2021/73.pdf](http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/6_2021/73.pdf) (ДАТА ЗВЕРНЕННЯ 27.04.22).

2. Крайнік О.М., Сергієнко Т.І. Менеджмент сталого розвитку промислового підприємства. *Управління сталим розвитком промислового*

*підприємства: теорія і практика: колективна монографія* / За ред. д. філософ. н., проф. Воронкової В. Г., д. е. н., проф. Метеленко Н. Г.; МОН України, ІННІ ЗНУ. Запоріжжя: «Видавничий дім «Гельветика», 2021. С. 146-196.

3. Новакова О.В. Роль міжнародних неурядових організацій в реалізації концепції сталого розвитку. URL: [https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&ccd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKewid5s-x6vPwAhXJg\\_0NHVt4C2sQFjAlegQICxAE&url=http%3A%2F%2Fnbuv.gov.ua%2Fjpdf%2FPolzap\\_2013\\_7\\_4.pdf&usg=AOvVaw0ugKOLSe\\_UQSfiEh6-Lcus](https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&ccd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKewid5s-x6vPwAhXJg_0NHVt4C2sQFjAlegQICxAE&url=http%3A%2F%2Fnbuv.gov.ua%2Fjpdf%2FPolzap_2013_7_4.pdf&usg=AOvVaw0ugKOLSe_UQSfiEh6-Lcus) (дата звернення: 027.04.2022).

4. Сергієнко Т.І., Бабарикіна Н.А. Міжнародні організації та їх роль у вирішенні глобальних проблем щодо врегулювання політичних конфліктів. *HUMANITIES STUDIES: збірник наукових праць* / гол. ред. В. Г. Воронкова. Запоріжжя: Видавничий дім «Гельветика», 2021. Випуск 9 (86). С. 101-108.

УДК 338.001.36

Слюсарь М.Ю.<sup>1</sup>

<sup>1</sup>аспірант, Інженерний навчально-науковий інститут ім. Ю.М. Потебні Запорізького національного університету, Україна

### **ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ЯК ЧИННИК РОЗВИТКУ КРЕАТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ**

Цифрова економіка, заснована на інформації, поступово трансформується в економіку, засновану на знаннях, в якій основним продуктом стає вже не сама інформація, а знання та володіння ними. У зв'язку з цим найбільш цінними стають не ті співробітники, які мають доступ до інформації, а співробітники, які мають певний набір знань. Економіка знань поступово трансформується в креативну економіку – особливий сектор економіки, що ґрунтується на інтелектуальній діяльності, основними характеристиками його є: висока роль нових технологій та відкриттів у різних галузях діяльності людини; високий рівень невизначеності; великий обсяг вже існуючих знань та гостра необхідність генерації нових знань.

Креативна економіка заснована на інтелектуальній діяльності, характеризується нарощуванням у суспільстві креативних цінностей шляхом розвитку творчості та сприятливих йому умов. У спільному Докладі ПРООН і ЮНЕСКО зазначено, що структура креативної економіки істотно відрізняється від структури економіки індустріального суспільства; в її сферу входять розвиток аудіовізуальних процесів, реклама, дизайн, архітектура, декоративне мистецтво, мода, нові засоби масової інформації, сценічне мистецтво, видавнича справа, репродукування творів мистецтва і т. д. Ці галузі трактуються як швидко зростаючі сектора і як важливі джерела

доходів, які вносять величезний внесок у розширення ринку зайнятості і сприяють зростанню експортних надходжень [1]. Креативну економіку відрізняють безперервний інноваційний розвиток, опора на людський капітал, інвестиції в нові технології та проектні розробки, висока наукомісткість виробництва продукції, переважна частка наукомісткої продукції у ВВП країн, висока конкурентоспроможність, спеціалізація та координація суб'єктів господарської діяльності, комплексне виробництво, що має міжгалузевий характер, високий рівень освіти та професійної підцифровізації стане двигуном зростання, інструментом підвищення ефективності економіки, базисом для проривних інноваційних проектів. ІКТ як основа креативної економіки стають основою економічного розвитку країни, створюють передумови для появи нових джерел зростання завдяки зростаючій віддачі від масштабів виробництва, обробці та передачі інформації, ефекту переливу (всепроникне поширення ІКТ у різні галузі національної економіки наводить до підвищення їх ефективності), мережевим зовнішнім ефектам (корисність блага може зростати зі збільшенням кількості його користувачів).

На думку експертів міжнародної компанії в галузі консалтингу та аудиту PricewaterhouseCoopers (PwC), поняття «Індустрія 4.0», яка сприяла розвитку креативної економіки, є три компоненти: 1) цифровізація; 2) інтеграція вертикальних та горизонтальних процесів організації, включаючи логістику; 3) цифровізація продуктів та послуг з метою отримання даних про ефективність їх використання; 4) цифровізація бізнес-моделей взаємодії з клієнтами, у тому числі для формування замовлення для індивідуальних потреб. Розвиток та зміцнення ІКТ-інфраструктури як чинника креативної економіки впливає: посилення інвестиційної активності у сфері, подальша автоматизація та інформатизація бізнес-процесів у компаніях; розвиток людського капіталу в умовах цифрової економіки, створення суспільства, що володіє необхідними цифровими компетенціями та навичками; реальне впровадження цифрових технологій у провідні сектори національної економіки, перетворення діючих традиційних підприємств та банків на так звані «цифрові» підприємства та банки. Лише у країнах Євросоюзу, за офіційними даними, налічується понад 30 національних та регіональних ініціатив з цифровізації. На національному рівні, згідно з інформацією Європейської Комісії, здійснюються такі програми та ініціативи: Австрія – Industrie 4.0 Oesterreich; Бельгія – Made different – Factories of the future; Угорщина – IPAR4.0 National Technology Initiative; Німеччина – Industrie 4.0; Данія – Manufacturing Academy of Denmark (MADE); Іспанія – Industria Conectada 4.0; Італія – Industria 4.0 та Fabbrica Intelligente; Литва – Pramonė 4.0; Люксембург – Digital For Industry Luxembourg; Нідерланди – Smart Industry; Польща – Initiative and Platform Industry 4.0; Португалія – Industria

4.0; Словаччина – Smart Industry; Франція – Alliance pour l'Industrie du Futur; Чехія – Průmysl 4.0; Швеція – Smart Industry. впровадження цифрових технологій державних послуг; цифровізація реального сектора економіки; цифрова трансформація банківського сектора; удосконалення інформаційно-комунікаційної інфраструктури; розвиток людського потенціалу цифрової економіки. Все це є вкладом у розвиток креативної економіки.

## **СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ**

I.Krainik O., & Sergienko T. Directions of industrial management efficiency improving with use of information resources. *Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії: Збірник наукових праць Запоріжжя : ЗДІА*, 2018. Вип. 75. С. 193 – 204.

УДК 338.43:330.34

Срібний М.В<sup>1</sup>.

<sup>1</sup>аспірант, кафедра економіки, Дніпровський державний аграрно-економічний університет, Україна

### **СТРАТЕГІЯ ЕКСПОРТООРІЄНТОВАНОГО РОЗВИТКУ АГРОБІЗНЕСУ УКРАЇНИ ЯК СВІТОВОГО ДОНОРА ВОДНИХ РЕСУРСІВ**

Вітчизняне сільське господарство поступово повертається до моделі розвитку високоінтенсивного індустріального аграрного виробництва. Після катастрофічного занепаду 90-х років ХХ століття та поступового відновлення на початку 2000-х років нині аграрний сектор економіки завдяки інноваціям і сучасним індустріальним технологіям виробництва фактично вийшов на новий рівень економічного розвитку, найкращим свідченням чого є 2021 рік.

Нині агропромисловий комплекс - це важливий сектор національної економіки, який об'єднує різні види економічної діяльності щодо виробництва сільськогосподарської продукції, харчових продуктів, а також доставки їх до кінцевого споживача. У цій галузі формується близько 10,8% валової доданої вартості й майже 9,3 % від усього ВВП. Тому агробізнес є одним зі стратегічних бюджетоутворювальних та експортоорієнтованих секторів національної економіки [1].

Однак, агробізнесу України характерна не лише національна значимість, а й значимість у продовольчому забезпеченні країн світу, оскільки регіони з дефіцитом води і просторовою невідповідністю між водними ресурсами і наявністю орних земель намагаються підвищити свою продовольчу безпеку шляхом закупівлі сільськогосподарської продукції (тобто, імпортуючи «віртуальну воду»), і тим самим зменшити використання

власних водних ресурсів [2]. Так, нині Африка, Європа та Індія представляють найбільших імпортерів «віртуальної води».

Тож, нарощуючи обсяги експорту кукурудзи, пшениці та олійних культур, агробізнес України по суті виступає світовим донором водних ресурсів. Натомість, прогностичні розрахунки групи дослідників [3] вказують на те, що вже в найближчі роки Україна відчуватиме дефіцит водних ресурсів, оскільки за розрахунками ФАО, у 2017 р. в Україні загальний річковий стік становив 1,24 тис. м<sup>3</sup>/рік на одну особу, а в Індії – 1,08 тис. м<sup>3</sup>/рік на одну особу, що нижче від мінімального значення – 1,7 тис. м<sup>3</sup>/рік на одну особу (за оцінками ООН) [2]. У зоні Полісся вже наразі зникли території надлишкового зволоження, а на півдні розпочався процес опустелювання земель. За таких темпів потепління кліматичний водний баланс території України до 2050 року може знизитись на 45-115 мм, а його дефіцит в зоні Степу становитиме 560 мм і більше. З урахуванням цього, територія країни з недостатнім рівнем зволоження збільшиться до 56% і лише 28% території будуть відповідати вологим і надмірно вологим умовам [4]. Тож, Стратегія експортоорієнтованого розвитку агробізнесу України на період до 2030 р. має бути досить виваженою та враховувати прогнози змін показника загального обсягу водозбору у розрахунку на одну особу, який, як відомо, істотно впливає як на обсяги ВВП, так і на рівень попиту на «віртуальну воду» (що зростає в міру зменшення водних ресурсів країни).

Яскравим прикладом підтвердження істинності даної гіпотези є Індія, яка має велику питому вагу загального водозбору на одну особу, однак потребує на імпорт віртуальних водних ресурсів. Така ситуація певною мірою характерна і для України, але нині наша країна ще виступає експортером віртуальних водних ресурсів. Відзначимо, що у 2020 р. Україна вперше в історії перевищила 50 % питомої ваги продовольства та сільськогосподарської сировини в структурі українського експорту від загального експортного потоку. Подальше нарощування аграрного потенціалу України може призвести в майбутньому до потреби в імпорті віртуальних водних ресурсів, а отже, і до набуття Україною статусу імпортера «віртуальної води» [2].

Тож, Стратегія експортоорієнтованого розвитку агробізнесу України на період до 2030 р. має формуватись на збалансуванні обсягів сільськогосподарського виробництва та його впливові на довкілля.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Кернасюк Ю. Агросектор 1991–2021 — у цифрах і фактах. Агробізнес. 2022. URL: <http://agro-business.com.ua/agro/ekonomichniy-hektar/item/24134-ahrosektor-1991-2021-u-tsyfrakh-i-faktakh.html>

2. Федулова С., Дубницький В., М'ячин І., Юдіна О. та Холод О. Оцінка впливу водних ресурсів на економічне зростання країн. *Agricultural and Resource Economics: International Scientific E-Journal*. 2021. №4. С.200-217.

3. Graham N. T., Hejazi M. I., Kim S. H., Davies E. G. R., Edmonds J. A., Miralles-Wilhelm F. Future changes in the trading of virtual water. *Nature communications*. 2020. Vol. 11. 3632. <https://doi.org/10.1038/s41467-020-17400-4>

4. Інформаційно-аналітична довідка про стан водних ресурсів держави та особливості сільськогосподарського виробництва в умовах зміни клімату. URL: <http://naas.gov.ua/upload/iblock/78a/%D0%86%D0%BD%D1%84>

УДК 338.23

Ткаченко А.М.<sup>1</sup>

<sup>1</sup>д.е.н., проф. завідувач кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності НУ «Запорізька політехніка», Україна

### **СТРАТЕГІЯ ПОВОЄННОЇ ВІДБУДОВИ УКРАЇНИ**

Окрім непоправних втрат — тисяч життів мирних українців і наших захисників — ворог завдає колосальних збитків національній економіці. Українська влада на сьогодні оцінює їх щонайменше у \$550-600 мільярдів. Щодня ця сума зростає принаймні на кілька мільярдів доларів. Йдеться про зруйноване й розграбоване росіянами житло, знищені інженерні комунікації, підприємства, транспортну й енергетичну інфраструктуру, про додаткові витрати на оборону та розмінування. А також про прямі економічні втрати від зупинення промислового потенціалу й завод аграрному виробництву, обмеження експорту та про потенційні втрати від невиробленої, не експортованої і не спожитої продукції упродовж щонайменше кількох років після війни [1].

Ситуація в якій опинилась Україна є вкрай важкою, однак вже зараз варто створювати загальну стратегію повоєнної відбудови. Досвід низки країн – Сингапуру, Кореї, Китаю – доводить, що при правильному підході навіть вщент зруйновану економіку можна відбудувати у найкоротші терміни. Не забуваємо при цьому й досвід використання такої загальноєвропейської стратегії як план Маршалла.

Вибір України як точки подальшого економічного зростання стратегії сталого розвитку штовхає бізнес, політиків, наукове співтовариство, пересічних громадян до переосмислення традиційної моделі економіки та необхідності перетворення її з лінійної на кругову, виходячи з принципу сталий розвиток – «взяти, зробити, використати повторно». Лінійна модель економіки заснована на принципі «бери, зроби, марнуй». Тоді як ця лінійна модель є домінантною в Україні з часів промислової революції. Це призвело до низки серйозних проблем, серед яких найбільш масштабною і значимою є проблема утворення твердих побутових відходів [2].

Одним із найважливіших завдань, що стоять сьогодні перед Україною та бізнесом, є перехід від офіційних декларацій щодо виконання міжнародних зобов'язань зі сталого розвитку до їх безпосереднього виконання. І, насамперед, виконувати зобов'язання щодо економічного зростання, охорони навколишнього середовища, забезпечення повної продуктивної зайнятості та гідної праці, тобто виконувати зобов'язання з корпоративної соціальної відповідальності [3, с. 147].

Такий підхід набуває останнім часом особливої важливості для виходу з повоєнної кризи.

### **СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ**

1. Збитки від путіна, або Де брати гроші для відсічі та повоєнної відбудови / 26.04.2022 12:28 // Укрінформ // <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/3467731-zbitki-vid-putina-abo-de-brati-grosi-dla-vidsici-ta-povoennoi-vidbudovi.html>

2. Tkachenko A. Efficiency forecasting for municipal solid waste recycling in the context on sustainable development of economy / Tkachenko A., Levchenko N. // The International Conference on Sustainable Futures: Environmental, Technological, Social and Economic Matters (ICSF 2020) E3S Web of Conferences. 2020. Vol. 166, DOI <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202016613021> (Scopus)

3. Tkachenko A. Evaluation of the efficiency of social investments of metallurgical enterprises according to the decoupling approach / Tkachenko A., Levchenko N. // Науковий вісник НГУ. - 2021. - № 4 (Scopus)

УДК 339.138

Шводиауэр Г.<sup>1</sup>, Перерва П.Г.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>д.э.н., профессор Магдебургского университета Отто-фон-Герике, Германия

<sup>2</sup>д.э.н., профессор, заведующий кафедрой экономики бизнеса НТУ «ХПИ», Украина

### **ЦЕЛИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ - МЕЖДУНАРОДНЫЕ УСИЛИЯ**

Цели в области устойчивого развития (ЦУР) были приняты ООН как всеобщий призыв к действиям по искоренению нищеты, защите планеты и обеспечению того, чтобы к 2030 году все люди жили в мире и процветании. Все семнадцать целей устойчивого развития интегрированы - они признают, что действия в одной области повлияют на результаты в других, и что развитие должно обеспечивать баланс социальной, экономической и экологической устойчивости [1]. Страны взяли на себя обязательство уделять приоритетное внимание прогрессу тех, кто больше всех отстает. ЦУР призваны покончить с нищетой, голодом, СПИДом и дискриминацией в

отношении женщин. Творчество, ноу-хау, технологии и финансовые ресурсы всего общества необходимы для достижения ЦУР в любом контексте.

