

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД
ДОНЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**



МАТЕРІАЛИ

**ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ (ІЗ ЗАРУБІЖНОЮ УЧАСТЮ)
НАУКОВОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ**

**«Актуальні проблеми теорії менеджменту,
маркетингу та фінансів:
наукові ідеї та механізми реалізації»
(12-13 травня 2021 р.)**



Покровськ – 2021

Оргкомітет конференції

Голова оргкомітету:

д.е.н., проф. Ляшок Я.О., ректор ДВНЗ «ДонНТУ» (м. Покровськ)

Співголови:

д.е.н. Квілінський О.С., директор Інституту розвитку міжнародної співпраці (м. Познань, Польща);

д.е.н., проф. Попова О.Ю., зав. кафедри управління і фінансово-економічної безпеки ДВНЗ «ДонНТУ» (м. Покровськ)

Програмний комітет:

1-а секція – к.е.н. Василюшина Л.М., ст. викладач кафедри управління і фінансово-економічної безпеки ДВНЗ «ДонНТУ» (м. Покровськ);

2-а секція – к.е.н., доцент Мізіна О.В., доцент кафедри управління і фінансово-економічної безпеки ДВНЗ «ДонНТУ» (м. Покровськ);

3-я секція – к.е.н., доцент Катранжи Л.Л., доцент кафедри управління і фінансово-економічної безпеки ДВНЗ «ДонНТУ» (м. Покровськ);

4-а секція – к.е.н., доцент Антоненко В.М., доцент кафедри управління і фінансово-економічної безпеки ДВНЗ «ДонНТУ» (м. Покровськ).

Відповідальний секретар – к.е.н., доцент Антоненко В.М., доцент кафедри управління і фінансово-економічної безпеки ДВНЗ «ДонНТУ» (м. Покровськ).

УДК 005+339.138+336

Актуальні проблеми теорії менеджменту, маркетингу та фінансів : наукові ідеї та механізми реалізації : Матеріали всеукраїнської (із зарубіжною участю) наукової конференції / Донецький національний технічний університет / Покровськ: ДВНЗ «ДонНТУ», 2021. 383с.

В конференції дистанційно прийняли участь більше 180 науковців із міст України: Вінниці, Дніпра, Києва, Краматорська, Кропивницького, Львова, Маріуполя, Одеси, Покровська, Слов'янська, Сум, Харкова, Хмельницького, Черкас, – та Республіки Білорусь, Німеччини, Йорданії і Гвінеї.

До Збірки увійшло 100 наукових публікацій.

Тематика конференції охоплює найбільш актуальні і дискусійні питання у сфері сучасних фінансів і має такі напрями (секції конференції):

1. Сучасні проблеми менеджменту суб'єктів господарювання.
2. Маркетингові дослідження в сучасному економічному просторі.
3. Розвиток фінансової науки в Україні і у світі.
4. Фінансово-економічна безпека держави, регіонів та підприємств.

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ 1 СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ МЕНЕДЖМЕНТУ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ	
Ph.D. in Economics, Associate Professor Amelnytska O. V. CONTROLLING AS A MEASURE OF FORMATION OF THE LOGISTICS MANAGEMENT SYSTEM AT THE AGRICULTURAL ENTERPRISE	13
Hyda O. A., Ph.D. in Economics, Associate Professor Mizina O. V. FORMATION OF THE DEVELOPMENT STRATEGY AT THE COAL MINING ENTERPRISE	17
Skudar A. O., Ph.D. in Economics, Associate Professor Amelnytska O. V. STRATEGIC MANAGEMENT OF LOGISTICS ACTIVITY IN INTEGRATED ENTERPRISES	21
к.е.н., доцент Базалійська Н. П., викладач Глушко Т. В., Бучаста Л. О. СИСТЕМА СОЦІАЛЬНО-ТРУДОВИХ ВІДНОСИН НА ПРАТ «ХМЕЛЬНИЦЬКА МАСЛОСИРБАЗА» В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ COVID-19	25
Балагуровська І. О., к.е.н., доцент Валенкевич Л. П. НАУКОВІ ПІДХОДИ ДО РОЗУМІННЯ ДЕСТРУКТИВНОЇ ТА КОНСТРУКТИВНОЇ ПРИРОДИ ЛІДЕРСТВА	29
Бердник Г. С., к.е.н., доцент Мізіна О. В. ДОСЛІДЖЕННЯ СКЛАДОВИХ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ НА ПІДПРИЄМСТВІ	33
Бородіна А. С., к.е.н., доцент Ляшок Н. Ю. МОТИВАЦІЯ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ НА УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ	37
д.е.н., професор, академік Ведерніков М. Д., викладач Глушко Т. В., Радішевська В. В. HR-ІНЖЕНІРІНГ В БІЗНЕС-ЕКОНОМІЦІ	40
д.е.н., професор, академік Ведерніков М. Д., викладач Глушко Т. В.,	43

Коновалова І. В. СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ПІДПРИЄМСТВІ	
Власова К. В., к.е.н., доцент Ляшок Н. Ю. АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ ГРУПАМИ В СУЧАСНИХ ОРГАНІЗАЦІЯХ	46
к.е.н. Воржакова Ю. П., Зоріна Є. Д. ОСНОВНІ СКЛАДОВІ ЕЛЕМЕНТИ ТРАНСФОРМАЦІЇ ОПЕРАЦІЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ	49
к.е.н. Воржакова Ю. П., Новокшанова О. О. ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ ПРОЦЕСІВ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ПІДПРИЄМСТВАХ	53
Ворона Т. В., к.е.н., доцент Ляшок Н. Ю. ОРГАНІЗАЦІЙНЕ ПРОЕКТУВАННЯ В ТЕОРІЇ МЕНЕДЖМЕНТУ	56
Гевлич Т. І., к.е.н., доцент Гевлич Л. Л. УДОСКОНАЛЕННЯ ОБЛІКОВОЇ СИСТЕМИ СУБ'ЄКТА ДЕРЖАВНОГО СЕКТОРУ ЯК НАПРЯМ ОПТИМІЗАЦІЇ УПРАВЛІННЯ	60
Гиренко В. О., Шерепа Б. І., к.е.н. Мантур-Чубата О. С. ЧОЛОВІКИ І ЖІНКИ НА РИНКУ ПРАЦІ: НЕРІВНІСТЬ СОЦІАЛЬНИХ МОЖЛИВОСТЕЙ	63
Головатий А. Ю., к.е.н., доцент Ляшок Н. Ю. МОДЕЛЬ УКРАЇНСЬКОГО МЕНЕДЖМЕНТУ: ПРОБЛЕМИ ТА ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ	66
Гринюк Д. С., Боровик В. Ю., к.е.н. Мантур-Чубата О. С. ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ РИНКУ ПРАЦІ В УКРАЇНІ	70
Деркач М. С., к.е.н. Василюшина Л. М. НЕМАТЕРІАЛЬНЕ СТИМУЛЮВАННЯ ПЕРСОНАЛУ ЯК ІНСТРУМЕНТ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ	74
д.е.н., доцент Климчук О. В. УПРАВЛІНСЬКІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ І ТЕХНОЛОГІЙ В УКРАЇНІ	77

к.т.н., доцент Козловська С. Г. СУКУПНІСТЬ ІНТЕЛЕКТІВ КЕРІВНИКА ЯК ОСНОВНА СКЛАДОВА УСПІШНОГО УПРАВЛІННЯ ОРГАНІЗАЦІЄЮ	81
Коновалова І. В., Малашков В. І., к.е.н. Мантур-Чубата О. С. ГЕНДЕРНА НЕРІВНІСТЬ НА РИНКУ ПРАЦІ: ПРИЧИНИ ТА СПОСОБИ ВИРІШЕННЯ	85
к.е.н. Костецька К. О. ІНСТИТУТИ ГРОМАДСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА: ІНКЛЮЗИВНИЙ ПІДХІД ДО ПРИЙНЯТТЯ ЕКОЛОГООРІЄНТОВАНИХ РІШЕНЬ	88
Котова А., к.е.н., доцент Амельницька О. В. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТРАНСПОРТНО- ЛОГІСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ В СУЧАСНИХ РЕАЛІЯХ ОБМЕЖЕНЬ	92
к.е.н., к.т.н. Кофанов О. Є., Якубчак М. А. ПРОБЛЕМИ МЕНЕДЖМЕНТУ ТА МАРКЕТИНГУ В УМОВАХ АКТИВНОГО РОЗВИТКУ «ЗЕЛЕНИХ» ТЕХНОЛОГІЙ	96
Кронік Н. С., к.е.н., доцент Мирошніченко Г. Б. АНАЛІЗ МЕТОДІВ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ	100
к.е.н. Кулаков О. О. СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ МЕНЕДЖМЕНТУ ІНВЕСТИЦІЙНО- ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ	103
Лаптева П. С., к.е.н., доцент Мирошніченко Г. Б. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ПРОВЕДЕННЯ ОЦІНКИ ПЕРСОНАЛУ	107
Манукян М. С., к.е.н., доцент Мирошніченко Г. Б. ВПЛИВ ЛОГІСТИЧНОЇ СТРАТЕГІЇ НА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ОПТОВОГО ПІДПРИЄМСТВА	111
Мироненко Б. С., к.е.н. Василюшина Л. М. ОСОБЛИВОСТІ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ МЕДІАПРОСТОРОМ В УКРАЇНІ	114
к.е.н., доцент Олійник І. В. БРЕНДИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПОСИЛЕННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПОЗИЦІЙ ЗАКЛАДУ ВИЩОЇ ОСВІТИ НА РИНКУ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ	117
Письменна Я. С., к.е.н., доцент Ляшок Н. Ю.	121

ПОРІВНЯЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ВІДОМИХ МОДЕЛЕЙ ПІДГОТОВКИ МЕНЕДЖЕРІВ	
Письменна Я. С., к.е.н., доцент Мирошніченко Г. Б. АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ МЕНЕДЖМЕНТУ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ	125
Салькова Ю. В., к.е.н., доцент Ляшок Н. Ю. ПРОБЛЕМИ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ	128
аспірантка Сичова К. В. КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ПОЛІТИКА ЯК ФОРМА ПРОЯВУ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ	131
к.е.н., доцент Следь О. М., Сімоненко В. Ю. ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ МОТИВАЦІЇ ПРАЦІ НА СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ	135
Сумятін В. В., д.е.н, доцент Лохман Н. В. УПРАВЛІННЯ ТРУДОВИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА НА ОСНОВІ ЕКОНОМІЧНОГО АНАЛІЗУ	138
к.е.н., ст. наук. співробітник Усата Н. В. ПРІОРИТЕТНІ НАПРЯМИ ДЕРЖАВНО-ПРИВАТНОГО ПАРТНЕРСТВА (ДПП) В СІЛЬСЬКОМУ ГОСПОДАРСТВІ УКРАЇНИ	141
к.е.н., доцент Хмурова В. В., Єфімова В. Є. ІШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ В УПРАВЛІННІ	144
Хоменко М. Я., к.е.н., доцент Мізіна О. В. ОСОБЛИВОСТІ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ	148
Хохленко Д. С., к.е.н. Василюшина Л. М. СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ ВУГІЛЬНОЇ ГАЛУЗІ В УМОВАХ ДЕКАРБОНІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ	152
Швед С. М. к.е.н., доцент Мирошніченко Г. Б. МЕТОДИКА ОЦІНКИ ВАРТОСТІ ДЕРЖАВНОГО ВУГІЛЬНОДОБУВНОГО ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ СТАБІЛІЗАЦІЇ	157
Шепелева К. Є., к.е.н., доцент Ляшок Н. Ю.	160

ІНТЕГРОВАНІ СИСТЕМИ МЕНЕДЖМЕНТУ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ	
викладач Шляхтіна Г. В. ПАРАДИГМА РОЗВИТКУ ЛІДЕРСЬКОГО ПОТЕНЦІАЛУ В УМОВАХ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ	164
Яворський В. А., к.е.н., доцент Базалійська Н. П. АУТ-ТЕХНОЛОГІЇ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА	168
Ящук С. А., к.е.н., доцент Ляшок Н. Ю. АНАЛІЗ ЗОВНІШНЬОГО ТА ВНУТРІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА ОРГАНІЗАЦІЇ	172
СЕКЦІЯ 2 МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ В СУЧАСНОМУ ЕКОНОМІЧНОМУ ПРОСТОРІ	
Барабаш К. О., к.е.н., доцент Мирошніченко Г. Б. КЛАСИФІКАЦІЯ МЕТОДІВ ОЦІНКИ ЯКОСТІ ЕЛЕКТРОННИХ ПОСЛУГ	175
Васильєва А. Д., к. держ. упр., доцент Ляшко І. І. СИТУАТИВНИЙ МАРКЕТИНГ: СУЧАСНІ ІНФОПРИВОДИ	178
Говоруха М. Р., к.е.н., доцент Буга Н. Ю. АНАЛІЗ СТАВЛЕННЯ СПОЖИВАЧІВ ДО РЕСТОРАНІВ ШВИДКОГО ХАРЧУВАННЯ НА ПРИКЛАДІ MCDONALD'S	181
Грушка А. О., к.е.н., доцент Артеменко Л. П. БЕНЧМАРКІНГ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ УКРАЇНИ	185
Кобець А. В., к.е.н., доцент Мирошніченко Г. Б. АНАЛІЗ РИНКУ БУДІВЕЛЬНИХ МАТЕРІАЛІВ УКРАЇНИ	189
к.е.н, доцент Кушнір Т. М. ЕТИКА В МАРКЕТИНГУ: ЖИТТЄЗДАТНІСТЬ ТА ПЕРСПЕКТИВИ	192
к.е.н., старший викладач Летуновська Н. Є., к.е.н., старший викладач Росохата А. С., Кропива В. В. ТРЕНДИ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ В ОЗДОРОВЧІЙ ГАЛУЗІ	195
к.е.н. Лісений Є. В., Коверга А. С.	198