*Цель 1 - нет бедности.* Искоренение нищеты во всех ее формах остается одной из величайших задач, стоящих перед человечеством. Хотя число людей, живущих в условиях крайней нищеты, за последние десятилетия сократилось более чем наполовину, слишком многие из них все еще борются за удовлетворение самых основных человеческих потребностей.

*Цель 2 - нулевой голод.* За последние два десятилетия число недоедающих сократилось почти вдвое из-за быстрого экономического роста и повышения производительности сельского хозяйства. Многие развивающиеся страны, которые раньше страдали от голода и голода, теперь могут удовлетворить свои потребности в питании. Азия, Латинская Америка и страны Карибского бассейна добились прогресса в искоренении голода.

*Цель 3 - крепкого здоровья и благополучия.* Международное сообщество добилось больших успехов в борьбе с несколькими основными причинами смерти и болезней. Продолжительность жизни резко увеличилась; показатели младенческой и материнской смертности снизились, мы переломили ситуацию с ВИЧ, а смертность от малярии сократилась вдвое.

*Цель 4 - качество образования.* С 2000 года достигнут огромный прогресс в достижении цели всеобщего начального образования. Общий уровень охвата школьным образованием в развивающихся регионах достиг 91 процента, а число детей во всем мире, не посещающих школу, сократилось почти вдвое. Также произошел резкий рост уровня грамотности, и гораздо больше девочек посещают школу, чем когда-либо прежде. Все это замечательные успехи.

*Цель 5 - гендерное равенство.* Прекращение любой дискриминации в отношении женщин и девочек — это не только одно из основных прав человека, это крайне важно для устойчивого будущего; доказано, что расширение прав и возможностей женщин и девочек способствует экономическому росту и развитию.

*Цель 6 - чистая вода и санитария.* Нехватка воды затрагивает более 40 процентов людей, и эта тревожная цифра, по прогнозам, будет расти по мере роста температуры. Хотя с 1990 года 2,1 миллиарда человек улучшили свои санитарно-технические условия, сокращение запасов питьевой воды сказывается на всех континентах.

*Цель 7 - доступная и чистая энергия.* В период с 2000 по 2020 год количество людей, имеющих доступ к электричеству, увеличилось с 78 до 90 процентов, а количество людей без электричества сократилось до 789 миллионов человек.



*Цель 8 - достойная работа и экономический рост.* За последние 25 лет количество работников, живущих в условиях крайней нищеты, резко сократилось, несмотря на продолжительное воздействие экономического кризиса 2008 года и глобальной рецессии. В развивающихся странах средний класс в настоящее время составляет более 34 процентов от общей занятости — это число почти утроилось в период с 1991 по 2020 год.

*Цель 9 - промышленность, инновации и инфраструктура.* Инвестиции в инфраструктуру и инновации являются важнейшими движущими силами экономического роста и развития. Поскольку более половины населения мира в настоящее время проживает в городах, общественный транспорт и возобновляемые источники энергии становятся все более важными, равно как и рост новых отраслей промышленности и информационных и коммуникационных технологий.

*Цель 10 - уменьшение неравенства.* Растет неравенство в доходах: 10% самых богатых имеют до 40% мирового дохода, тогда как 10% самых бедных зарабатывают лишь от 2 до 7%. Если принять во внимание неравенство прироста населения в развивающихся странах, неравенство увеличилось на 11%.

*Цель 11 - устойчивые города и сообщества.* Больше половины из нас живет в городах. К 2050 году две трети всего человечества — 6,5 миллиарда человек — будут жить в городах. Устойчивое развитие не может быть достигнуто без существенного изменения способов строительства и управления городскими пространствами.

*Цель 12 - ответственное потребление и производство.* Достижение экономического роста и устойчивого развития требует, чтобы мы срочно уменьшили наше воздействие на окружающую среду, изменив способы производства и потребления товаров и ресурсов. Сельское хозяйство является крупнейшим потребителем воды в мире, и в настоящее время на орошение приходится около 70 процентов всей пресной воды, используемой человеком.

*Цель 13 - климатические действия.* Нет страны, которая не испытала бы резких последствий изменения климата. Выбросы парниковых газов более чем на 50 % выше, чем 20 лет назад. Глобальное потепление вызывает долговременные изменения в нашей климатической системе, что грозит необратимыми последствиями, если мы не будем действовать.

*Цель 14 - жизнь под водой.* Мировые океаны — их температура, химический состав, течения и жизнь — управляют глобальными системами, которые делают Землю пригодной для жизни человечества. То, как мы управляем этим жизненно важным ресурсом, имеет важное значение для человечества в целом и для уравнивания последствий изменения климата.

*Цель 15 - жизнь на суше.* Жизнь человека зависит от земли в той же степени, что и от океана в плане нашего существования и средств к существованию. Растительная жизнь обеспечивает 80 % рациона человека, и мы полагаемся на сельское хозяйство как на важный экономический ресурс. Леса покрывают 30 % поверхности, обеспечивают жизненно важные места для миллионов видов и являются важными источниками чистого воздуха и воды, а также имеют решающее значение для борьбы с изменением климата.

*Цель 16 - мир, справедливость и сильные институты.* Мы не можем надеяться на устойчивое развитие без мира, стабильности, прав человека и эффективного управления, основанного на верховенстве закона. И все же наш мир становится все более разделенным. Некоторые регионы живут в условиях мира, безопасности и процветания, в то время как другие попадают в циклы конфликтов и насилия. Это не является неизбежным и должно быть решено.

*Цель 17 - партнерство для достижения целей.* ЦУР могут быть реализованы только при наличии сильного глобального партнерства и сотрудничества. Официальная помощь в целях ЦУР могут быть реализованы только при наличии сильного глобального партнерства и сотрудничества. Официальная помощь в целях развития оставалась стабильной, но ниже целевого показателя в 147 миллиардов долларов США в 2019 году. В то время как гуманитарные кризисы, вызванные конфликтами или стихийными бедствиями, требуют дополнительных финансовых ресурсов и помощи.

### **СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ**

1. What are the Sustainable Development Goals? [Electronic resource]. URL: <https://www.undp.org/sustainable-development-goals>
2. Pererva, P., Nazarenko, S., Maistro, R., Danko, T., Doronina, M., Sokolova, L. (2021). The formation of economic and marketing prospects for the development of the market of information services. Eastern-European Journal of Enterprise Technologies, 6 (13 (114)), 6–16.

УДК 336.22

Юрчишена Л.В.<sup>1</sup>, Кравчук К.О.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> к.е.н., доц., доцент кафедри фінансів та банківської справи, Донецький національний університет імені Василя Стуса, Україна

<sup>2</sup> здобувач вищої освіти, Донецький національний університет імені Василя Стуса, Україна

### **ТУРИСТИЧНИЙ ЗБИР В УКРАЇНІ ТА В ЄВРОПЕЙСЬКИХ КРАЇНАХ**

Туризм надзвичайно важлива галузь для нашої економіки. Ця галузь повинна стати додатковим джерелом наповнення для місцевих та державних бюджетів, яка забезпечує реалізацію ринкових механізмів. Приклад країн з

розвиненою туристичною індустрією доводить, що туризм може наповнювати місцеві бюджети у великих об'ємах. За даними Всесвітньої туристичної організації, туристичні країни отримують близько 10-25% від загальних податкових надходжень за рахунок туризму. Туризм становить 8% сукупного валового внутрішнього продукту країни.

Метою дослідження є оцінка динаміки надходжень туристичного збору в Україні та європейських країнах.

Згідно з підпунктом 268.1 Податкового кодексу України, туристичний збір є місцевим збором, кошти якого зараховуватимуться до місцевого бюджету.

Місцеві ради мають право самостійно приймати рішення про встановлення туристичного збору на відповідній території, вирішувати питання про розмір ставки збору в межах розмірів, закріплених законодавством за кожну добу тимчасового розміщення особи у місцях проживання (ночівлі) у розмірі до 0,5% – для внутрішнього туризму та до 5 % – для в'їзного туризму від розміру мінімальної заробітної плати, встановленої законом на 1 січня звітного (податкового) року, для однієї особи за одну добу тимчасового розміщення [1].

За статистичними даними України у 2021 р. до бюджету громад надійшло 244 млн. грн туристичного збору. Цей показник на 86,8% перевищує показник 2020 року, що склав 130,6 млн грн, а також на 20% вищий за аналогічний показник 2019 року – тоді до бюджету надійшли 196 млн грн [4].

До першої п'ятірки лідерів за сплатою туристичного збору в 2021 році увійшли місто Київ, Одеська, Львівська, Київська та Закарпатська область. Київ поповнив бюджет на 68 млн грн за 2021 рік, попри пандемію та карантинні обмеження, столиця показала успішний розвиток туристичної діяльності. Дані фінансові показники є рекордними для Києва. На другому місці знаходиться Одеська область отримавши 26,8 млн. грн, третє місце посіла Львівська область – 23 млн. грн, четверте – Київська область – 15,3 млн. грн, п'яте місце – Закарпатська область, надходження до бюджету якої склали 11,7 млн.грн, що вдвічі перевищує надходження бюджету за 2020 рік, а саме на 5,6 млн грн.

Наразі надходження з туристичного збору в Україні є незначним, порівняно з іншими податками, проте демонструє позитивні тенденції і перспективи відповідно до потенціалу розвитку туристичної галузі.

Аналізуючи туристичний збір в країнах Європейського Союзу можна виокремити підходи до нарахування:

- туристичний збір залежить від вартості готельного номеру;
- встановлення фіксованої суми збору на одну особу, що залежить від кількості ночей;

- прив'язаність до кількості ночей, які турист знімає та кількості осіб, що проживають у номері.

Наприклад, у Болгарії стягується податок з особи за ніч в діапазоні від 0,2 до 1,4 болгарського лева (0,1-0,72 євро). У Греції туристичний податок становить 0,50 євро на людину в день, для тих хто проживає у однозірковому або двозірковому готелі, у тризіркових до 1,50 євро, 3 євро сплачується в готелях з 4 та 5 зірками. У Німеччині кожне місто визначає самостійно ставку туристичного збору. Наприклад, у місті Берліні стягується 5 % від вартості номера, одночасно в Мюнхені взагалі відсутній туристичний збір.

У Бельгії існує цілий ряд податкових зборів, які залежать від міста. В Антверпені існує фіксована ставка у розмірі 2,39 євро з людини за ніч проживання в готелі. Якщо ви зупинитесь в Брюгге, то туристичний податок складе 2,12 євро з людини за ніч. Це стосується усіх туристичних об'єктів, включаючи готелі, гостьові будинки та гуртожитки. Міський податок у Генті становить 3 євро з людини за ніч. У деяких готелях стягується збір у вартість номера, але інші можуть знизити вартість і стягувати плату в якості доповнення. У Брюсселі існує міський податок, який стягується за номер за ніч в залежності від району, розміру готелю і класифікації готелю [3].

Висновок. Отже, за результатами проведеного дослідження визначено, що найбільше туристичного збору в Україні сплатило місто Київ, Одеська, Львівська, Київська та Закарпатська область.

Позитивним прикладом для наслідування справляння туристичного збору в Україні є практика європейських країнах, таких як Болгарія, Греція, Німеччина, Бельгія, в яких ефективно відбувається адміністрування збору і наповнення місцевих бюджетів.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Податковий кодекс України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17/paran6341#n6341>
2. Туристичний збір [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.ukrinform.ua/tag-turistichnij-zbir>
3. Туристичний податок: за що і де його потрібно платити? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://tripmydream.ua/media/layfhak/tyristichnij-podatok-za-scho-i-de-jogo-potribno-platiti>
4. Україна отримала рекорді 244 млн грн туристичного збору [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.tourism.gov.ua/blog/ukrayina-otrimala-rekordi-244-mln-grn-turistichnogo-zboru>

## СЕКЦІЯ 6 «УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВ ЗА СТЕЙКХОЛДЕР-ПІДХОДОМ»

УДК 331.101

Алярова А.В.<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Аспірант, Донецький національний університет імені Василя Стуса, Україна  
**УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ В КОМПАНІЇ: ВИКЛИКИ ВОЄННОГО СТАНУ**

Управління економікою України та окремими її суб'єктами наразі трансформується відповідно до викликів та умов воєнного стану. Відповідно, менеджмент компаній корегує свою діяльність, методи та акценти в управлінні. В Україні 24.02.2022 р. у зв'язку з військовою агресією Російської Федерації Указом Президента України № 64/2022 введено воєнний стан із 05 години 30 хвилин 24 лютого 2022 року строком на 30 діб. На даний момент термін воєнного стану вже двічі продовжено, чинним Указом Президента України від 18 квітня 2022 року № 259/2022 строк дії воєнного стану в Україні продовжено з 05 години 30 хвилин 25 квітня 2022 року строком на 30 діб.

Воєнний стан - це особливий правовий режим, що вводиться в Україні або в окремих її місцевостях у разі збройної агресії чи загрози нападу, небезпеки державній незалежності України, її територіальній цілісності та передбачає надання відповідним органам державної влади, військовому командуванню, військовим адміністраціям та органам місцевого самоврядування повноважень, необхідних для відвернення загрози, відсічі збройної агресії та забезпечення національної безпеки, усунення загрози небезпеки державній незалежності України, її територіальній цілісності, а також тимчасове, зумовлене загрозою, обмеження конституційних прав і свобод людини і громадянина та прав і законних інтересів юридичних осіб із зазначенням строку дії цих обмежень [1].

В умовах воєнного стану суттєвих змін набуває система управління персоналом на підприємствах, в компаніях та організаціях всіх видів економічної діяльності та форм власності. Перш за все, вона має бути адаптована до особливостей організації трудових відносин, що запроваджені Законом України 2136-ІХ від 15.03.2022 р. [2]. Згідно даного Закону, на період дії воєнного стану вводяться обмеження конституційних прав і свобод людини і громадянина відповідно до статей 43, 44 Конституції України (щодо права на вільно обрану зайнятість та права на страйк як спосіб захисту економічних і соціальних інтересів). На період воєнного стану можуть запроваджуватися, зокрема, особливості переведення та зміни істотних умов праці в умовах воєнного часу, особливості розірвання трудового договору (як з ініціативи працівника, так і роботодавця) та його призупинення,

особливості встановлення та обліку часу роботи та часу відпочинку, особливості організації кадрового діловодства та архівного зберігання кадрових документів у роботодавця, особливості залучення до роботи деяких категорій працівників тощо. Зміни можуть відбуватися в сфері оплати праці, залучення до роботи в нічний час, є можливим зупинення дії окремих положень колективного договору та на період дії воєнного стану передбачено надання щорічної основної оплачуваної відпустки тривалістю 24 календарні дні [2].

Отже, практично всі підсистеми корпоративного менеджменту персоналу будуть набувати змін, а акцент в управлінні буде зміщуватися на адміністративні методи та інструменти. При цьому вважаємо, що основними викликами, які стоять перед системою управління персоналом в компанії в умовах воєнного стану є:

фізична загроза життю та здоров'ю працівників під час виконання трудових обов'язків;

зростання ризиків погіршення ментального здоров'я працівників;

відтік персоналу, втрата «кадрового ядра», руйнування продуктивних команд (мобілізація працівників, зарахування працівників до підрозділів ТрО, виїзд працівників в інші регіони України та за кордон тощо);

необхідність переведення працівників на інші умови праці;

скорочення можливості повноцінно фінансувати витрати на персонал;

брак навичок персоналу для роботи в нових умовах та напрямках діяльності.

В системі менеджменту персоналу актуальним стає запровадження антикризових підходів до управління та перехід до антикризової кадрової політики. Керівники різних рівнів повинні мати не лише HR-компетентності, але й навички антикризового управління; надзвичайно зростає роль емоційного інтелекту в управлінні персоналом. Лише за таких умов, український бізнес буде спроможним не просто вижити, а стати потужним підґрунтям для швидкого відновлення держави після завершення активної фази війни.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Правовий режим воєнного стану. URL: [https://wiki.legalaid.gov.ua/index.php/%D0%9F%D1%80%D0%B0%D0%B2%D0%BE%D0%B2%D0%B8%D0%B9\\_%D1%80%D0%B5%D0%B6%D0%B8%D0%BC\\_%D0%B2%D0%BE%D1%94%D0%BD%D0%BD%D0%BE%D0%B3%D0%BE\\_%D1%81%D1%82%D0%B0%D0%BD%D1%83](https://wiki.legalaid.gov.ua/index.php/%D0%9F%D1%80%D0%B0%D0%B2%D0%BE%D0%B2%D0%B8%D0%B9_%D1%80%D0%B5%D0%B6%D0%B8%D0%BC_%D0%B2%D0%BE%D1%94%D0%BD%D0%BD%D0%BE%D0%B3%D0%BE_%D1%81%D1%82%D0%B0%D0%BD%D1%83) (дата звернення 29.04.2022 р.)

УДК 005.962

Базалійська Н.П.<sup>1</sup>, Кліпкова Л.М.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>к.е.н., доцент кафедри управління персоналом та економіки праці, Хмельницький національний університет, Україна

<sup>2</sup>здобувач вищої освіти, Хмельницький національний університет, Україна

### **НЕТВОРКІНГ ЯК КОМУНІКАЦІЙНИЙ ІНСТРУМЕНТ РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ**

Розвиток сучасного світу вимагає розробки нової парадигми поведінки людей в організації. Виходячи з цього, необхідно думати і діяти масштабно, приймати більш обґрунтовані системні рішення, орієнтовані на людські аспекти свідомості. Відповідно алгоритми поведінки людей стають суб'єктами управління, відповідальними за все, що відбувається навколо, формуючи при цьому новий тип організації життя людства. Однією з інноваційних конструктивних ідей, реалізація якої допомагає підприємствам домогтися успіху, є нетворкінг. Нетворкінг – досить нове явище, яке потребує науково-практичного забезпечення, завдяки чому може мати серйозні перспективи розвитку в сучасних умовах бізнесу, що спирається на вибудовування відносин на неформальній основі, довірі, дотриманні високої етики. Нетворкінг вимагає терпіння, йому можна навчитися, але знадобиться план дій і чітко визначені цілі.

В Оксфордському словнику англійської мови слово «нетворкінг» (англ. Networking, net – мережа та work – працювати) має наступні значення: група або система взаємопов'язаних людей або речей; взаємодія з іншими для обміну інформацією та розвитку професійних і соціальних контактів. Нетворкер – особа, яка використовує мережу професійних або / і соціальних контактів для розвитку своєї кар'єри. Дослідження семантики терміну «нетворкінг» дозволяє виділити ключові моменти сучасного успішного нетворкінгу: втілення ідей, прикладання зусиль, наявність зобов'язань по створенню, нарощуванню, використанню власної контактів [1].

Слід зазначити, що у комунікаційній практиці розрізняють позитивний і негативний нетворкінг. Їхня відмінність полягає у цілях, що переслідуються, та підходах, що використовуються підприємцями. Позитивний нетворкінг – це прагнення налагоджувати необхідні зв'язки з метою допомоги й іншому. Такий нетворкінг виступає своєрідним посередництвом (наприклад, рекрутинг, ріелтерство та ін.). За реалізації негативного нетворкінга ставка робиться на вилучення вигоди лише для

самого себе. За таких односторонніх вигод виникає ефект споживацтва як соціального паразитизму.

У нетворкінгові умовно виділяють два великих види:

1. Соціальний нетворкінг – встановлення контактів, які можуть допомогти вирішити якісь побутові, особисті та/або соціальні проблеми. Часто так віднаходять людей зі схожими інтересами, світоглядами, життєвими принципами, функціями і завданнями. Наприклад, мандрівники знайомляться один з одним для обміну інформацією про маршрути, умови проживання/харчування, можливості транспортних сполучень, настрої корінних жителів країн/територій – потенційних місць відвідин.

2. Бізнес-нетворкінг – встановлення ділових контактів, які можуть виявитися корисними для вирішення певних бізнес-завдань: підприємці знайомляться з метою обміну досвідом, пошуку співробітників тощо [2]. Якщо зв'язки відсутні, то побудова бізнес-кар'єри стає важкорезалізованою.

Нетворкінг корисний всім, хто хоче професійно зростати в будь-якому бізнесі. Правильне оточення надає мотивацію, чужий досвід і підказки значно скорочують шлях до вершини, а допомога вашим хорошим знайомим може принести додаткові дивіденди в майбутньому.

Деякі дослідники називають нетворкінг навіть огидним явищем. Науковці Торонтського університету науково довели, що кожен раз, коли ми даємо комусь свою візитівку, ми внутрішньо здригаємося від сорому, що здійснюємо при цьому підлість, оскільки зважуємо, що ми можемо отримати від нового знайомства [3].

Нетворкінг дозволяє обмінятися досвідом, дізнатися про нові послуги, отримати рекомендації, проконсультуватись з того чи іншого питання, вирішити важливу проблему. Крім того, нетворкінг – це ще одна можливість вловлювати важливі тренди в сфері управління персоналом. Постійне спілкування з представниками інших компаній буде тримати менеджера з персоналу в курсі подій і очікуваних заходів, показувати тенденції на ринку праці та в конкретній сфері.

Отже, нетворкінг, як і будь-яке інше явище соціально-економічного життя, має як позитивні, так і негативні сторони свого існування. До позитивних належать такі: поява нових цікавих знайомств, використання зв'язків для вирішення підприємницьких і власних проблем, підтримка у складний період часу, можливість підтримувати і допомагати іншим тощо. Натомість, виділяють і негативну сторону нетворкінгу, а саме: труднощі із комунікаціями у сором'язливих людей; постійне підтримання зв'язків, що є доволі виснажливим емоційним процесом; можливі зловживання знайомством з обох сторін.



## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Turniak G., Antosiewicz W. Praktyczny poradnik networkingu. Zbuduj sieć trwałych kontaktów biznesowych. – Wydawnictwo Helion, Gliwice, 2012.
2. Що таке нетворкінг [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://invest-program.com.ua/shho-take-networking/>
3. Networking: možhno li prozhit bez svyazej? Available at: <http://timesnet.ru/magazine/8/6576>

УДК: 331.101.3:331.108

Вербовська Л. С.<sup>1</sup>, Яцюк О. С.<sup>2</sup>, Тимечко А. О.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> к.е.н., доц., доцент кафедри менеджменту та адміністрування, Україна

<sup>2</sup> асистент кафедри підприємництва та маркетингу, Україна

<sup>3</sup> студент спеціальності «Менеджмент», Україна

Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу

### СУТЬ ТА ПРИНЦИПИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА

Управління персоналом – це систематизоване поєднання взаємопов'язаних та взаємозалежних заходів, які мають на меті ефективну реалізацію процесів управління розвитком підприємства через зростання професійного та кваліфікаційного рівня персоналу підприємства, забезпечення високого рівня мотивації та стимулювання працівників для максимально повного використання їх здібностей. Функції щодо управління персоналом підприємства реалізують такі суб'єкти:

- 1) керівники господарюючого суб'єкта;
- 2) менеджери структурних одиниць господарюючого суб'єкта;
- 3) спеціалісти з управління персоналом господарюючого суб'єкта.

Менеджери структурних одиниць господарюючого суб'єкта реалізують: 1) розміщення працівників на робочі місця; 2) спостереження за навчанням працівників підприємства, належним та вчасним виконанням виконуваних робіт; прийняття на роботу нових працівників; 3) рух по кар'єрних сходинках працівників, звільнення з роботи; 4) створення належних умов для співпраці; прийняття рішень стосовно шляхів розв'язання проблем з працівниками; виявлення напрямів усунення ускладнень; 5) формування сприятливого мікроклімату в колективі; 6) турботу про фізичний та моральний стан працівників.

На малих підприємствах в більшості випадків відсутні відділи кадрів і з цієї причини менеджери структурних підрозділів несуть відповідальність за роботу з персоналом суб'єкта господарювання. В тому числі за прийняття на роботу чи звільнення, за складання графіків виходу працівників, за призначення винагороди та інші). Як свідчить досвід багатьох компаній, в

тому числі зарубіжних, фахівці з управління персоналом потрібні на підприємствах, на яких чисельність персоналу становить від 100 до 150 осіб. В той же час, відділ кадрів доцільно утворити на тих підприємствах, на яких чисельність персоналу становить від 200 до 500 осіб чи більше.

Управління персоналом на підприємстві передбачає послідовну реалізацію таких кроків: 1) розробка та реалізація принципів управління персоналом; 2) розробка та реалізація основних напрямів управління персоналом; 3) забезпечення потреби суб'єкта господарювання у персоналі; 4) розробка та впровадження методів та систем навчання персоналу суб'єкта господарювання; 5) розробка та впровадження систем підвищення кваліфікації персоналу суб'єкта господарювання; 6) формування та практична реалізація політики оплати праці на підприємстві; 7) формування та використання як економічних стимулів, так і соціальних гарантій для працівників підприємства.

На основі вищенаведеного доцільно визначити принципи забезпечення потреби господарюючого суб'єкта в персоналі, які повинні стати дороговказом для менеджера з персоналу в процесі його роботи, зокрема під час: а) дотримання вимог щодо віку працівників; б) дотримання вимог щодо освіти працівників; формування кадрового резерву; в) пошуку претендентів на певну посаду. Формування резерву має на меті підвищити якісні характеристики персоналу підприємства і важливою задачею управління персоналом кожного підприємства.

До основних принципів професійної підготовки персоналу підприємства варто віднести:

- усесторонній розвиток особистості працівника;
- інтенсивне навчання, що має конкретне спрямування;
- широке використання інтерактивних методів навчання працівників;
- залучення до навчання висококваліфікованих фахівців;
- використання методів зворотного зв'язку;
- використання як індивідуальних, так і групових методів навчання;
- використання сучасних технічних засобів навчання працівників.

Компанія оцінює внесок кожного працівника у досягнення поставлених цілей. Оцінка персоналу – це порівняння окремих характеристик працівників (наприклад, професійна кваліфікація працівника, ділові якості).

Основними принципами оцінки персоналу господарюючого суб'єкта є такі принципи: 1) об'єктивності; 2) публічності; 3) ефективності; 4) демократії; 5) єдності вимог; 6) простоти; 7) наочності. Дотримання цих принципів на підприємстві підвищує ефективність поточної та майбутньої оцінок персоналу.

Інструменти управління персоналом, які забезпечують провадження на підприємстві принципів відповідних компонентів управління персоналом

сприяють реалізації загальної концепції управління персоналом. У відповідності до концепції управління персоналом саме персонал являє собою ключове джерело розвитку суб'єкта господарювання.

Загалом фундаментальна база концепції управління персоналом суб'єкта господарювання заснована на зростаючій ролі особистості кожного працівника, виявленні його глибинної мотивації, здатності до самомотивації та спрямування цих факторів для досягнення цілей компанії.

УДК 008.2

Воронкова В.Г.<sup>1</sup>, Череп А.В.<sup>2</sup>, Череп О.Г.<sup>3</sup>

<sup>1</sup>д.ф.н., професор, в.о. завідувача кафедри менеджменту організацій та управління проектами, Інженерний навчально-науковий інститут ім. Ю.М. Потебні, Запорізький національний університет, Україна

<sup>2</sup>доктор економічних наук, професор, декан економічного факультету, Запорізький національний університет, Україна

<sup>3</sup>доктор економічних наук, професор кафедри управління персоналом і маркетингу, Запорізький національний університет, Україна

### **ГУМАНІСТИЧНА ВІЗІЯ В УПРАВЛІННІ ЛЮДСЬКИМИ РЕСУРСАМИ (НА ПРИКЛАДІ ПЕРЕДОВИХ КОМПАНІЙ СВІТУ)**

Актуальність теми дослідження у тому, що в сучасних умовах велику роль та практичне значення має гуманістична візія в управлінні організаціями, яка лишилася бюрократичної компоненти, а місце бюрократії зайняла людина. Вже сьогодні є багато організацій, у яких ми можемо повчитись та імплементувати європейський досвід в українські реалії постбюрократичного майбутнього. Nucor - найбільш інноваційна та стабільно прибуткова сталеливарна компанія світу. *Nucor Corporation* — американська сталелитейна компанія, найбільша в США, яка вже 11-й рік у списку найбільших публічних компаній світу і згідно з *Forbes Global* займає провідні позиції. Вона демонструє, що буде, якщо ми перевернемо ієрархічну піраміду і дамо більше свободи рядовим працівникам. *Haier* – виробник побутової техніки, що базується в Циндао, яка створила культуру, в якій кожного заохочують мислити й діяти як підприємець. Створена в 1984 році, вона значно розширила асортимент продукції і на сьогоднішній день є найбільшим виробником високотехнологічної техніки, представляючи 15 000 моделей продукції: LCD-телевізори, плазмові панелі, DVD-плеєри, мобільні телефони, ноутбуки, пральні машини, посудомийні машини, холодильники, мікрохвильові печі, кондиціонери та ін. (<https://uk.wikipedia.org/wiki/Haier>). І хоч підходи у них різні, обидві компанії радикально змінили традиційні уявлення про управління. Це дуже успішні організації, методи діяльності яких використовуються у європейських компаніях, так як вони змушують

повірити у реальність становлення гуманістичної візії, під якою ми розуміємо людинократію. Якщо подивитись на роботу сталеварів, можна припустити, що м'язи для них важливіші за розум. І дані Бюро статистики це підтверджують, так як фізичні сили та вправність вважають набагато важливішими для сталеварів, ніж творче аналітичне мислення. Можливо, на деяких підприємствах так воно і є, але не в Nucor - найбільшого виробника сталі у США. У Nucor прогрес забезпечується знаннями та самостійністю рядових працівників. Саме ініціативність зробила Nucor лідером у сталеливарній промисловості США і виробила наявність різних навичок для роботи у металургійній промисловості: переміщення об'єктів, точність управління, вправність рук, аналіз даних та інформації, установлення цілей та розробка стратегії, оригінальність мислення, обслуговування клієнтів, розробка обладнання, управління фінансовими ресурсами. Nucor не лише переважає конкурентів за прибутковістю завдяки цьому, компанія вирвалася далеко вперед за ринковою вартістю та обсягами виробництва на одного працівника.