СЕНСОРНИЙ МАРКЕТИНГ: ВИКОРИСТАННЯ КОЛЬОРУ ЯК СКЛАДОВА МЕХАНІЗМУ ДОСЯГНЕННЯ МАРКЕТИНГОВИХ ТА РЕКЛАМНИХ ЦІЛЕЙ	
к.е.н., доцент Мізіна О. В. ІНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГІЇ ТА ІНСТРУМЕНТИ ОНЛАЙН-ПРОСУВАННЯ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ	201
Никитін К. О., д.е.н., доцент Ягельська К. Ю. ЕВОЛЮЦІЯ ПОГЛЯДІВ НА КОМПЛЕКС МАРКЕТИНГУ	206
к.е.н., зав. кафедрою маркетингу та менеджменту Павлова О. В. СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО МАШИНОБУДУВАННЯ	210
Пелехацький Д. О., к.е.н., доцент Янчук Т. В. UX-ДОСЛІДЖЕННЯ ЯК СПОСІБ МІНІМІЗАЦІЇ РИЗИКІВ НА РИНКУ НОВИХ ПРОГРАМНИХ ПРОДУКТІВ	214
к.е.н., доцент Пилипенко О. С. ВИКОРИСТАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ПІДХОДІВ У МАРКЕТИНГУ В ПРОЦЕСІ ФОРМУВАННЯ ЛОЯЛЬНОСТІ СПОЖИВАЧІВ ДО ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА	217
Попенко А. М., к.е.н., доцент Буга Н. Ю. БЕНЧМАРКІНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ ДЛЯ АНАЛІЗУ НАЙКРАЩИХ ПРАКТИК ПІДПРИЄМСТВ	222
СЕКЦІЯ 3 РОЗВИТОК ФІНАНСОВОЇ НАУКИ В УКРАЇНІ І У СВІТІ	
Amelnytska M. I., Ph.D. in Economics, Associate Professor Antonenko V. M. CORPORATE FINANCIAL FLOW MANAGEMENT	225
Dyakova Ya. Yu. FINANCIAL ASPECTS OF DEVELOPMENT OF NATURE RESERVE FUND OF DONETSK REGION	229
Hassan Ali Qasem Al-Ababneh OPTIMIZATION MECHANISM OF EFFECTIVE DISTRIBUTION OF ADVERTISING BUDGET	232
Sv. Popova FINANCIAL MECHANISMS TO ENSURE THE GREENING OF PRODUCTION	235
к.е.н., доцент Амбарчян М. С. ПРОГРАМНО-ЦІЛЬОВИЙ МЕТОД ЯК МЕХАНІЗМ ЕФЕКТИВНОГО ВИКОРИСТАННЯ БЮДЖЕТНИХ КОШТІВ	238

к.е.н., доцент Антоненко В. М., Альохін В. В. ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЄКТІВ, НАПРАВЛЕНИХ НА ПІДТРИМКУ ПРОМИСЛОВИХ ПОТУЖНОСТЕЙ	242
Ареян Л. Р., к.е.н., доцент Мирошниченко Г. Б. АНАЛІЗ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ	245
Власенко О. С., к.е.н., доцент Юрчишена Л. В. ПОДАТОК НА ВИВЕДЕНИЙ КАПІТАЛ: ПЕРСПЕКТИВИ ФУНКЦІОНУВАННЯ В УКРАЇНІ	248
Головатий А. Ю., к.е.н., доцент Марина А. С. ОЦІНКА ВИДАТКІВ ДЕРЖАВНОГО БЮДЖЕТУ УКРАЇНИ НА ОСВІТУ	253
д.е.н., професор Дейч М. Є. ДЕРЖАВНО-ПРИВАТНЕ ПАРТНЕРСТВО ЯК ЧИННИК ФІНАНСОВОЇ ПІДТРИМКИ НАСЕЛЕННЯ	257
Драченко А. І., д.е.н., доцент Лактіонова О. А. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ РИЗИКАМИ ПІДПРИЄМСТВА	260
д.е.н., професор Коверга С. В., к.е.н. Павлович Р. В. ПРОБЛЕМИ ФІНАНСУВАННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ ІННОВАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ	264
д.е.н., професор Мартиненко В. П. СУТНІСТЬ ФІНАНСОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА	268
Піліна А., к.е.н., доцент Антоненко В. М. ФІНАНСОВА ОБІЗНАНІСТЬ МОЛОДІ ЯК ШЛЯХ ДО ФІНАНСОВОГО МАЙБУТНЬОГО УКРАЇНИ	272
Пушкарьова І. О., к.е.н., доцент Катранжи Л. Л. АНАЛІЗ КАДРОВОГО РЕСУРСУ БАНКУ(НА ПРИКЛАДІ АТ «ОЩАДБАНК»)	276
Свитич А. А., асистент Крюков Д. Е. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ БЛОКЧЕЙН В СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ. ПРЕИМУЩЕСТВА И ПЕРСПЕКТИВЫ БЛОКЧЕЙНА В СЕЛЬСКОМ ХОЗЯЙСТВЕ	281

Семенов Д. Р., к. держ. упр., доцент Ляшко І. І. ФІНАНСОВА НАУКА В УКРАЇНІ: СУТНІСТЬ І ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ	285
Сервачук М. О., к.е.н., доцент Антоненко В. М. ПУБЛІЧНІ ЗАКУПІВЛІ В БЮДЖЕТНОМУ ПРОЦЕСІ В ДВНЗ «ДОННТУ»	288
к.е.н., ст. наук. співробітник Сухіна О. М., доктор геологічних наук, доцент Улицький О. А. магістр Єланська Н. О. МЕТОДИ ВАРТІСНОЇ ОЦІНКИ ЕКОСИСТЕМНИХ АКТИВІВ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД ЯК СКЛАДОВА ЕНВАЙРОНМЕНТАЛЬНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ	292
к.е.н, доцент Шевчук О. А., Когінова А. Д., Лупяк А. С. КАПІТАЛІЗАЦІЯ БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ	296
СЕКЦІЯ 4 ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА ДЕРЖАВИ, РЕГІОНІВ ТА ПІДПРИЄМСТВ	
Pr. Ahmadou Oury Koré BAH Pr. Larysa SOROKINA DIASPORA GUINEENNE COMME UNE SOURCE DE DEVELOPPEMENT ECONOMIQUE DU PAYS	300
к.е.н., доцент Ахновська І. О., Брацлавець О. Ю. ДОСЛІДЖЕННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ КРАЇН ЗА МІЖНАРОДНИМИ РЕЙТИНГОВИМИ ПОКАЗНИКАМИ НА ОСНОВІ КЛАСТЕРНОГО АНАЛІЗУ	303
Болотько В. М., к.э.н., доцент Гридюшко Е. Н. ИНВЕСТИЦИОННЫЕ ПРОЕКТЫ И ОЦЕНКА ИХ ЭФФЕКТИВНОСТИ	307
Важник С. А., к.е.н. Придятько Е. М. ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА ДЕРЖАВИ, РЕГІОНІВ ТА ПІДПРИЄМСТВА	311
Голуб М. В., викладач Юричина І. А. ФІНАНСОВІ РЕСУРСИ РЕГІОНУ: СУТНІСТЬ ТА ЗМІСТ	314

Данелюк І. Ю. ПРОБЛЕМИ РЕГІОНАЛЬНОГО РОЗВИТКУ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ	317
Дементьева І. В., к.е.н., доцент Мізіна О. В. УПРАВЛІННЯ ЕНЕРГЕТИЧНОЮ БЕЗПЕКОЮ ПІДПРИЄМСТВА	320
магістр Ермолицкая О. В., к.э.н., доцент Гридюшко Е. Н. ЛИЗИНГ В БЕЛАРУСИ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ	324
Жажина К. А., к.е.н. Придятько Е. М. СТАН ЛЕГКОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ	327
Ковалевський О. Ю., к.е.н., доцент Рощина Н. В. ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ БЕЗПЕКИ БАНКІВСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В СУЧАСНИХ УМОВАХ	330
ст. викладач Костакова Л. Д. СУТНІСТЬ АНТИКРИЗОВОГО ФІНАНСОВОГО УПРАВЛІННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ	333
к.е.н., к.т.н. Кофанов О. Є., д.п.н., к.х.н. Кофанова О. В., Трофименко В. В. ЕКОЛОГІЧНО ОРІЄНТОВАНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК КРАЇН СВІТУ	336
Кох Ю. І., к.е.н., доцент Катранжи Л. Л. ФІНАНСОВА БЕЗПЕКА РЕГІОНУ ЯК СТРАТЕГІЧНА СКЛАДОВА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ	341
к.е.н., доцент Мотовчі Г. С. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЗАЛУЧЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙ В ЕКОНОМІКУ УКРАЇНИ	345
к.е.н., доцент Пестовська З. С. ПЕРСПЕКТИВИ ЗАСТОСУВАННЯ БЛОКЧЕЙН-ТЕХНОЛОГІЇ В АУДИТІ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВ	348
Рабцевич А. А., старший преподаватель Гайдуков А. А. ОПТИМИЗАЦИЯ РАЗМЕРОВ И СОЧЕТАНИЯ РЕСУРСОВ ОРГАНИЗАЦИЙ АПК РЕГИОНА С ЦЕЛЬЮ УЛУЧШЕНИЯ ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	352
Свитич А. А., ассистент Крюков Д. Е. РАЗВИТИЕ БЕЗНАЛИЧНЫХ РАСЧЕТОВ ПО РОЗНИЧНЫМ	355

ПЛАТЕЖАМ В БАНКАХ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ	
к.е.н., доцент Снігова О. Ю. СТРУКТУРНА ТРАНСФОРМАЦІЯ ЕКОНОМІКИ ЯК ОСНОВА ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ СТАРОПРОМИСЛОВИХ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ	359
к.е.н., доцент Фоміна О. О. КОРУПЦІЙНІ ДІЯННЯ ЯК НЕЕКВІВАЛЕНТНА ЕКОНОМІЧНА ПОВЕДІНКА	363
к.е.н., доцент Худавердієва В. А. ЕФЕКТИВНИЙ РОЗВИТОК АПК ЯК ЗАПОРУКА ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ДЕРЖАВИ	366
д.е.н., професор Швець І. Б., к.е.н., доцент Следь О. М., Біленська М. М. ВПЛИВ ВНУТРІШНЬОЇ ВИМУШЕНОЇ МІГРАЦІЇ НА СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ СТАН ДЕРЖАВИ	370
Якобчук Н. С., к.е.н., доцент Булат Г. В. Якобчук Н. С., к.е.н., доцент Булат Г. В. БЮДЖЕТНА БЕЗПЕКА ЯК ВАЖЛИВИЙ ЕЛЕМЕНТ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ ДЕРЖАВИ	374
Рибіна О. Є., к.е.н., доцент Мізіна О. В. ТРАНСФОРМАЦІЯ ПІДХОДІВ ДО УПРАВЛІННЯ ЗАПАСАМИ	378

СЕКЦІЯ 1
СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ МЕНЕДЖМЕНТУ
СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

**CONTROLLING AS A MEASURE OF FORMATION OF THE LOGISTICS
MANAGEMENT SYSTEM AT THE AGRICULTURAL ENTERPRISE**

Ph.D. in Economics, Associate Professor Amelnytska O. V.

Pryazovskyi State Technical University

(Mariupol, Ukraine)

As one of the measures to form a system of logistics management in the studied agricultural company, the introduction of logistics controlling is proposed, the mechanism of operation of which with a focus on the management of logistics processes is presented in Fig. 1.

The current results of the logistics activities of the researched enterprise arise as a result of the adopted and implemented management decision, which must meet the target criteria, a set of possible alternatives and the consequences of their choice. Controlling in the tracking process is designed to care for the results, collect analytical information and monitor the processes of logistics activities of the enterprise. In the future, reports are formed on the results of logistics activities of the enterprise for certain periods of time (day, Sunday, month, year), which require comparison with the target planned results [1]. The next step in the process of logistics controlling is the formation of conclusions, on the basis of which deviations are analyzed, possible threats to the external environment are identified, and the strengths and weaknesses of the enterprise are assessed. The formed conclusions give the chance to predict change of logistic potential of the enterprise in the conditions of new external environment and allow to develop the administrative decision more adequate to external circumstances, in another case – to form recommendations on

adjustment of the previous administrative decision. The results of the study on the basis of logistics controlling are presented to the head of the enterprise for the final conclusion: the adoption of a new or adjusted management decision, thus obtaining a vicious circle (Fig. 1).