Такі результати – плід корпоративної культури, в якій заслуги цінуються більше за посади, а інновації – більше за слухняність. Nucor робить сталь на мінізаводах, які є більш гнучкими, ніж звичайні комбінати, і коштують дешевше. У 1989 році в Nucor відкрили технологію, котра дозволила виготовляти у чотири рази тонші пластини, ніж було можливо до цього (1,2 мм проти 4,8 мм). З такими пластинами сталь можна було скручувати у фінальну форму не за кілька днів, а за кілька годин завдяки вправності та навичкам працівників. Працівники Nucor – це душа компанії, ініціативні робітники, які живуть інноваціями і плинність кадрів є тут найменшою. Секрет Nucor – радикально нова висхідна організаційна модель, у якій звичайна людина здатна творити неймовірні речі. Nucor – надзвичайно децентралізована організація, яка складається з 75 підрозділів, які діють окремо, але змагаються спільно. Середньостатистичний підрозділ має прибуток у 330 мільйонів доларів і працює на одному чи двох заводах. Ці команди самостійно займаються закупівлями, виробництвом, комплектацією штату. До того ж кожна з них відповідає за створення попиту на продукцію та пошук клієнтів [1]. Кожен підрозділ стежить за своїми прибутками та витратами, завдяки такій децентралізації сформувався підприємницький дух, де працівники обговорюють постійно нові комерційні можливості. Найкраще – коли вдається щось зробити без того, щоб згори вам пояснювали, як діяти; план придумують самі працівники, як діяти, так як вони всі відповідальні за фінансову ефективність підприємства. У Nucor постійно повторюють, що рішення мають «йти знизу», головний офіс розглядає лише значні фінансові запити і затверджує мінімальну платню та мінімальні стандарти якості роботи підрозділів. Головне для працівників – це свобода і відповідальність.

У своїй системі виплат Nucor акцентує увагу перш за все на інноваціях, які максимізують прибутковість і зростання. Поки конкуренти думають, що найшвидший спосіб розвитку – це інвестиції, то Nucor роблять ставку на уяву своїх працівників. У Nucor прибутки компанії прив'язані до продуктивності її роботи, а працівники мають у зв'язку з цим гарну мотивацію праці. Дуже важливо, що бонуси отримують команди, а не окремі працівники, які складаються з 20-30 робітників. Колективні бонуси заохочують спільне розв'язання проблеми, що має колосальну вагу в індустрії, де всі завдання дуже взаємопов'язані. Тому усі хочуть перевищувати планку й отримувати солідні бонуси. Мої проблеми – це спільні проблеми, які ми розв'язуємо разом. З урахуванням бонусів працівники Nucor хочуть перевищувати планку й отримувати солідні бонуси. Ніхто в Nucor не чекає наказів згори, а зазвичай, ідеї народжуються «вниз». Чіткі і послідовні цілі Nucor покликані мінімізувати можливості для політичних ігрищ. Прості і зрозумілі цілі зменшують потребу в оцінюванні роботи команди, тому кожен отримує винагороду, коли компанія добре працюватиме, а працівники даної компанії більш технічно та комерційно підкуті, ніж їхні колеги з інших компаній. Члени команд розуміють: аби працювати ще ефективніше і генерувати попит, вони мають розв'язувати якомога складніші задачі.

Отже, вони розумнішають і як особистості, і як колектив. У Nucor наймають людей, які хочуть зробити кар'єру, а не перебитись тимчасовим заробітками, і на протязі своєї кар'єри вони поступово нарощують арсенал своїх знань і вмінь. Відповідно, компанії шукають тих, хто хоче вчитись [2]. Процес відбору передбачає стандартизований двогодинний тест на вміння розв'язувати завдання, співбесіду з психологом, остаточне рішення ухвалюють майбутні колеги. Акцентується увага на винахідливості та самостійності кандидата, від кожного вимагають багато вмінь та навичок, але при цьому дбають про них. Працівники Nucor вчаться виконувати різні ролі, розуміють суть всього виробничого процесу. У багатьох підрозділах працівники виходять на роботу у вихідні та вчаться виконувати іншу роботу, а за це отримують додаткову платню. Зазвичай, за рік понад 20 відсотків працівників здобувають навички, не пов'язані з їхніми основними обов'язками, а якщо брати початківців, то ця цифра ще більша. Найкращий спосіб підняти кар'єрними сходами у Nucor – попрацювати у різних цехах чи навіть на різних заводах. Вчити людей виконувати різні ролі – це безпрограшний план, так як для окремого працівника зміна роботи та новий колектив - це завжди цікаво. Своєю чергою Nucor отримує робітників, які вміють розв'язувати багато завдань, зокрема розвиває у працівників комерційні навички та сприяє вихованню ділової хватки. Компанія робить все необхідне для того, щоб у людей був якісний стартовий майданчик для досягнення успіху і працювала модель заохочення особистісного зростання,

тому ставляться до людей як людських ресурсів. У більшості організацій координація між підрозділами – це завдання спеціальних служб, які відповідають за стандартизацію робочих процесів, розподіл ресурсів тощо. У Nucog координація, як і все інше, розпочинається знизу, а щільна мережа зв'язків між працівниками дає змогу координувати взаємодію найвіддаленіших підрозділів без втручання згори. Коли окремим підрозділам треба щось вирішувати, то вони формують команди, а мережі, які являються найкориснішими, стають мало не постійними. Зробимо висновок, що металургійна промисловість - дуже привабливий сегмент ринку, у якій розвинене ощадливе виробництво. На кожному заводі працівники працюють над розвитком своїх підприємств, сприяють формуванню відповідних навичок і вмінь, якими повинні володіти співробітники компанії. Ефективна співпраця можлива лише за умови прозорості, довіри та самовіддачі працівників, тому компанія заохочує працівників «ділитись усім з усіма». Прозорість створює здорову конкуренцію між підрозділами, так як люди віддаються роботі лише в атмосфері довіри, вони знають, що працюють в організації, яка цінує справедливність, чесність та вірність. Працівники не випадково називають Nucog своєю родиною, так як тут немає вертикалі управління, а є вертикаль довіри, тому що люди - це головний людський капітал і ресурс. Компанія Nucog покладається на природний порядок речей, адже немає нічого кращого за команду людей, об'єднаних спільним інтересом, де панують гуманістичні підходи до людей [3].

Публікацію здійснено у контексті виконання завдань проекту «Диверсифікація сільського туризму через збалансованість та креативність: поширення європейського досвіду в Україні»/«Diversification of rural tourism through sustainability and creativity: disseminating European experience in Ukraine» (DIRUT) 620720-EPP-1-2020-1-UA-EPPJMO-MODULE за підтримки Програми Erasmus+: Jean Monnet Європейського Союзу, що реалізується у Запорізькому національному університеті (2020-2023).

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Воронкова В.Г., Нікітенко В.О., Череп А.В., Череп О.Г. Європейська гуманістична візія в управлінні людським розвитком як основа досягнення прогресу. Modern trends in science and practice. Volume 1 : collective monograph / Compiled by V. Shpak; Chairman of the Editorial Board S. Tabachnikov. Sherman Oaks, California : GS Publishing Services, 2021. С.24-30

2. Воронкова В. Г., Череп А.В., Череп О.Г. Європейська візія пізнання людини як найвищої цінності гуманізму. Modern trends in science and practice. Volume 2 : collective monograph / Compiled by V. Shpak; Chairman of the Editorial Board S. Tabachnikov. Sherman Oaks, California : GS Publishing Services, 2022. С.71-80

3. Череп А.В., Воронкова В.Г., Череп О.Г. Humanocracy as a factor of improving human resources management in organizations. humanities studies : Collection of Scientific Papers / ed. V. Voronkova. Zaporizhzhia : Publishing house "Helvetica", 2022. 10 (87). С. 134-141.

УДК 338.43:330.131.5

Воронкова В.Г.<sup>1</sup>, Дерябіна Т.В.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>доктор філософських наук, професор, в.о. завідувача кафедри менеджменту організацій та управління проектами, Інженерний навчально-науковий інститут ім. Ю.М. Потебні Запорізького національного університету, Україна  
<sup>2</sup>здобувач вищої освіти, Інженерний навчально-науковий інститут ім. Ю.М. Потебні Запорізького національного університету, Україна

### **КОНЦЕПЦІЯ УПРАВЛІННЯ ЛЮДСЬКИМ КАПІТАЛОМ ЯК ЧИННИК СТАЛОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ ТА СОЦІАЛЬНО ЗГУРТОВАНОГО СУСПІЛЬСТВА**

Концепція розвитку людського капіталу – це глобальна ініціатива, покликана сприяти прискореному здійсненню більш масштабних та ефективних інвестицій у людей з метою зміцнення соціальної справедливості та забезпечення економічного зростання. Станом на січень 2021 року 79 країн з різним рівнем доходу розробили за підтримки Групи Світового банку стратегічні підходи, які дозволили їм радикальним чином покращити результати у сфері розвитку людського капіталу, приділяючи пріоритетну увагу розширенню прав та можливостей жінок, ефективному використанню потенціалу нових технологій та прискоренню впровадження інновацій. У цьому проекті приділялася особлива увага таким аспектам, як становище дітей молодшого віку, підвищення стійкості вразливих груп населення до потрясінь.

Концепція розвитку людського капіталу націлений на сприяння взаємодії між державами, що приділяють пріоритетну увагу проблемам людського капіталу, передачі експертних знань та досвіду туди, де вони найпотрібніші. Розвиток людського капіталу знаходиться у центрі глобальної стратегії розвитку. Захист людей та інвестиції в них – один із трьох основних напрямів діяльності задля досягнення цілей, що стоять перед країнами ЄС – викоринення крайньої бідності до 2030 року та прискореного забезпечення загального добробуту у всіх країнах [1]. Ця робота є невід'ємною частиною зусиль щодо сприяння сталому економічному зростанню на користь всіх верств населення та підвищенню стійкості всіх країн, що розвиваються. Інвестиції у людей шляхом покращення якості харчування, медичної допомоги, забезпечення якісної освіти, створення робочих місць та навчання професійним навичкам сприяють розвитку людського капіталу, а це є

ключовою умовою для викорінення крайньої бідності та побудови соціально згуртованого суспільства.

Як зазначається у Доповіді про світовий розвиток «Зміна характеру праці» (2019), рівень затребуваних на ринку праці професійних навичок швидко змінюється, що створює як нові можливості, так і нові ризики. Існують численні свідчення того, що без розвитку людського капіталу країни не зможуть ні досягти сталого економічного зростання на користь усіх верств населення, ні підготувати контингент працівників, які будуть готові зайняти робочі місця майбутнього, що вимагає підвищеної кваліфікації, ні ефективно конкурувати у сфері світової економіки. Незважаючи на безпрецедентні успіхи у сфері розвитку людського потенціалу, досягнуті за останні 25 років, серйозні проблеми залишаються, особливо у країнах, що розвиваються. У 2019 році більше п'ятої частини всіх дітей молодшого віку страждали на низькорослість (мали низький для свого віку зростання – показник ризику розвитку фізичних недоліків або когнітивних розладів). Нинішня глобальна пандемія показала, що ще більше може збільшитися кількість дітей, які страждають низькорослістю. Багато країн переживають кризову ситуацію у сфері навчання, яка гальмує їх економічний розвиток. Згідно з даними, у деяких країнах діти на кілька років відстають за обсягом отриманих знань від своїх однолітків з інших країн, які відвідують школу протягом такої ж кількості часу. Пандемія, в умовах якої багато дітей вибули зі шкіл і отримали менше знань, посилила цю ситуацію. Пандемія COVID-19 викликала серйозні перебої у наданні найважливіших медичних послуг, включаючи планову вакцинацію та медичну допомогу дітям. У найбідніших країнах світу четверо з кожних п'яти осіб, які живуть у бідності, знаходяться поза сферою охоплення систем соціальної допомоги, що робить їх вкрай уразливими до потрясінь. Згідно з першим виданням Індексу людського капіталу (ІЧК), опублікованому Групою Світового банку в жовтні 2018 року і оновленому в 2020 році, продуктивність майже 60% дітей, що народилися сьогодні, складе, у кращому випадку, половину від тієї, якої вони могли б досягти за наявності повної освіти та повноцінного здоров'я. Це свідчить про глибоку кризу у сфері людського капіталу і може серйозно позначитися на економічному зростанні та здатності світової спільноти спільно покінчити до 2030 року з бідністю. Дефіцит людського капіталу має небезпечну тенденцію до посилення на тлі швидких глобальних змін у сфері технологій, демографії, нестабільності та клімату. Конфлікти і пандемії можуть мати вкрай згубний вплив на людський капітал, забираючи життя людей, знищуючи джерела доходів, погіршуючи якість харчування та викликаючи перебої у наданні основних послуг охорони здоров'я та освіти [2]. Ці наслідки будуть, очевидно, проявлятися протягом усього життя багатьох, знижуючи їх продуктивність.



Тим часом існує безліч прикладів швидкої трансформації людського капіталу – наприклад, у таких країнах, як Сингапур, Республіка Корея та Ірландія, а також досягнення деякими з найбідніших країн світу визначних успіхів. Пандемія COVID-19, у ході якої країни намагалися боротися з вірусом, рятувати життя людей і відновлювати свою економіку, загрозувала звести нанівець усе, що було досягнуто у сфері розвитку людського капіталу за десятиліття, та змусила ціле покоління наздоганяти втрачене. Більшість дітей – понад 1 млрд людей – не відвідували школу через COVID-19. Тенденція до зниження рівня навченості, закриття шкіл або ризик вибути з них посилюється і сьогодні. З країн з низьким та середнім рівнем доходу надходять повідомлення про серйозні перебої з наданням найважливіших медичних послуг, таких як вакцинація та медична допомога дітям.

Пандемія збільшила ризики гендерного насильства, що ще більше звужує можливості навчання жінок і дівчаток та розширення їхніх прав та можливостей. Якщо не вжити термінових та масштабних заходів, у тому числі й тих, про які йдеться в аналітичній доповіді Protecting People and Economies («Захист населення та економіки»), то спричинене пандемією нинішнє погіршення ситуації у сфері охорони здоров'я, освіти, професійної підготовки та забезпечення можливостей може у майбутньому поставити під питання відновлення економіки та добробуту цілих країн. На тлі швидкого поширення пандемії у країнах, що розвиваються, Група Світового банку надала рекордні обсяги допомоги – потенціал фінансування на період до кінця червня 2021 року досяг 160 млрд дол. США. Допомога повною мірою враховувала характер потрясінь, що переживаються країнами у галузі охорони здоров'я, в економіці та соціальній сфері. Так, наприклад, Банк допоміг Індії нарощувати масштаби надання грошової допомоги та продовольчої допомоги, спираючись на низку діючих національних платформ та програм, щоб забезпечити соціальний захист більшості населення країни.

Таким чином, концепція управління людським капіталом як чинник сталого розвитку економічного зростання та соціально згуртованого суспільства сприяла допомозі уразливих категорій населення, допомогла країнам готуватися до сталого відновлення, акцентувала увагу на вдосконаленні державного управління та інституцій, проведенні ключових реформ управління фінансами та виявленні можливостей для «зеленого» зростання економіки та низьковуглецевого розвитку [3].

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Krainik O., & Sergienko T. Directions of industrial management efficiency improving with use of information resources. *Гуманітарний вісник*

*Запорізької державної інженерної академії: Збірник наукових праць Запоріжжя* : ЗДІА, 2018. Вип. 75. С. 193 – 204.

2. Ткаченко А.М., Круглікова В.В. Вплив регіональної політики на конкурентоспроможність регіонів України. Економічний вісник ДВНЗ УДХТУ, 2021, № 1 (13). С. 14-25.

3. Воронкова В.Г., Нікітенко В.О., Череп А.В., & Череп О.Г. Європейська гуманістична візія в управлінні людським розвитком як основа досягнення прогресу. Modern trends in science and practice. Volume 1 : collective monograph / Compiled by V. Shpak; Chairman of the Editorial Board S. Tabachnikov. Sherman Oaks, California : GS Publishing Services, 2021. С.24-30.