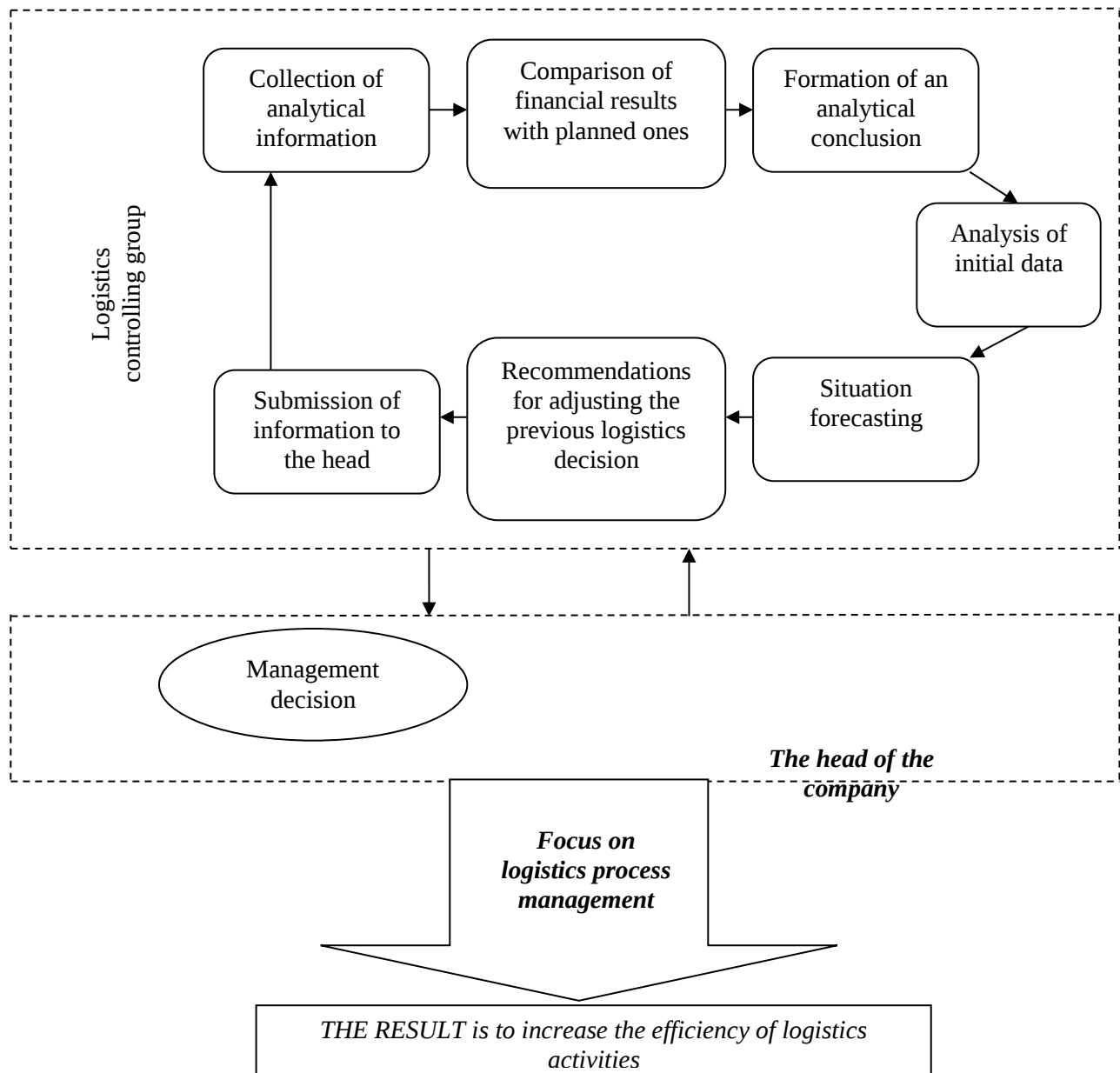


Fig. 1 – The mechanism of the process of logistics controlling at the enterprise

In order to avoid certain negative results in the process of logistics process management in LLC "UTA Logistics" it is advisable to introduce into the system of logistics management functions of logistics controlling, which will allow:

- to coordinate the management of logistics activities in order to achieve the logistics goals of the studied energy supply company;

- provide information and consulting support for management decisions on logistics processes in LLC "UTA Logistics";
- to create and ensure the functioning of an effective information system for managing the logistics activities of the agricultural company;
- to ensure the rationality of the management process of logistics activities;
- to increase the efficiency of logistics processes management at the researched enterprise as a whole [2].

Thus, the main task of logistics controlling at the enterprise is the implementation of operational control over the optimality of various flow processes: material, financial, information resources. That is, the purpose of logistics controlling is, firstly, to provide management with the objective information needed to make rational decisions in the logistics system, and secondly, to coordinate the various flow processes with each other. Analysis of the logistics activities of UTA Logistics LLC allowed to substantiate certain reasons for the introduction of the logistics controlling function:

- strict requirements for the logistics management system of the enterprise, associated with the constant variability of the external environment;
- shifting the emphasis from retrospective analysis of the past to forecasting the future;
- the need to increase the mobility and flexibility of logistics activities of the enterprise in response to changes in the external environment;
- the need for constant monitoring of changes in the external and internal environment of the studied enterprise;
- the need to form a sound and effective system of measures to ensure the viability and stability of the enterprise and prevent crises;
- constant complication of the general management systems of the researched enterprise needs adjustment of components of logistic management inside;
- a lot of external information flow and a constant increase in internal information flow requires the formation of a perfect system of information support for logistics management;

- the objective need for a synthesis of logistics management with the overall management of the enterprise.

The functions of logistics controlling in the studied agricultural company include:

- construction of analytical forecasts and providing managers of higher and middle level with operational information on the state of logistics costs of the enterprise;

- preparation of detailed analytical reports on the logistics activities of the enterprise,

- forecasting of logistic indicators of activity of the enterprise both as a whole, and separate departments and divisions of Open Company "UTA Logistics";

- implementation of economic examination of management decisions related to logistics costs and profits;

- substantiation of the methodology of planning the logistics activities of the enterprise.

As a practical measure for the implementation of logistics controlling at the researched enterprise, it is proposed to add to the functions performed by the logistics department the function of controlling logistics processes in order to increase the efficiency of logistics activities and clearly define responsibility for management decisions. In the absence of the existing system of logistics management of the researched enterprise functions of logistics controlling, its implementation should be carried out gradually, provided that the goals, clarity and importance of each stage are clear.

References

1. Карвовський, Я. І., Блонський К. М. Логістика в управлінні стосунками з клієнтами. *Вісник національного університету «Львівська Політехніка». Логістика*. 2016. №552. С. 35–39.
2. Гуторов О. Формування ефективного механізму функціонування логістичних систем сільськогосподарських підприємств. *Економіка АПК*. 2013. № 8.С. 33–37.

FORMATION OF THE DEVELOPMENT STRATEGY AT THE COAL MINING ENTERPRISE

Hyda O. A.,

Ph.D. in Economics, Associate Professor Mizina O. V.

Donetsk National Technical University

(Pokrovsk, Ukraine)

The activity of each business entity that acts as an open production-economic and socio-economic system, aimed at two target installations, first: survival – self-preservation, a certain stability of activity, and optimal functioning – and secondly – the desire for development and improvement. That is, each enterprise, organization, institution during its life is based on the balance of change and relative stabilization. According to [1, p. 18-19] the old concept of "... first preservation, then development" was replaced by a new one – "preservation through development". At the end of any change, economic growth must be ensured, which is determined by the improvement of the quantitative characteristics of the enterprise, and the development of the enterprise, which ensures the accumulation of potential and further growth of it. Analysis of existing views on understanding the essence of development has identified components of the definition of development: change of matter and consciousness, opportunity and desire, purposefulness of changes, growth, program of opportunities, quantitative and qualitative changes; a set of processes, the process of changing goals, the growth of scientific and technical results, the process of transformation, capacity building. This broad aspect of perception of developmental research is explained by its understanding, depending on the range of research coverage and what or who is the object.

Summarizing the above analysis of the concept essence of "enterprise development", it is appropriate to determine that the development of the enterprise should be understood as a set of changes in its quality (as a system), resulting from the interaction of functional elements of external and internal origin at different levels. The strategic orientation of the functioning of any enterprise becomes a

priority and a factor in its survival and development under the influence of a changing, extremely unstable external environment. The application of the concept of strategic management will allow to adequately and timely respond to the uncertainties and risks that characterize the modern external environment.

It is proposed to form three conceptually different approaches to the content of the concept of "enterprise strategy":

- strategy is seen as a process associated with the coordination of goals and resources at the disposal of the enterprise through a certain set of decision-making rules;

- strategy is seen as a result, i.e. there is the establishment of specific strategic guidelines to ensure the functioning of the enterprise;

- strategy is considered as a model of activity of the enterprise on the basis of development of the program of its functioning as open system in the changing external environment for the purpose to achieve its goals.

It is advisable to determine that the strategy of enterprise development is a general comprehensive program of actions, expressed in both quantitative and qualitative forms, shaping a clear idea of the future parameters of enterprise development, taking into account the goals and resources needed to achieve them.

Strategies for enterprise development should be divided into three groups – strategies for survival, stabilization and growth. It seems appropriate to link the selection of classification groups of enterprise development strategies with the level of its economic potential, the stage of the life cycle and the position of the enterprise in the market (Table 1).

In accordance with [3] in order to justify and select the strategy of development of coal mining enterprises, it is proposed to calculate the coefficients of elasticity of the development potential of coal mining enterprises. Calculations of these coefficients are proposed to be performed on partial potentials by the method of chain statement. Calculations of the coefficients of elasticity of the development potential of coal mining enterprises have shown that the greatest influence on its level is

exerted by the natural and technological potential, in the second place – by the market potential and in the third – by the organizational and managerial potential.

Table 1 – Expediency of using enterprise development strategies [2]

No.	The name of the development strategy	Terms of use	Orientation
1	Survival	During the economic crisis or such phase of the life cycle of the enterprise, when economic performance tends to decrease	Search for effective ways to use the internal resources of the enterprise
2	Stabilizations	Should be used by companies that are satisfied with their market position	Search for internal reserves and market opportunities while minimizing risks to protect their market positions
3	Growth of the enterprise	Certain decisions regarding the structure, volume of production and management and be aimed at ensuring the main objectives of the enterprise	Improving management methods, business processes and human capital development of the enterprise

The results obtained by the calculations provide an opportunity to improve the development strategies of coal mining enterprises by specifying areas to increase the development potential of coal mining enterprises. For coal mining enterprises [3] it is proposed to apply four development strategies (Fig. 1).

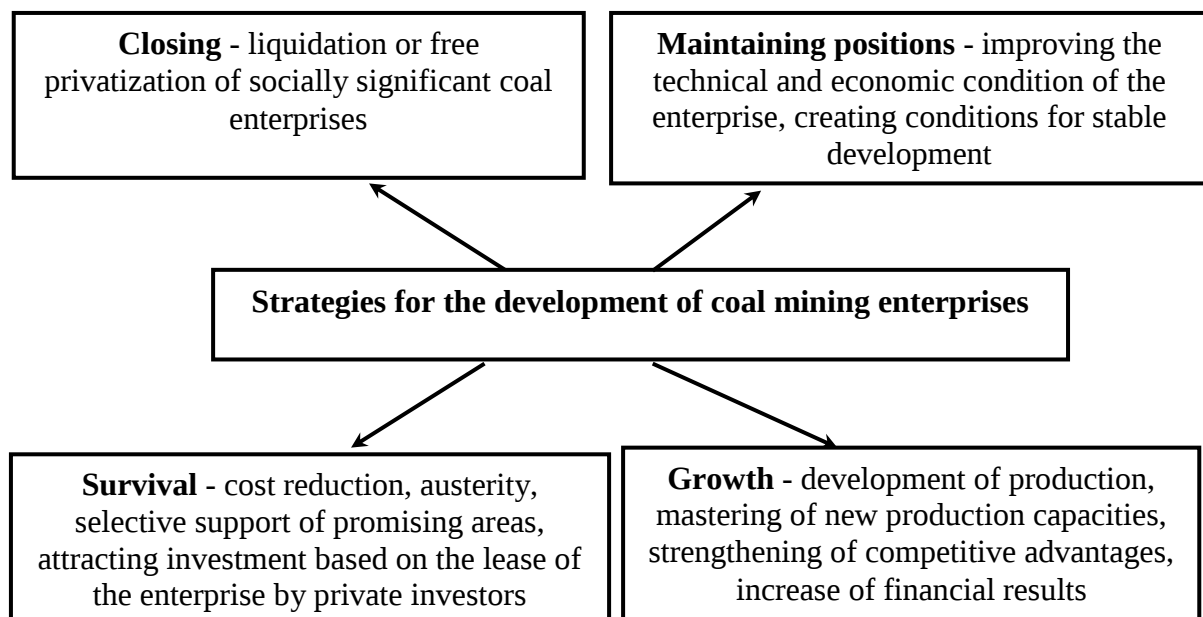


Fig.1 – General strategies for the development of the coal mining enterprise [3, p. 127]

The combination of development strategies of the coal mining enterprise and development potentials strategies of the coal mining enterprise gives the chance to establish a scale of an estimation of level of factors and to form 16 fields (fig. 2).

overall growth	12	13	9	4
accelerators	11	7	3	10
removal from the anchor	5	2	8	15
step forward	1	6	14	16
	coagulation	survival	maintenance positions	growth

Fig. 2 – Matrix of choice of development strategies and strategies to increase the potential of the enterprise [3, p. 128]

In each field of the matrix, specific strategies for the development of the coal mining enterprise and the development potential of the coal mining enterprise are formed.

References

1. Кошельник В. Н. Развитие предприятия: экономическая сущность и видовая классификация. URL: [http:// www.jurnal.org/articles/2014/ekon71.html](http://www.jurnal.org/articles/2014/ekon71.html).
2. Григор'єва Л. Базові стратегії як основа розвитку підприємства. *Соціально-економічні проблеми і держава*. 2013. Вип. 1 (8). С. 116–124.
3. Карапетян О. А. Стратегія підвищення потенціалу розвитку вугледобувних підприємств: дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук за спеціальністю 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)». Краматорськ. 2017. 196 с.

STRATEGIC MANAGEMENT OF LOGISTICS ACTIVITY IN INTEGRATED ENTERPRISES

Skudar A. O.,

Ph.D. in Economics, Associate Professor Amelnytska O. V.

Pryazovskyi State Technical University

(Mariupol, Ukraine)

The planning function involves addressing two global issues: what the goals of the organization should be and what the members of the organization should do to achieve them. With the help of planning you can transfer the firm as a system from the ascending, basic level to a certain level of development by maneuvering and concentrating forces and resources on priority areas of its activities, as well as determine the prospects and future state of the firm.

Planning is the basis of the logistics management system of the enterprise in the performance of any of its characteristic functions. This is a system of methodological techniques (works and procedures), the implementation of which in a certain sequence allows to ensure the effectiveness of management decisions. Adherence to the principle of system unity of stages "strategic planning – business planning – long-term planning – current planning – operational planning" allows to reveal uncertainties consistently and dosed, related to the external environment of the enterprise, as well as the state of the enterprise as a business system and its individual subsystems (individual industries and units). Neglecting one of the elements of such a system can lead to:

- reducing the accuracy of planning, and, accordingly, to reduce the effectiveness of decisions;
- increase risk in making management decisions.

Strategic planning in the logistics management system is an organizational strategic forecast, internal coordination, distribution of resources between several areas of logistics activities of the enterprise in order to adapt to the expected changes in the external environment.