УДК 658:316.46

Воронкова В.Г.<sup>1</sup>, Ляшенко Р.П.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> д.ф.н., доц., професор кафедри менеджменту організацій та управління проектами, Інженерний навчально-науковий інститут ім. Ю.М. Потебні Запорізького національного університету, Україна

<sup>2</sup>здобувач, Інженерний навчально-науковий інститут ім. Ю.М. Потебні Запорізького національного університету, Україна

### **УДОСКОНАЛЕННЯ КЕРІВНИЦТВА, ЛІДЕРСТВА, СТИЛІВ УПРАВЛІННЯ ЯК ЧИННИКІВ ПІДВИЩЕННЯ ІМІДЖУ ПІДПРИЄМСТВА**

Актуальність дослідження удосконалення керівництва, лідерства, стилів управління як чинників підвищення іміджу підприємства відіграє велику роль, так як завдяки цьому підприємство успішно керує всіма процесами, виходить з кризи і використовує найуспішніші стилі менеджменту та їх характерні риси. Активність команди часто залежить від стилів управління керівників та типології стилів керівництва, так як існує багато способів, за допомогою яких лідер може керувати командою і найчастіше вибирає спосіб, який дає максимальну продуктивність. Багато у чому стиль керівництва залежить від особистості керівника, який може скористатися різними стратегіями, щоб досягти сильних результатів [1].

Управлінська решітка Блейка-Моутона, яку розробили Джейн Моутон та Роберт Блейк у 1960-х роках минулого століття, яку називають сіткою лідерства. Управлінська решітка є системою, яка звернена на характер особистості керівника. Управлінська система показує, наскільки сильно лідер зосереджений на завданнях у порівнянні зі своєю орієнтованістю. Виділяють 5 комбінацій даних складових та наступних стилів керівництва. Управлінська решітка ґрунтується на двох поведінкових вимірах:

1) турбота про результат, у розрахунок якої приймаються поставлені цілі, ефективність роботи та ступінь продуктивності;

2) турбота про співробітників, та як у розрахунок приймаються потреби команди та особистісного зростання кожного працівника. Лідер повинен враховувати ці критерії, приймаючи рішення про способи виконання завдань.

На цій основі виділяють стилі лідерства.

1. Поганий менеджмент: слабка мотивація та слабкий результат, коли керівник, який байдуже ставиться до діяльності компанії, є неефективним. Йому не цікаво вибудовувати певну систему для роботи та створювати мотивуюче середовище для своїх співробітників, що завжди призводить до незадоволеності працівників і, як наслідок, їхньої дезорганізації.

2. Менеджмент «зроби або помри»: слабка мотивація та великий результат. Керівники мають авторитарний та жорсткий характер, вони впевнені, що команда є лише засобом для досягнення поставлених завдань, а головне - продуктивність співробітників, їхні інтереси та потреби, які мають вторинне значення. Такі лідери егоцентричні, вони встановлюють суворі розпорядки на роботі, детально розробляють політику компанії та часто запроваджують систему покарань (штрафи, позбавлення премії тощо), щоб мотивувати працівників. У цій системі передбачається, що члени команди ліниві і не хочуть працювати належним чином. На старті дана система може показати дуже добрі виробничі результати, однак з часом все піде на спад, оскільки відсутність командного духу і невмотивованість негативно позначаться на продуктивності. Особливо сильно керівник цінуватиме високоєфективних співробітників і зробить все можливе, щоб утримати їх. [2].

3. Помірний менеджмент: середня мотивація та середній результат, коли лідер балансує між мотивацією працівників та результатами компанії і на перший погляд ця стратегія може здатися ефективною, проте це не так. Керівник середнього рівня завжди йде на компроміси, через що він не в змозі закрити потреби працівників і досягти великих цілей, команда завжди показує середні результати і не прагне вищих.

4. Емпатичний менеджмент: велика мотивація та слабкий результат, який характерний для м'яких менеджерів, для яких першорядне значення мають потреби працівників. Передбачається, що співробітники будуть багато і посилено працювати, поки їх влаштовує їхнє становище, через війну робоча атмосфера стає розслабленою, відсутність керівництва призводить до спаду продуктивності.

5. Командний менеджмент: велика мотивація та великий результат. Найефективнішим способом керівництва є управління командою, якщо вірити Моутону та Блейку, тому стиль повинен відображати керівника, який приділяє багато часу роботі та команді. "Командні" лідери віддані цілям компанії, багато працюють, щоб мотивувати команду та змусити їх рости

професійно, вони користуються повагою своїх співробітників, надихають їх. Коли на чолі стоїть такий керівник, кожен робітник упевнений, що його поважають і до нього прислухаються, що мотивує його до досягнення високих результатів. Такі керівники вибудовують систему роботи таким чином, щоб співробітники зрозуміли цілі компанії та виявилися зацікавленими в їхньому досягненні. Коли команда опиняється у роботі, її потреби починають збігатися з виробничими потребами, створюється атмосфера, побудована на повазі, яка неминуче призводить до великих результатів. Форми керівництва для керування командою, її складу команди та призначення залежать від стилю керівництва. Найголовніше - визначитися з обсягом свободи, яку потрібно надати працівникам: якщо її буде багато, то вони не досягнуть поставленої мети; якщо мало призупиниться особистий розвиток працівників.

Виділяють 3 стилі керівництва, спрямованих на розвиток команди загалом:

1. Транзакційне керівництво, головні якості якого полягають у відповідальності та закріплених обов'язках. Вони встановлюють правила винагороди працівників за добре виконану роботу, головним способом їхньої мотивації є винагорода.

2. Трансформаційне керівництво, лідери якого є прикладом для наслідування та мотивують співробітників взяти ще більшу відповідальність, вони дають працівнику завдання, які здатні підвищити його ефективність.

3. Ситуаційне керівництво, відповідно до якого немає єдиного способу керівництва, який би показав ефективність у будь-яких випадках, тому лідеру доводиться щоразу міняти свій стиль, щоб підлаштуватися під команду [3]. Не можна точно сказати, який стиль керівництва найкращий, найправильніший варіант - вивчати кожен випадок окремо, беручи до уваги моделі розвитку працівників та оцінки ризиків. Знання стилю керівництва, до якого ви найчастіше вдаєтесь, дозволяють досягти максимум ефективності у ситуації, що склалася. Важливо знати свої лідерські якості, до яких відносяться навички комунікації, швидкість реакції та знання людей. На спосіб керівництва великий вплив мають знання та життєвий досвід: одні дають повчання співробітникам, другі переконують багато працювати, треті спокійно делегують роботу. Слід чесно оцінити себе, щоб стати хорошим управлінцем і чим краще ви розумієте свої та чужі емоції та почуття, тим легше вам буде контролювати себе та стосунки у робочому колективі. Зрештою це допоможе розробити той самий стиль керівництва, який можна буде використовувати в роботі. Велику роль при цьому відіграють навички спілкування, так як щоб вирішувати численні завдання щодня, рівень влади у керівників повинен сильно змінюватись: на одній крайності - доручення команді, на іншій - делегування повноважень. Слід обирати правильний

рівень повноважень: 1) повідомлення; 2) продаж ідей; 3) консультування; 4) домовленість; 5) порада; 6) запит; 7) делегування. Слід також обирати правильний рівень зрілості працівників, яким передаються повноваження: 1) низький рівень; 2) середній рівень; 3) високий рівень. Як і безперервне вдосконалення, процес розширення повноважень співробітників ніколи не закінчується. Для цього потрібно вміти донести свою ідею до команди у такий спосіб, щоб вона визнала авторитет лідера, тому важливою частиною роботи керівника є вміння будувати продуктивну комунікацію. Якщо немає навичок спілкування, то робота проходить у диктаторському режимі, що не ефективно для команди. Справжнє лідерство будується на діалозі, тому важливим є знання людей. Керівник повинен вміти розбиратися не лише у собі, а й в інших людях, завдяки чому можна передбачити реакцію на ту чи іншу ситуацію і передавати вказівки таким чином, щоб поставлені завдання виконувались. Знання досвіду та вмінь співробітників, а також їхнє ставлення до посади та організації вважається одним з головних аспектів лідерства. Велику роль відіграє швидкість реакції [4].

На відміну від вищезазначеного, оточення контролювати неможливо, так як робоче середовище швидко змінюється і швидкість реакції має важливе значення для керівника. Формування оточення залежить від трьох елементів:

1. Організація як цілісне утворення, яке характеризується особливостями, що формують їх цілі та цінності. Хороші лідери підлаштовують свій стиль керівництва до того стилю, який прийнятий у компанії.

2. Характер вирішення проблем: завдання та дедлайни, які мають схожі параметри та схильні повторюватися, є приводом для створення шаблону керівництва, який повинен діяти на автоматі.

3. Вміння ставити терміни, необхідні для вирішення проблем, що допоможе керівнику стати успішнішим. На жаль, немає універсального стилю керівництва, однак важливо розуміти, як має виглядати загальний підхід до удосконалення керівництва, лідерства, стилів управління як чинників підвищення іміджу підприємства. Це допоможе розвинути у собі навички, яких бракує, а у міру розвитку команди обраний стиль управління повинен змінюватись та адаптуватися до нових умов і повинен підходити до профілю команди, що в цілому сприятиме підвищенню іміджу підприємства. Крайній лідер той, говорив китайський філософ Лао-цзи, про чие існування люди ледь здогадуються коли його робота виявляється зробленою, а цілі – досягнутими, люди кажуть: «Ми зробили це самотужки» [5].

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Voronkova Valentyna, Punchenko Oleg, Azhazha Marina. Globalization and global governance in the fourth industrial revolution (industry 4.0). Humanities Studies. 2020. Випуск 4(81). С. 182-200

2. Nikitenko Vitalina, Andriukaitiene Regina, Punchenko Oleg. Formation of sustainable digital economical concept: challenges, threats, priorities. Humanities Studies. 2019. Випуск 1(78). С. 140-153.

3. Voronkova Valentina. The formation of the concept of noosphere development of modern society in the conditions of information society. Philosophy and Cosmology. 2016. Том 16. Випуск 16. С.179-189.

4. Воронкова В.Г., Фурсін О.О., Сапа Н.В. Соціально-орієнтоване державне управління: монографія / за ред. д.філос.н., проф. В.Г.Воронкової. Запоріж. держ. інж. акад. Запоріжжя: ЗДІА, 2011. 256 с.

5. Становлення інформаційного суспільства як цивілізаційної парадигми розвитку сучасної України за доби глобалізації: теоретико-методологічні та праксеологічні виміри / за ред. д. філос. н., проф. В.Г.Воронкової. Запоріж. держ. інж. акад. Запоріжжя: ЗДІА, 2017. С.97-99.

УДК 351:41.012

Гуцан О.М.<sup>1</sup>, Перерва П.Г.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>к.э.н., доцент кафедры экономики бизнеса НТУ «ХПИ», Украина

<sup>2</sup>д.э.н., профессор, заведующий кафедры экономики бизнеса НТУ «ХПИ», Украина

### **ЭКОНОМИКА СТИМУЛИРОВАНИЯ ПЕРСОНАЛА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ**

Исследование теории и практики современного предпринимательства [2, 3, 7, 9, 12, 17] позволяет сделать вывод о том, что возникновение первого сценария инновационного развития предпринимательства невозможно. Человеческие нужды в нормальных условиях не ограничены. Таким образом, основная функция предпринимателя, сформулированная в теории инноваций, по этим причинам исчезнуть не может (рис. 1).

Что касается второго сценария инновационного развития, то действительно, современное техническое развитие мира таково, что для решения сложных вопросов требуется привлечение целых коллективов специалистов, причем разных направлений. Но возможно ли исчезновение понятия «предприниматель» как такового? По нашему мнению, наиболее полно ответил на данный вопрос дает теория инноваций [1].

Предприниматели – это субъекты хозяйствования, функцией которых является осуществление новых комбинаций и выступающие как активные субъекты предприятия. Предприниматель признает только тот субъект, который осуществляет инновацию (новую комбинацию), и этот субъект

перестает быть предпринимателем, как только основанный им бизнес начинает дальше функционировать как стабильная система.

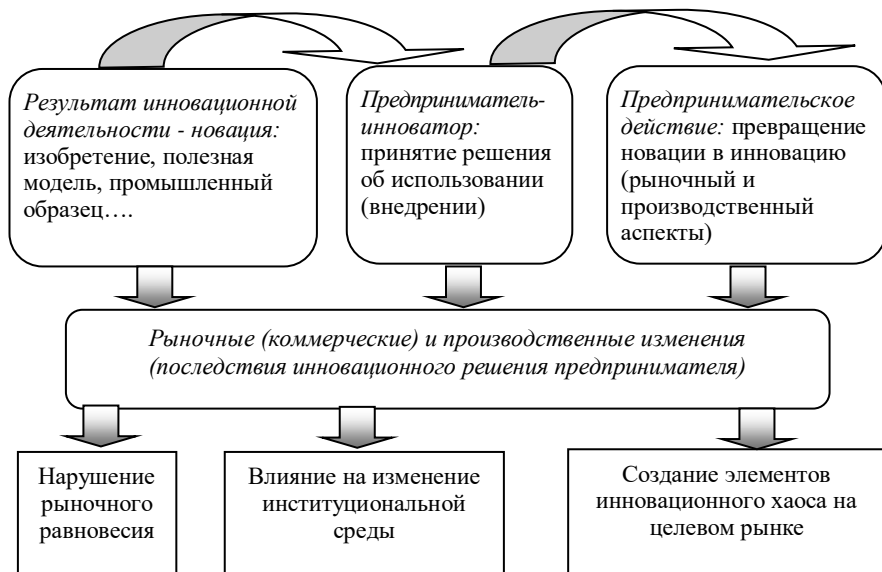


Рис. 1 - Значение и роль современного предпринимателя в рыночных и производственных процессах внедрения и использования новаций

Источник: разработан авторами с использованием предложений [1-5]

Мотивы поведения предпринимателя по И.Шумпетеру «принципиально отличаются от сугубо экономических. Они незнакомы экономическому ratio (смыслу) и их законам (табл. 1).

Таблица 1 – Три группы мотивов предпринимательской деятельности

1. Мечта и воля основать собственную империю – свою династию (свобода, условия для развития личности, жажда владычества над другими)	«...собственная империя дает простор и чувство власти...быть полноправным хозяином на собственном предприятии, самому контролировать и строить предприятие, полностью отвечающее запросам, ценностям, потребностям предпринимателя».
2. Воля к победе	«...с одной стороны, жажда борьбы, с другой – стремление к успеху ради успеха. В обоих случаях экономическая сторона дела сама по себе для предпринимателя абсолютно безразлична»
3. Радость творчества	«...определяющий момент поведения»

Источник: составлено на основе [1, с.60].

Экономическая иррациональность «Шумпетеревского предпринимателя» заключается в том, что прибыль играет для него второстепенную роль: экономическая сторона дела сама по себе для предпринимателя абсолютно безразлична. Величина прибыли здесь всего-навсего показатель успеха – обычно лишь потому, что другого нет, – и символ победы. По данным анализа научно-технического развития, выполненного рядом современных ученых [1-5], большинство крупных изобретений последних десятилетий XX в. в США сделано либо энтузиастами-одиночками, либо в небольших фирмах, где успех определяется обычно отдельным человеком. Поэтому стимулирование инновационной деятельности является чрезвычайно важной и актуальной задачей.

### СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

- 1.Василевська М.Д. Роль інформаційних технологій у бізнесі // Сучасні виклики та аспекти інноваційного розвитку економічної науки. Київ, 2021. С.58-62.
- 2.Перерва П.Г. Управління маркетингом на машинобудівному підприємстві // Навч.посібник для інж.-техн.вузів.- Харків : «Основа», 1993.- 288с.
- 3.Тkachov M.M., Pererva P.G., Kobieliava T.O., Tkachova. N.P., Diachenko T.A. Management of relations with enterprise stakeholders based on value approach // Problems and Perspectives in Management. 2021. Vol. 19, Iss.1. P.24-38.
- 4.Перерва П.Г. Комплаєнс-программа промислового підприємства: сутність і задачі // Вісник НТУ "ХПІ". Харків : НТУ "ХПІ", 2017. № 24. С. 153-158.
- 5.Pererva P.G., Tkachev M.M., Kobieliava T.O. Evaluation of holder profits violation of their exclusive rights // Науковий вісник Полісся. 2016. № 4 (8), ч.2. С.240-246.

УДК 159.9:331.1

Дороніна О.А.<sup>1</sup>

<sup>1</sup>д.е.н., проф., завідувач кафедри менеджменту та поведінкової економіки, Донецький національний університет імені Василя Стуса, Україна

### КОМАНДОТВОРЕННЯ ЯК СТРАТЕГІЧНИЙ ПРІОРИТЕТ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ

У практиці управління персоналом останніми роками надзвичайно зростає увага до процесів командотворення, оскільки наявність згуртованих та мотивованих команд в компанії та успішна командна робота є передумовою нових бізнес-можливостей, дієвим засобом розвитку людських ресурсів. Наявність злагоджених команд в організації надає такі переваги:

зростання ефективності спільного вирішення виробничих завдань та



креативності прийнятих рішень;

зменшення ризику критичних помилок;

більш раціональним є розподіл людських ресурсів через поширеність взаємодопомоги в команді;

зростання лояльності працівників та їх мотивованості.

Командна робота дозволяє органічно забезпечувати досягнення як колективних (організаційних), так і індивідуальних цілей. Вона з одного боку, є потужним інструментом ефективного досягнення цілей організації і реалізації поставлених всередині неї завдань, а з іншого - інструментом для особистісного та професійного зростання кожного члена команди.

В умовах воєнного стану, в яких опинилася економіка України з 24.02.2022 р., бізнес відчуває нові гострі виклики пов'язані з ризиками втрати виробничих потужностей та людських ресурсів, руйнуванням економічних зв'язків тощо. При цьому, надзвичайно зростає роль людського потенціалу, ефективного управління персоналом та команди (менеджерів та виконавців), яка здатна ефективно працювати в таких умовах. Зміст командотворення зводиться до формування ефективної, згуртованої антикризової команди професіоналів, націленої на досягнення спільного результату, що визначається поточними цілями бізнесу (підтримка життєдіяльності підприємства, диверсифікація діяльності, релокація бізнесу, підтримка армії тощо).

Традиційно метою командотворення виступає створення таких умов, які б на основі узгодження ролей та цінностей вели до зростання продуктивності та загальної ефективності команди. На даному ж етапі процес командотворення має бути орієнтований перш за все, на забезпечення згуртованості членів команди та їх готовності діяти в надзвичайних (кризових) умовах, взаємодопомогу та взаємовиручку.

В основу процесу командотворення мають бути покладені:

1. чітко сформульована мета діяльності групи;
2. колективне виконання завдання/прийняття рішення;
3. достатній кваліфікаційний рівень її учасників;
4. налагоджена система комунікацій між учасниками;
5. рольова структура команди;
6. командна система заохочення;
7. креативність.

У процесі здійснення управлінської діяльності при реалізації процесу командотворення слід дотримуватися наступної послідовності дій (рис. 1).



Рисунок 1 – Етапи командотворення в системі управління компанією

Процес командотворення є процесом активної взаємодії, партнерства лідера і членів команди. Лідер є невід’ємною частиною команди. На практиці можливі два варіанти 1) лідер формує команду (люди об’єднуються навколо лідера); 2) команда формує лідера (серед членів команди під впливом певних факторів та у певній ситуації проявляється лідер). На даному етапі вимоги до лідера значно зростають і більш поширеним є перший варіант. Ця людина повинна мати не тільки переконливий авторитет в команді, користуватися повагою і довірою, але й бути готовою приймати «не популярні» рішення, зокрема, пов’язані з особливостями організації трудових рішень в умовах воєнного стану та вміти знаходити мотиватори для членів команди за умови повної відсутності мотивації у останніх, або за умови відсутності можливостей компанії відповідним чином стимулювати персонал.

Таким чином, процес командотворення має розглядатися як стратегічний пріоритет сучасного управління персоналом, оскільки саме команда є тим середовищем, у якому працівникові найбільш комфортно працювати в умовах невизначеності та нестабільності. Крім того, командний дух може надавати додаткову підтримку працівникові в новій ситуації, а сформованість навичок командної роботи робить команду ефективною ресурсною одиницею, що здатна повноцінно виконувати свої функції навіть в умовах відсутності одного (або декількох) членів команди, або за умов віддаленої зайнятості.

УДК: 331.101.3

Кісь С. Я.<sup>1</sup>, Кісь Г. Р.<sup>2</sup>, Дутчак Д. М.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> д.е.н., проф., директор Інституту післядипломної освіти, Україна

<sup>2</sup> к.е.н., доц., доцент кафедри менеджменту та адміністрування, Україна

<sup>3</sup> здобувач вищої освіти, Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу, Україна

## **ДОСЛІДЖЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ СУТНОСТІ ТА ВЗАЄМОЗВ'ЯЗКУ МОТИВІВ, МАТЕРІАЛЬНОЇ МОТИВАЦІЇ ТА ЕФЕКТИВНОСТІ РОБОТИ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА**

Будь-яка праця є основою життєдіяльності та спрямована на досягнення поставленої мети. У загальному розумінні мотивація – це сукупність внутрішніх сил, що спонукають людину до виконання певних дій.

Мотиви в економічній літературі трактуються по-різному, але частіше як свідомий потяг до дії. З різних точок зору трактування мотиву найбільш плідним є той, де мотив розглядається у контексті відображення та вираження потреб та інтересів. Тісний зв'язок між мотивами, потребами та інтересами пояснюється подібністю між сутностями. Потреби людини – це нестача чогось, інтереси – це свідомі потреби, джерело діяльності, об'єктивна потреба у виконанні певних функцій для задоволення потреб мотиви – це усвідомлені причини діяльності, спонукання людини до чогось.

Мотиви з'являються майже одночасно з появою потреб та інтересів і проходять певні фази, відповідні етапам формування потреб та інтересів людини. Мотив – це свого роду реакція людей на інтереси і, отже, на сприйняті потреби. У більш детальній формі мотиви – це спонукальні причини поведінки та вчинків людини, що виникають під впливом його потреб та інтересів. Мотив має «особистий» характер в кожній людині і залежить від багатьох зовнішніх і внутрішніх факторів стосовно неї. Мотив не тільки спонукає людину до дії, а й визначає, що і як робити. Правомірно стверджувати, що структура мотиву включає: 1) потребу, яку людина хоче задовольнити; 2) предмет, який може задовольнити цю потребу; 3) працю (дії), необхідні для отримання вигоди; 4) ціну – витрати фізіологічного, матеріального та морального характеру, пов'язані з працею.

Звичайно, ефективність роботи залежить від мотивації. Однак ця залежність досить складна і неоднозначна. Трапляється, що людина, яка під впливом внутрішніх і зовнішніх спонукальних факторів дуже зацікавлена у досягненні високих кінцевих результатів, на практиці матиме гірші результати, людини, яка має набагато меншу мотивацію до ефективної роботи. Відсутність чіткого взаємозв'язку між мотивацією та кінцевими результатами пов'язана з тим, що на результати роботи впливає багато інших факторів, таких як навички працівників, професійні здібності та вміння, правильне розуміння завдань, зовнішнього середовища тощо.

Для розуміння внутрішніх механізмів мотивації праці принципово важливо визначити фактори, що впливають на рівень матеріальної мотивації, ефективність матеріального стимулювання та з'ясувати його природу. Матеріальну мотивацію трудової діяльності слід розглядати як похідну від комплексної дії низки макро- та мікроекономічних факторів, зокрема: 1) рівень заробітної плати та її динаміка; 2) наявність прямої залежності від рівня оплати праці, від кількості, якості та результатів роботи; 3) диференціація заробітної плати на підприємстві та в суспільстві в цілому; 4) структура особистого доходу; 5) матеріальна підтримка наявного грошового доходу і т.д. Вивчення механізму впливу цих факторів на матеріальну мотивацію починається із з'ясування рівня заробітної плати та виявлення її місця в системі мотивів та стимулів.

Враховуючи проблеми, визначені кризь призму сучасних реалій, ми повинні підкреслити, що проблема зростання заробітної плати в Україні сьогодні стала потребою суспільства і є передумовою для підвищення мотивації до зайнятості та сталого економічного розвитку загалом.

Для того, щоб правильно стимулювати працівників до ефективної трудової діяльності роботодавцям варто чітко знати механізм поведінки персоналу та вміти правильно формувати мотиви, щоб підвищити продуктивність праці. Щоб така мотивація була ефективною треба розуміти потреби, інтереси та ціннісні орієнтації найманих працівників. Згідно результатів дослідження найважливішими потребами для працюючої людини є: високий рівень матеріального забезпечення (46%); самореалізація (28%); досягнення високого соціального статусу (20%); отримання базових соціальних гарантій (24%); стабільність та впевненість у завтрашньому дні (18%).

Згідно концепції матеріальної мотивації, люди працюють для задоволення економічних потреб. Матеріальна мотивація є основною формою доходу працівників, де заробітній платі належить важлива роль, оскільки високий рівень заробітної плати знижує показники плинності кадрів, що своєю чергою формують трудовий колектив. При показниках зниження плинності персоналу у роботодавця є можливість зменшити витрати на найм і навчання кадрів, а вивільнені кошти скерувати на розвиток виробництва, що, у свою чергу, дасть змогу підвищити конкурентоспроможність продукції. Політика високої заробітної плати дасть змогу вибрати на ринку праці найбільш кваліфікованих, компетентних, ініціативних, орієнтованих на результат працівників, продуктивність праці яких буде потенційно вищою за середній рівень, що безсумнівно відіб'ється на успішній діяльності підприємства.

УДК 331.101:658

Кобелева Т.А.<sup>1</sup>, Перерва П.Г.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>д.э.н., профессор кафедры экономики бизнеса НТУ «ХПИ», Украина

<sup>2</sup>д.э.н., профессор, заведующий кафедры экономики бизнеса НТУ «ХПИ», Украина

## **РАЗВИТИЕ СИСТЕМ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ**

Важнейшей функцией менеджмента на промышленном предприятии является мотивация труда. Промышленное предприятие может и должно реализовать свой производственный потенциал экономического роста только при наличии эффективной мотивации труда. Низкий уровень мотивации труда на промышленном предприятии может оказаться сдерживающим (тормозящим) фактором по отношению к показателям экономической эффективности его производственно-коммерческой деятельности. Именно поэтому проблемы совершенствования и развития систем мотивации труда промышленного персонала на предприятии актуален и обусловил выбор темы исследования, сформировал его цель и задачи.

Основными задачами мотивации являются [1, с. 41]: формирование у каждого сотрудника понимания сущности и значения мотивации в процессе труда; обучение персонала и руководящего состава психологическим основам общения; формирование у каждого руководителя демократических подходов к управлению персоналом с использованием современных методов мотивации.

Современным предприятиям для совершенствования своей системы мотивации труда, для успешной и слаженной работы следует использовать комплекс методов как материального, так и нематериального стимулирования. Наиболее распространенным методом повышения эффективности труда является выплата денежных вознаграждений посредством премий. Вознаграждения могут быть рассчитаны на обеспечение прибыли и предоставление отдельных льгот, отвечающих потребностям работников. Это позволяет не только заинтересовать в эффективности труда, но и закрепить в конкретном коллективе тех, в чьих трудах есть потребность. Эффективность системы мотивации сегодня предполагает и наличие нематериального поощрения, связанного с надежностью рабочего места, достижением собственных целей, желанием брать на себя ответственность. То есть это все методы, не относящиеся непосредственно к оплате труда, которые компании используют для вознаграждения своих сотрудников за хорошую работу и повышение их мотивации и преданности фирме. Однако целесообразным также мониторинг, предусматривающий анализ существующей системы мотивации, анализ качественного состава работников, мотивационную сферу персонала и оценку необходимости изменения системы мотивации. Теория и практика

менеджмента выработала ряд требований к системе мотивации персонала предприятия [1,4], среди которых наиболее важное значение имеют следующие:

- 1) *объективность*: вознаграждение определяется результатами работы;
- 2) *предсказуемость*: работник должен знать, какое вознаграждение он получит в зависимости от результатов своей работы;
- 3) *условия*: создание надлежащих условий для безопасности труда и благосостояния всех работников, что позволит им добросовестно работать;
- 4) *адекватность*: вознаграждение должно быть адекватным трудовому вкладу работника в итоговые результаты, его опыту и квалификации;
- 5) *поддержка*: в коллективе должна быть атмосфера доверия, заинтересованность в реализации всеобщей цели, возможности двусторонней коммуникации между менеджментом всех уровней и рабочими;
- 6) *своевременность*: вознаграждение должно следовать за достижением результата как можно скорее (если не в форме прямого вознаграждения, то хотя бы в форме учета дальнейшего вознаграждения);
- 7) *значение*: вознаграждение должно быть значительным для работника;
- 8) *справедливость*: правила определения вознаграждения должны быть понятны каждому работнику и быть честными, в частности, с его позиции.

Как результат, мотивация труда – это побуждение человека к производственной или непроизводственной деятельности для удовлетворения своих материально-бытовых потребностей и запросов, которое достигается за счет его труда. Это даст такие результаты [1, 3, 5]: повышение качества работы персонала; оперативное достижение целей предприятия; связь результативности работы сотрудников с оплатой и нематериальным стимулированием; прозрачность системы поощрения; снижение текучести кадров; улучшение психологического климата; улучшение командной работы и т.д.

Следовательно, главной задачей предприятия должно стать создание на нем эффективной системы мотивации. Ее можно достичь, прежде всего, через обеспечение зависимости вознаграждения работника от достигнутых результатов и квалификации, тем самым заинтересовать людей в реализации своего потенциала.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

- 1.Тарасівська Л.С., Василик К.В. Система мотивації персоналу підприємства // Актуальні проблеми менеджменту в умовах сучасних викликів, Івано-Франківськ, 2021. С.41-44.
- 2.Pererva P.G., Tkachev M.M., Kobieliava T.O. Evaluation of holder profits violation of their exclusive rights // *Науковий вісник Полісся*. 2016. № 4 (8), ч.2. С.240-246.
- 3.Перерва П.Г. Управління маркетингом на машинобудівному підприємстві // Навч.посібник для інж.-техн.вузів.- Харків : «Основа», 1993.- 288с.

4.Tkachov M.M., Pererva P.G., Kobieliava T.O., Tkachova, N.P., Diachenko T.A. Management of relations with enterprise stakeholders based on value approach // Problems and Perspectives in Management. 2021. Vol. 19, Iss.1. P.24-38. 5.Перерва П.Г. Комплаенс-программа промышленного предприятия: сущность и задачи // *Вісник НТУ "ХПІ"*. Харків : НТУ "ХПІ", 2017. № 24. С. 153-158.

УДК 331.005

Крайнік О.М.<sup>1</sup>

<sup>1</sup>к.е.н., доц. Національного університету «Запорізька політехніка»

## **НОВІ МОЖЛИВОСТІ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ В СФЕРІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ**

Технологічний прорив компаній забезпечує майбутнє економіки. Цифрові технології надали особливих характеристик абсолютно всім сферам управління персоналом, таким як підбір, адаптація, навчання та розвиток, оцінка, організація, мотивація та винагорода. В сучасних умовах очевидно, що впровадження цифрових технологій переходить від тенденції до необхідності, тому питання впровадження цифрових технологій у сфері управління персоналом стає все більш актуальним серед фахівців з кадрів.