The main attention is paid to the activity of integrated enterprises. Thus, integrated enterprises can be represented by one or more organizations that simultaneously perform the basic functions inherent in different enterprises of the market infrastructure. In general, the elements of market infrastructure include: financial institutions; information organizations; legal organizations; controlling organizations; transport organizations; service organizations; trade organizations; warehousing organizations; manufacturing enterprises. Moreover, given the current state of development and functions performed by manufacturing enterprises, most of them can be defined as integrated enterprises. This is due to the fact that in their production and commercial activities they act simultaneously in three blocks.

First, they fully perform the functionality of the production enterprise, choosing their own production direction, producing goods, performing work and providing services.

Secondly, the performance of the function of intermediary organizations for most producers is a necessary tool to increase the efficiency of their production activities through the possibility of influencing, first of all, market pricing policy and the availability of conditions for self-storage and transportation of goods to consumers. It should also be noted that the involvement of methods of sales promotion and goods promotion is possible in the presence of a relevant specialist at the production plant, which at low additional costs will increase the profitability of the producer.

And, thirdly, as a trading company performs at the same time the functions of pricing, customer search, management of distribution and sales, increasing market share, which significantly increases the competitive advantages of the company. At the same time, the company can both complete its functions of horizontally integrated structure and sell goods to potential consumers from outside, and move to a higher level – vertical integration and become a consumer of raw materials for further processing, going through the same cycle of combining individual management functions and leave with a new product to a higher level of infrastructure [1].

Prerequisites for the formation of logistics activities for integrated enterprises are caused not only by the development of logistics activities in historical terms, but also by the presence of all their components, which with appropriate management through organizational changes will be fully functionally formed structures – logisticcs systems and will have all the prerequisites organizational management mechanism. Studies of the formation factors of the organizational mechanism of logistics activities of integrated enterprises allowed to divide them into blocks of macro-environment (by indirect and direct influence) and micro-environment of the enterprise (Fig. 1).

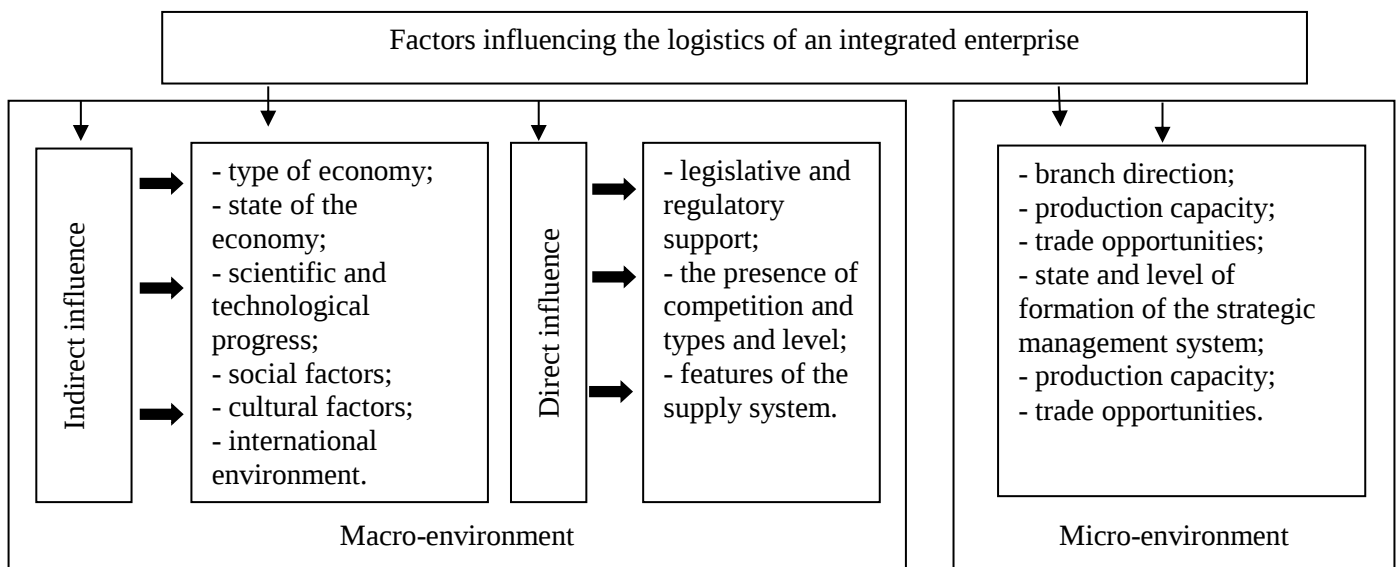


Fig. 1 – Factors of formation of logistic activity of integrated enterprises

The formation of the organizational mechanism for managing the logistics activities of integrated enterprises is based on the separation from the general rules and regulations circulating within the enterprise, as well as all business processes, namely the features of logistics tools through establishing relationships between departments and / or functions. The process of creating logistical competitive advantages for modelling strategies for integrated enterprises will take place in several stages:

- conducting a strategic analysis of the logistics systems of an integrated enterprise;

- modelling of logistics strategy;
- formalization and implementation of the strategy;
- control of the planned efficiency;
- introduction of appropriate organizational changes at the enterprise.

The principles of forming the mechanism of modern logistics strategies include the following:

- consistency between management decisions at all levels of logistics systems, organizational and management chain;
- the complexity and consistency of the phased introduction and implementation of the mechanism of strategic management in various areas of the integrated enterprise;
- realism and elasticity of modelling strategies for the development of logistics [1].

The basic purpose of the formation of the organizational mechanism of logistics activities for the functioning of integrated enterprises should be considered not only to increase the efficiency of individual processes of the management system, but also to optimize the cost of ensuring and increasing economic results of tangible and intangible flows. Moreover, all the identified components fully form the mechanism that is the basis of strategic management of the enterprise. Logistics strategies, which are the end result of the organizational mechanism formation of management of marketing and sales activities of integrated enterprises, are a deepening of traditional strategies for obtaining competitive advantages of enterprises.

References

1. Батюк Л. А., Квятко Т. М., Бабко Н. М. Суспільні ринкові трансформації: глобальний контекст. *Вісник ХНТУСГ: економічні науки*. 2018. Вип. 193. С. 110–120.
2. Романюк І. А. Особливості відтворювального процесу в аграрному секторі. *Агросвіт*. 2016. №11. С. 12–15.
3. Babenko V., Nazarenko O., Nazarenko I., Mandych O., Krutko M. Aspects of program control over technological innovations with consideration of risks. *Eastern-European Journal of Enterprise Technologies*. 2018. № 3/4 (93). P. 6–14.

**СИСТЕМА СОЦІАЛЬНО-ТРУДОВИХ ВІДНОСИН НА
ПРАТ «ХМЕЛЬНИЦЬКА МАСЛОСІРБАЗА»
В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ COVID-19**

к.е.н., доцент Базалійська Н. П.,

викладач Глушко Т. В.,

Бучаста Л. О.

Хмельницький національний університет

(м. Хмельницький, Україна)

Людські ресурси визначають стан і перспективи економічного та соціального розвитку будь-якої країни, а тому питання відтворення людських ресурсів та реформування сфери соціально-трудових відносин є предметом наукових досліджень, а також об'єктом регулювання державної програми.