Сфера управління персоналом сьогодні знаходиться під впливом технологічних викликів і можливостей. Вони викликані процесами цифровізації суспільства і економіки. Зміни в управлінні асоціюються з цифровою трансформацією. Вона базується на новітніх технологіях Інтернету, штучного інтелекту, індустрії 4.0, Big Data в усіх сферах суспільного життя. На сьогодні, навіть у країнах, що розвиваються, у ХХІ ст. багато компаній працюють за застарілими системами управління персоналом та нарахування заробітної плати. Тому, тема використання нових можливостей цифрових технологій у сфері управління персоналом є актуальною та своєчасною особливо для України.[1]

Дослідження цієї діяльності у сфері управління персоналом, розглядається у працях багатьох учених, зокрема: Г.Бей, Л.Федулової, В. Воронкової, А.Ткаченко, Т. Пажуєвої, Т. Сергієнко.

Компанії, які активно впроваджують зміни в управлінні персоналом, за допомогою цифрових технологій, не втрачають конкурентоспроможності на ринку, а також займають лідируючі позиції у своїх сферах діяльності. Цифрові технології мають нові можливості у всіх сферах: фонді оплати праці, винагороди, прибутку, мотивації та рекрутингу. Нові можливості цифрових технологій в управлінні персоналом дають змогу задовольняти потреби нових поколінь в особистому доступі до соціальних мереж, активній взаємодії з мультимедіа-можливостями, перекваліфікації, навчанні, використовувати штучний інтелект та великі бази даних для управління персоналом. [2] Для створення сприятливих умов поліпшення роботи

працівників, рекрутингу та звільнення персоналу, нові цифрові технології поєднують соціальні мережі, мобільні додатки, віртуальну реальність, хмарні технології. Багато розвинутих компаній, за допомогою цифрових мобільних додатків, сьогодні мають змогу управляти часом, відстежувати переміщення та сповіщати про запізнення, доставляти різного типу повідомлення, контролювати рівень сервісу, проводити онлайн-навчання, тренінги, забезпечувати зворотній зв'язок. Використання в компаніях HR-аналітики, дає змогу аналізувати великі обсяги даних, прогнозувати сценарії розвитку та об'єктивно приймати управлінські рішення.

Однією з найбільш перспективних технологій у сфері управління персоналом сьогодні є технологія блокчейн. Потенціал цієї технології у сфері менеджменту необмежений. По-перше, це можливість безпечного зберігання та обміну незмінними даними. По-друге, єдина децентралізована система, яка збирає інформацію про освіту, навички та досвід роботи потенційних співробітників, значно спрощує підбір персоналу. Кандидати можуть особисто підтвердити свою компетентність без подання резюме чи рекомендаційних листів. По-третє, використання технології блокчейн дозволяє чіткіше координувати виробничу діяльність, підвищуючи мотивацію працівників та ефективність їхньої роботи. [3]

Щоб залишатися конкурентоспроможними в сучасному світі, компанії не можуть ігнорувати використання цифрових технологій в організації процесу управління персоналом. Оскільки цифрові тенденції розвиваються, компанії повинні бути готові до майбутнього та створювати можливості для персоналу, щоб процвітати й ефективно керувати в часи невизначеності.

Отже, завдяки цифровим технологіям змінюються виробничі відносини, структура економіки, виникають нові вимоги до комунікацій та розвиваються інформаційні послуги. Фахівцям з кадрів необхідно визначати та впроваджувати рішення, які можуть допомогти вирішити проблеми, які впливають як на персонал, так і на компанію в цілому.

## **СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ**

1.Крайнік О.М., Сергієнко Т.І. Сучасні технології менеджменту на промислових підприємствах в умовах ринкової економіки // *Modern Technologies in Economy and Management. Collective Scientific Monograph.* Opole: The Academy of Management and Administration in Opole, 2019; ISBN 978-83-946765-4-4; pp. 493, illus., tabs., bibls. – с.249-259.

2.Сергієнко Т.І., Крайнік О.М. Directions of industrial management efficiency improving with use of information resources. Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії. Запоріжжя, 2018. №75. С.193 – 204.



3.Крайнік О.М., Пожуєва Т.О. Особливості управління персоналом в інноваційних компаніях//Збірник тез доповідей IV Міжнародного форуму з економічних та гуманітарних питань (до 90-річчя ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет»). – Дніпро: ДВНЗ УДХТУ, 2020. – 278 с., С.30-33.

УДК 331.108

Легінькова Н.І.<sup>1</sup>, Шокорова Д.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>к.е.н, доц., доцент кафедри менеджменту та економіки, Льотна академія Національного авіаційного університету, Україна

<sup>2</sup>здобувач вищої освіти, Льотна академія Національного авіаційного університету, Україна

### **НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ЛЮДСЬКИМИ РЕСУРСАМИ**

Сучасна організація суспільного виробництва передбачає значні зміни у структурі управління персоналом організації. Саме тому теперішній менеджмент аналізує організацію як складну систему, в якій соціальний компонент (кадровий склад) висувається вперед щодо всіх техніко-економічних чинників [3].

Для підвищення соціально-економічної ефективності будь-якого виробництва необхідно побудувати таку систему управління персоналом, яка б могла вирішувати наступні задачі: проводити діагностику зовнішнього та внутрішнього середовища компанії (розмір та масштаби діяльності компанії; стратегія та цілі підприємства; наявність (відсутність) спеціалістів з управління персоналом; ситуація на ринку праці; кількісний та якісний склад персоналу; організаційна та корпоративна культура підприємства; визначати задачі служби (підрозділу) з управління персоналом, з огляду на стратегії та цілі компанії; формувати моделі функціонування служби (підрозділу) з управління персоналом [2].

Система ефективного управління персоналом включає в себе наступні основні елементи:

- наявність кваліфікованих кадрів;
- оптимальна розстановка кадрів, їх професійно-кваліфікаційне зростання та можливість кар'єрного росту;
- раціональне використання трудового потенціалу підприємства;
- навчання, підготовка та перепідготовка працівників, просування їх по службі;
- застосування різноманітних систем оплати праці;
- створення безпечних умов праці та комфортного психологічного клімату;
- організація зворотнього зв'язку між всіма ланками управління;

- реалізація соціальних функцій, які пов'язані з виробничою діяльністю підприємства.

Економіка, яка орієнтована на ринкові умови, повинна суттєво змінювати підходи до рішення багатьох економічних проблем, насамперед тих, які пов'язані з людськими ресурсами. На сучасному економічному етапі технологічного розвитку виробництва людина виконує різноманітні економічні функції. В якості живого носія продуктивних сил людина володіє безліччю атрибутивних якостей та властивостей, сукупністю різноманітних потреб та здібностей, тому людина відіграє важливу функціональну роль як активний творчий суб'єкт відносин у системі сучасної економіки.

Успіх роботи будь-якого підприємства забезпечують працівники, зайняті на ньому. Саме тому сучасна концепція управління підприємством докорінно змінює вибір засобів та методів практичної реалізації завдань управління персоналом в цілях підвищення ефективності виробництва як умови конкурентоспроможності підприємства.

Управління персоналом пов'язане з використанням можливостей працівників для досягнення цілей організації. Керувати персоналом означає планувати, організовувати, здійснювати мотивацію та контроль за формуванням, розподілом, перерозподілом та використанням кадрів. [1]

Актуальність дослідження проблем, пов'язаних із ефективністю процесу управління персоналом, на сьогодні є досить суттєвою та своєчасною. Головна мета ефективного управління персоналом полягає в забезпеченні підприємства працівниками, що відповідають вимогам даного підприємства, їх професійної та соціальної адаптації. Вся організаційно-управлінська діяльність, і насамперед мотиваційна, у сукупності спрямована на активізацію всіх внутрішніх ресурсів працівників та їх максимально ефективне використання.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Корсаков Д. О. Організаційна діагностика системи управління персоналом підприємства. URL: [http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/Ecoroz/2011\\_3/e113kors.pdf](http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Ecoroz/2011_3/e113kors.pdf).
2. Лозова О. В. Система управління персоналом як важлива складова ефективного функціонування підприємства в ринкових умовах господарювання. *Український журнал прикладної економіки*. 2017 рік. Т. 2. № 4. С. 37-45.
3. Шаповал О., Іваній А., Гальченко А. Кадрова політика підприємства як інструмент системи управління персоналом. *Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії*. 2018. № 5 (17). С. 149–151.

УДК 338.45

Олексенко Р.І.<sup>1</sup>

<sup>1</sup>д.ф.н., професор, професор кафедри публічного управління та права, Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного, Мелітополь, Україна

## **СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ КЕРІВНИКІВ ЯК ЧИННИК СТАЛОГО РОЗВИТКУ ОРГАНІЗАЦІЙ**

Мета даного до слідження – формування концепції соціально-орієнтованої, екологічно збалансованої і соціально відповідальної концепції соціально-відповідального суспільства - від економіки до бізнесу, від держави – до людини, в основі якої перехід від стану нестабільності, невизначеності і неоднозначності до збалансованого сталого розвитку, перехід до екобезпечного розвитку економіки, до структурним змінам, що сприятимуть вирішенню кризових ситуацій, ситуацій, використання конкурентних переваг організації.

Головна ідея дослідження – еволюція від несталої економіки до економіки сталого розвитку як екологічно збалансованої, соціально-орієнтованої та інноваційно-проривної в умовах кризи та нестабільності; пошук інноваційних механізмів впровадження суспільства сталого розвитку, що формується на основі передових (розумних) проривних інформаційно-комунікативних технологій з передовою інноваційною економікою, що сприяє формуванню високотехнологічного базису соціуму і може сприяти виробленню механізмів досягнення сталого розвитку за рахунок розумних технологій, в основі яких знання як головний ресурс цифрового суспільства, що є фактором сталого розвитку суспільства. В основі подолання криз антропогенного масштабу та умови і шляхи досягнення сталого розвитку [1].

В основі дослідження – виявлення закономірної взаємозалежності між трьома змінними – інноваційно-технологічним потенціалом країни, якістю культурно-освітнянських регуляторів переходу до сталої економіки і внутрішньою сталістю економічної та соціальної системи, що допомагає прояснити явища, коли в результаті кризи відбувається кардинальна перебудова суспільства за рахунок екологічно збалансованої, соціально-орієнтованої та інноваційно-проривної економіки в умовах цифрового суспільства. Сучасна цивілізація, що викликана кризою глобальною і парадигмальною, потребує перезавантаження світоглядних засад, так як охоплена глобальними викликами, постільки переживає кризу базових засад і цінностей всього світовлаштування.

Так людина і природа були протиставлені один одному, то відбулася широка підключеність природи до ринкових відносин, що поглибило протиріччя у системі «людина-природа-суспільство», яка привела до втрати контролю над природою та до ситуації несталості. І щоб вижити в умовах

цього світу, треба бути динамічним, здатним швидко адаптуватися, підлаштовуватися під вимоги цього світу. Так як ми живемо в умовах невизначеності, турбулентності, хаосу, ризиків, то керівники повинні оволодівати всім об'ємом інформації, передовими креативними технологіями, щоб виживати в умовах пандемії коронавірусу, для чого необхідне подолання інформаційної ентропії (міри невизначеності, хаосу, безладу), та формування нових принципів відповідальності всіх – і в центрі і в регіонах.

Так як «ми не володарі природи», то відбуваються глобальні еволюційні кризи - змінюється клімат, прискорення парникового ефекту, зміни біорізноманіття у результаті руйнації біосферного різноманіття, гібрициди на полях, зникають біологічні види, у результаті чого земля може вийти із стабільної рівноваги, відбувається технологічна дерегуляція за рахунок складної організованої техносфери. До протиріччя «людина-природа-суспільство» приєдналася і техносфера [2].

В результаті подолання цих протиріч та сформованих нових концепцій буде сформоване соціально-відповідальне управління, яке знайде відповіді на глобальні еволюційні кризи, будуть знайдені нові патерни поведінки, нова конгруентність зі складністю, прийняття складності і перехід до відновлення суб'єктності людини, щоб людина стала актором творення свого майбутнього, а для цього потрібна відповідно і нова система соціально-орієнтованої, екологічно збалансованої і соціально відповідальної концепції стійкого розвитку економіки і бізнесу, патріотично налаштованої еліти. Ключові питання, які будуть вирішені проектом [2]./

Метою дослідження є розробка теоретичні, праксеологічні та методичні засади формування соціально-відповідального суспільства з метою забезпечення менеджменту соціальної відповідальності. Дослідження розраховане на те, щоб сформувати концепцію соціальної відповідальності суспільства як чинник соціально-орієнтованого та екологічно збалансованого розвитку в умовах COVID-19, яка була б націлена на створення умов сталого розвитку суспільства, що потребує перезавантаження управлінських засад і цінностей організацій, викликаних пандемією COVID-19, що привела до «ситуації ризику». Широка підключеність природи до ринкових відносин поглибила протиріччя у системі «людина-природа-суспільство-бізнес», що привело до ситуації несталості та появи концепції VUCA, яка зачепила діяльність всіх організацій.

Концепція VUCA походить від акроніму англійських слів:

- 1) Volatility (нестабільність);
- 2) Uncertainty (невизначеність);
- 3) Complexity (складність);
- 4) Ambiguity (неоднозначність).

Для формування концепції соціальної відповідальності бізнесу як чинник соціально-орієнтованого та екологічно збалансованого розвитку в умовах COVID-19.

Сьогодні необхідно здійснити:

1) переструктуризацію управлінських підходів до взаємодії людини, природи, техніки, культури, свідомості; сформувати організації як основу колективної кооперації – колективного розуму, продуктивної взаємодії, націленої на сумісний результат досягнення цілей більш високого рівня, формування організацій на засадах ноосферного мислення (розуму, моралі, справедливості, соціальної відповідальності);

2) формування нового гнучкого мислення як стабільної засади виживання організацій;

3) формування громадянського суспільства як головного пріоритету вираження соціальної відповідальності організацій на засадах колективної співпраці.

В основі концепції - нова кооперація управлінців на загальнолюдській основі як нової культури мислення, культури менеджменту організацій, екологічності, досягнення 17 цілей сталого розвитку.

Концепція соціальної відповідальності передбачає: сформувати концепцію гнучкого управлінського мислення керівників, в основі якого органічно-екосистемні принципи діяльності організацій та нова етична система цінностей, здатна вирішити проблеми взаємодії «людство-біосфера-техносфера-інфосфера». Для цього упровадження соціальної відповідальності організацій слід сформувати нові екологічно безпечні тренди і перейти до регенеративного розвитку економіки і бізнесу, їх природодоцільного використання та екорегенеративного виміру [3].

Дані системні компоненти концепції детерміновані використанням нових цифрових технологій та інноваційними рішеннями, в основі яких упровадження соціальної відповідальності у сфері економіки як інструменту збалансованості, виявлення соціальної чуткості до зацікавлених сторін, що в цілому сприятиме соціально-орієнтованій, екологічно збалансованій і соціально-відповідальній концепції розвитку суспільства в умовах квідного і післяквідного розвитку [4].

Для аналізу соціально відповідального суспільства слід сформувати і концепцію стійкого розвитку економіки і бізнесу, що базується на AGILE-методології (методології гнучкого та адаптивного мислення) і методологія SySt (системна структурна розстановка) як методологія процесу розвитку та змін у напрямку стабільності.

Для формування соціально-відповідального суспільства необхідна:

1) переструктуризація свідомості і культури, реалізація нових підходів до взаємодії людини, природи, техніки, культури;

2) формування суспільства як колективної кооперації - соціально-орієнтованого, екологічно збалансованого і соціально відповідального, а саме формування суспільства на засадах ноосфери;

3) нового Антропоцену як стабільних антропологічних засад цивілізації;

4) формування суспільства на засадах колективної співпраці.

Потрібна нова кооперація вчених на загальнолюдській основі як основи нової культури існування і мислення, культури менеджменту організацій, а для цього слід формувати ноосферне мислення, щоб прорватися у нове майбутнє у такій зв'язці «людство-біосфера-техносфера», перейти від нестійкого розвитку до регенеративного розвитку та економіки природодоцільного розвитку, екорегенеративного майбутнього, використовуючи інноваційні агроекологічні рішення, регенеративну економіку («синю економіку», переробну (з бур'яну), органічно-екосистемне мислення та нову етичну систему цінностей, формувати системне, філософське, експертне мислення.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Krainik O., & Sergienko T. Directions of industrial management efficiency improving with use of information resources. *Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії: Збірник наукових праць Запоріжжя* : ЗДІА, 2018. Вип. 75. С. 193 – 204.

2. Олексенко Р.І., & Воронкова В.Г. Соціально-відповідальне управління як чинник ефективності виходу суспільства з кризи пост-пандемії COVID-19. Соціально-відповідальне суспільство: український та європейський контекст розвитку: матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції (10 грудня 2021р.). Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного. Мелітополь: *ФОП Однорог Т.В.* 2021. С. 311-314.

3. Ткаченко А.М., Круглікова В.В. Вплив регіональної політики на конкурентоспроможність регіонів України. *Економічний вісник ДВНЗ УДХТУ*, 2021, № 1 (13). С. 14-25.

4. Олексенко Р.І., & Воронкова В. Г. Інституціональне забезпечення системи публічної влади в історичному і системному контексті розвитку публічного управління та адміністрування. *Вісник Національного університету цивільного захисту України* : зб. наук. пр. 2020. № 2(13) (Серія «Державне управління»). С. 89-104.

УДК 331.108

Усатенко О.В.<sup>1</sup>, Грошелева О.Г.<sup>2</sup>, Іванова О.О.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> к.т.н., доц. «НТУ «Дніпровська політехніка», Україна

<sup>2</sup> к.е.н, доц. «НТУ «Дніпровська політехніка», Україна

<sup>3</sup> здобувач вищої освіти «НТУ «Дніпровська політехніка», Україна

## **МЕТОДИ ПРОФЕСІЙНОГО НАВЧАННЯ ПЕРСОНАЛУ**

Як зазначив Грішнова О.А. у [1], професійне навчання – це цілеспрямований процес навчання реальних та потенційних працівників професійних знань та умінь з метою набуття навичок, необхідних для виконання певних видів робіт, за допомогою різних форм здобуття професійної освіти, включаючи як заклади професійної освіти різних рівнів так і професійне навчання на виробництві.

Найчастіше виділяють три види навчання персоналу [2]: підготовка кадрів – планомірна організація і випуск на роботу вже кваліфікованих кадрів для всіх сфер діяльності, які володіють спеціальними знаннями та навичками; підвищення кваліфікації кадрів – навчання кадрів з метою вдосконалення спеціальних умінь, навичок і способів праці у зв'язку з ростом вимог до нової професії або підвищення на посаді; перепідготовка кадрів – навчання кадрів з метою освоєння нових умінь, спеціальних навичок і способів праці у зв'язку з оволодінням новою професією або зміненними вимогами до результатів праці.

Щокін Г.В. [3]. розмежовує професійне навчання робітників та керівних працівників, а також виокремлює його види. Автор вважає, що безперервне навчання керівників та спеціалістів здійснюється за наступними видами: систематичне самостійне навчання, короткострокове навчання (підвищення кваліфікації), стажування, аспірантура та докторантура, перепідготовка. До видів навчання робітників віднесено підготовку нових робітників на виробництві, перепідготовку кваліфікованих робітників, навчання суміжним професіям, підвищення кваліфікації робітників.

Методи навчання персоналу умовно розподіляють на три великі групи: традиційні (лекції, семінари, навчальні кіно/відеофільми), активні і методи навчання на робочому місці.

Зростаючий потік інформації вимагає новіших форм навчання, які дозволять за досить короткий час не тільки передавати значний обсяг знань, а й закріплювати його за допомогою практики. Під час використання активних методів навчання, а саме тренінгів, комп'ютерного навчання, групових обговорень, ділових та ролевих ігор, ролевого моделювання, розбору практичних ситуацій, баскет-методу, велика увага приділяється практичному відпрацюванню знань, спеціальних навичок і умінь.

Мартиненко І.О. [4]. виділяє такі методи навчання персоналу: 1) делегування повноважень – передача співробітникам чітко обмеженої кількості завдань з повноваженням прийняття рішень з обговорюваної

кількості питань;

2) кейс-навчання – розгляд практичних ситуацій з досвіду діяльності різних підприємств, що передбачає аналіз і групове обговорення гіпотетичних або реальних ситуацій. Такий метод дає можливість розвинути здібності до аналізу, діагностики та прийняття обґрунтованих рішень. Цей метод є ефективним для керівників різного рівня;

3) мозковий штурм – метод, що дає змогу генерувати велику кількість ідей для вирішення проблемної ситуації за обмежений проміжок часу з подальшим аналізом і вибором найбільш доцільного варіанту управлінського рішення. Найбільш ефективним цей метод є для роботи в команді (малих групах);

4) сторітеллінг (мотиваційна розповідь) – метод навчання нових співробітників організації для ознайомлення з організаційною структурою, корпоративною культурою, локальними розпорядчими документами тощо. Навчання починається з моменту підбору персоналу до повної адаптації працівника; воно проводиться безпосереднім керівником (наставником) для надання інформації про організацію, її особливості, для контролю в період випробувального терміну (стажування);

5) екшн-навчання – метод навчання для вирішення реальних проблем на практиці в процесі діяльності організації. Основою цього методу є створення робочої групи, що вирішує поставлене завдання. Термін навчання може тривати від кількох тижнів до року. За допомогою цього методу можна удосконалити компетенції зі стратегічного планування, навички прийняття обґрунтованих рішень, вирішити конкретні виробничі завдання;

6) Shadowing («стеження») – надання можливості працівнику, представленого до просування кар'єрними сходами, перекваліфікації, ротації, не менше двох днів бути «тінню» співробітника, що займає певну посаду. Завдяки цьому номінант «занурюється» в специфіку певної роботи, може визначити сутність і обсяг необхідних йому знань, навичок і необхідних компетенцій;

7) Коучинг – метод консалтингу, в процесі якого людина (тренер), який зветься «коуч», допомагає підопічному працівнику досягти професійної мети, передаючи йому свій досвід за допомогою певних наглядів і навчань.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Грішнова О.А. Людський капітал: формування в системі освіти і професійної підготовки. К. : *Знання*, КОО, 2001. 254 с.
2. Дауні Майлз. Ефективний коучинг: Уроки коуча коучей. М. : *Добрая Книга*, 2017. 288 с.
3. Щекин Г.В. *Основи кадрового менеджмента* : учебник. К. : МАУП, 2004. 280 с.



4. Мартиненко І.О. Місце професійного навчання у процесі розвитку персоналу. *Бізнес Інформ*. 2013. № 4. С. 418–422.

УДК 008.2

Череп А.В.<sup>1</sup>, Воронкова В.Г.<sup>2</sup>, Череп О.Г.<sup>3</sup>

<sup>1</sup>д.е.н, проф., декан економічного факультету, Запорізький національний університет, Україна

<sup>2</sup>д.ф.н., проф., в.о. завідувача кафедри менеджменту організацій та управління проектами, Інженерний навчально-науковий інститут ім. Ю.М. Потебні Запорізького національного університету, Україна

<sup>3</sup> д.е.н, проф., професор кафедри управління персоналом і маркетингу, Запорізький національний університет, Україна

### **ТРАНСФОРМАЦІЙНІ ЗМІНИ В УПРАВЛІННІ ОРГАНІЗАЦІЯМИ ТА ЛЮДСЬКИМИ РЕСУРСАМИ У ЦИФРОВУ ЕПОХУ**

Актуальність теми дослідження у тому, що ми живемо у мінливому світі, де майбутнє перестася бути екстраполяцією минулого, а зміни неблаганні, тому що живемо в епоху потрясінь. З плином часу темпи, з якими матерія перетворюється на складніші структури та системи, поступово зростають. Це раптове прискорення – результат різних зрушень потужності обчислювальних ресурсів та мереж. Цифрова епоха свідчить, що останній iPhone має приблизно в 6000 раз більше транзисторів, ніж чип i486, на якому працювали комп'ютери наприкінці 1980-х рр. У 2017 році всесвітній інтернет-трафік становив понад 46600 гігабайтів на секунду а порівняно з 1992 роком ця цифра зросла майже в 40 мільйонів разів. Таке стрімке зростання відкрило перед організаціями нові захопливі горизонти, так як більші обчислювальні можливості – це набагато потужніші машини. Поступово народилися абсолютно нові індустрії, як-от соціальні мережі, які дають людям взаємодіяти між собою, як ніколи раніше. Ударні хвилі цього технологічного вибуху відлунюють скрізь: в онлайн-комерції, шеринговій економіці, синтетичній біології, доповненій реальності, штучному інтелекті, 3D-принтерах та в інтернеті.

Цифрова епоха розвивається стрімко: коли перша хвиля уляжеться, накопляться нові. За наступні кілька років від 200 мільярдів до трильйона пристроїв приєднають до мережі і мало не вся планета стане сенсорною. У цьому цифрові трансформаційному вирі найважливіше для кожної організації питання є таким: а чи змінюємось ми так само швидко, як і світ навколо нас? У більшості організацій відповідь буде «ні». Керівники організацій люблять списувати цей брак адаптивності на людський чинник, проте люди в цілому не виступають проти змін, а навпаки, люди залежні від змін. Людина – джерело потрясінь. Еволюція організацій відбулася наступним чином.

Тільки 11 відсотків компаній, які входили до списку 500 корпорацій з найбільшим валовим доходом у 1955 році, залишилися у цьому списку сьогодні. Середній вік компаній, що входять до списку 500 корпорацій з найбільшою капіталізацією, становив 60 років у 1950-му, а тим часом він становить менше 20. За 2010-2019 роки американські компанії заявили про витрати 550 мільярдів доларів на реструктуризацію. Зазвичай, це результат запізнилих спроб стратегічного оновлення. Ми прослідкували таку закономірність, що цифровий світ розвивається швидше, ніж більшість компаній устигає до нього пристосуватись. Щодня компанії оновлюють свою продукцію або виробничі процеси, намагаються боротися із застарілими методами управління, постійно закриваються підприємства, скорочується персонал, зливаються зі своїми конкурентами. У цифрову еру змінюється місце і роль організацій, які вимагають «еволюційних переваг», що вміють вчасно трансформуватися, тому здатність до змін – це характерна риса цифрової епохи. Завдання організацій – розкрити творчий потенціал працівників і направити його у правильне русло, не допустити поглинання організацій, організації повинні стати світочем інновацій. Дослідження Інституту Геллапа у 2018 році установило, що тільки третина американських робітників виконує свої обов'язки з ентузіазмом і самовіддачею, 53 відсотка людей не настільки захоплені роботою, а 13 відсотків відносяться байдуже. У всьому світі ці показники становлять 15, 67 і 18 відсотків відповідно. Кожна організація розраховує на те, що працівники виконуватимуть свої функції на трьох рівнях:

- 1) базові правила безпеки, фінансової дисципліни та обслуговування клієнтів;
- 2) старанність, так як організації потрібні співробітники, які готові виконувати складні операції та брати на себе відповідальність за результат;
- 3) компетентність.

Щоб ефективно виконувати свою роботу, працівникам команди треба володіти певними навичками. І хоч покора, старанність та компетентність – обов'язкові якості, вони рідко становлять велику цінність. Щоб перемагати в умовах творчої економіки цифрової епохи треба щось більше. Організаціям потрібні ініціативні активні люди, які не чекають, поки їх про щось попросять, не тримаються лише за свої прямі обов'язки. Потрібні люди, які можуть інакше дивитись на завдання і пропонувати нові рішення та використовувати творчість. На вершині піраміди – відвага – бажання старатись і ризикувати у певних ситуаціях.

Таким чином, піраміда розташовує риси таким чином:

- 1) покора;
- 2) старанність;
- 3) компетентність;

- 4) ініціативність;
- 5) творчість;
- 6) відвага.

Якості, що розташовані у піраміді найвище, - це результат відданості тому, що нас надихає; що заслуговує від нас певної самовіддачі. Ініціативність, творчість та відважність не можна продемонструвати за наказом. Організація не матиме еволюційних переваг також без інноваційних лідерів. Якщо керівники хочуть збудувати організацію, яка сміливо дивиться в очі майбутньому, тоді все залежить від того, чи є у неї, сповнений енергії, ентузіазму та бажання працювати персонал. Кожен співробітник повинен ставити мету: рости, захоплюватися своєю роботою, бути креативним і творчим, використовувати рецепти успіху на користь організації.

За даними Інституту Геллапа, 89 відсотків працівників задоволені тим, чим займаються; ентузіазм працівників на 70 відсотків залежить від їхніх керівників; 51 відсоток американців, які займають керівні посади, не надто переймаються своєю роботою, а 14 відсоткам вона абсолютно байдужа. Багато організацій на планеті страждають від однакових хвороб - інертність, незграбність, моральний занепад, так як вони працюють за однаковою бюрократичною схемою. Багатьом організаціям бракує людяності, гуманістичного підходу до персоналу, використання його оригінальності. Не випадково М.Вебер писав, що бюрократія сильніше тоді, коли викорінюється все людське, особисте, ірраціональне та емоційне, коли вона пригнічує людську складову та поглинає людські душі. Зараз мета бюрократії перетворити людей на програмованих роботів. Щоб вилікувати хвороби, на які страждають організації, слід радикально переосмислити бюрократичну модель управління. Щоб створити гнучкі, творчі та сповнені успіху організації, потрібні абсолютно нові підходи до координації людської праці.

В основі організації мають бути люди, а не структури, процеси, методи. Замість моделі, що прагне максимізувати контроль заради організаційної ефективності, потрібна та, яка максимізуватиме внесок кожного працівника у процеси. Бюрократію слід замінити на людинократію, тому що в організації людина – понад усе. В умовах бюрократії люди – це інструменти, за допомогою яких людина створює товари і послуги. В умовах людинократії організація - це інструмент, який люди використовуватимуть для поліпшення свого життя і життя тих, хто для якого вони працюють.

Основне питання бюрократії: як змусити людей краще служити цілям організації. Основне питання людинократії – якою мірою має бути організація, щоб виявити й заохочувати найкраще, що можуть дати їй люди. Керівники повинні прийняти нові людиноцентристські принципи та застосувати їх в своїх організаціях.

## **СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ**

1.Воронкова В. Г., Череп А.В., Череп О.Г. Європейська візія пізнання людини як найвищої цінності гуманізму. Modern trends in science and practice. Volume 2 : collective monograph / Compiled by V. Shpak; Chairman of the Editorial Board S. Tabachnikov. Sherman Oaks, California : GS Publishing. Services, 2022. С.71-80.































Наукове електронне видання  
Можна використовувати в локальному  
та мережному режимах

# **СТРАТЕГІЧНІ ПРІОРИТЕТИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА, ТОРГІВЛІ ТА БІРЖОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

**Матеріали III-ої Міжнародної  
науково-практичної конференції**

*(11-12 травня 2022 року)*

Один електронний оптичний диск (DVD-ROM); супровідна документація.  
Тираж 100 прим. Зам. № 382

Видавець і виготовлювач  
Національний університет «Запорізька політехніка»  
Україна, 69063, м. Запоріжжя, вул. Жуковського, 64  
Тел.: (061) 769–82–96, 220–12–14

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 6952 від 22.10.2019.