Соціально-трудові відносини – це відносини, зумовлені трудовою діяльністю, які виникають і розвиваються з метою регулювання якості трудового життя. Такі відносини впливають з угоди між працівником і роботодавцем про обов'язки особистого виконання працівником на платних засадах відповідних трудових функцій.

Реформування сфери трудових відносин передбачає впровадження якісно нових підходів до регулювання соціально-трудової сфери в розрізі забезпечення продуктивної зайнятості, підвищення рівня мотивації найманих працівників до продуктивної праці, розвитку саме тих якостей працюючих, які забезпечують високу ефективність роботи та перетворюють людські ресурси підприємства в джерело стійкої конкурентної переваги.

Ситуацію з коронавірусом підприємства і світ в цілому, проживають вперше. Враховуючи українську дійсність, недосконала система ринку праці, безробіття, ми лише формуємо права і обов'язки працедавця та персоналу.

Пандемія COVID-19 внесла вагомі корективи в сучасний ринок праці та трудові відносини. Багато підприємств не витримали жорстких умов карантину, і вимушено закрилися, інші – пристосувалися до нових умов праці.

Багато підприємств які підпадали під карантинні обмеження, стали заручниками ситуації. Вони змушені були або обмежувати свою роботу, або зовсім зупинити її, відправляючи людей у примусові (вимушені) відпустки, або мали виплачувати працівникам мінімальні заробітні плати, що призвело до того, що такі підприємства потерпіли немаленькі збитки.

Проблемним питанням нашого дослідження є оптимізація соціально-трудових відносин в умовах пандемії COVID-19, на підприємстві ПрАТ «Хмельницька маслосирбаза».

Це підприємство розташоване в обласному центрі Хмельницької області – м. Хмельницькому. Воно спеціалізується на виробництві плавлених сирів, твердих сирів, вершкового масла, сухого молока та інших видів молочної продукції. Потужність підприємства розрахована на переробку 250 тон молока за добу.

Всього підприємство виробляє 218 видів продукції, та має 35 торговельних точок як по місту, так і по всій Хмельницькій області, де реалізується більше 40% продукції. Також, є продукція яка виробляється на експорт. Асортимент, в такому випадку, буде залежати від попиту. Експорт товарів здійснюється, в основному, в такі країни як: Грузія, Казахстан, Вірменія, Азербайджан, Молдова, Ізраїль.

Продукція ПрАТ «Хмельницька маслосирбаза» включена в «Національний реєстр кращих товарів України».

Підприємство доволі часто бере участь в українських та міжнародних виставках і конкурсах.

На підприємстві працюють, в середньому – 544 працівника.

Згідно даних, які були взяті на підприємстві, можна проаналізувати кількість працівників протягом трьох останніх років (табл. 1).

Середньооблікова чисельність працівників в 2019 році зменшилась на 0,98% (8 осіб) порівняно з попереднім роком, а в 2020 році збільшилась на 1% (3 особи) порівнюючи з 2019 роком.

Таблиця 1 – Плинність кадрів на ПрАТ «Хмельницька маслосирбаза» за період пандемії COVID-19

Назва показника	Рік			Темп приросту, %	
	2018	2019	2020	2019 р. / 2018р.	2020 р. / 2019р.
Середньооблікова кількість працівників	548	540	543	-0,98	1,00
Кількість прийнятих штатних працівників	56	29	48	-0,51	1,65
Кількість звільнених штатних робітників	41	32	46	-0,78	1,43

Чисельність прийнятих штатних працівників в 2019 році скоротилась на 0,51% (27 осіб) порівняно з 2018 роком, а в 2020 році зросла на 1,65% (19 осіб) порівняно з попереднім роком. Чисельність звільнених штатних працівників в 2019 році скоротилась на 0,78% (9 осіб) порівняно з 2018 роком, а в 2020 році зросла на 1,43% (14 осіб) порівняно з 2019 роком.

Таким чином, за три досліджуваних роки, чисельність штатних працівників на підприємстві мала тенденцію до невеликого спаду.

Результати руху працівників на підприємстві можна показати за допомогою діаграми, представленої на рис. 1.

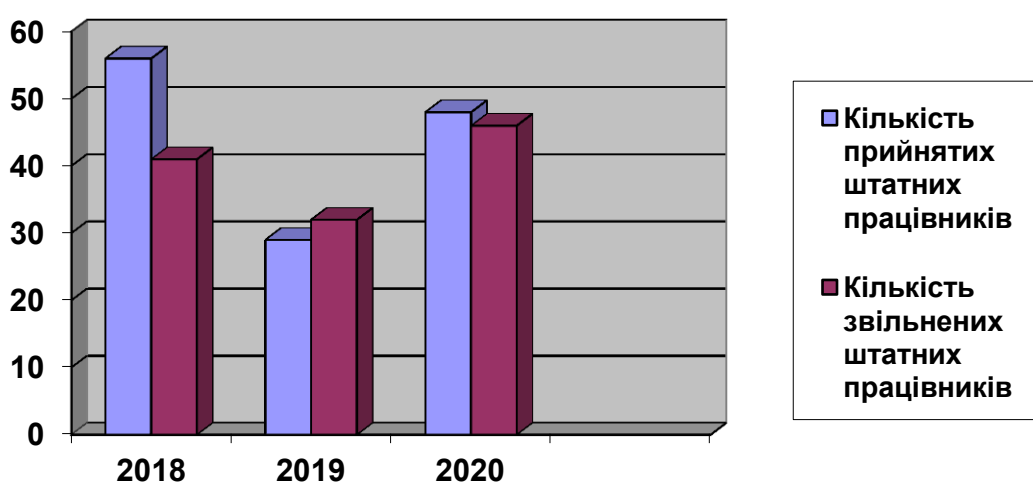


Рисунок 1 – Рух робітників на ПрАТ «Хмельницька маслосирбаза» за 2018–2020 рр.

ПрАТ «Хмельницька маслосирбаза» не підпадало під карантинні обмеження, так як є харчовим підприємством, тому, йому дозволялось працювати в звичному режимі роботи. Керівництво з розумінням ставилось до всіх працівників підприємства, тому створювало комфортні умови праці.

Протягом всього періоду карантину, через проблеми з громадським транспортом, працівники, які живуть достатньо далеко від місця роботи, мали можливість скористатись автомобілем який купило підприємство, спеціально для того, щоб забирати працівників на роботу і в кінці робочого дня відвозити додому.

Також керівництво підприємства найняло на постійній основі лікаря, який знаходився на самому підприємстві протягом всього робочого дня.

Працівники були забезпечені всіма захисними засобами, а саме: рукавичками, масками, одноразовими халатами, спеціальним взуттям, шапочками та антисептичними засобами. Не вводилися штрафи за запізнення на роботу з поважних причин.

Отже, незначна зміна чисельності персоналу на ПрАТ «Хмельницька маслосирбаза» не залежить від пандемії COVID-19.

Список використаних джерел

1. Коваль Л. А. Особливості розвитку соціально-трудових відносин в сучасних умовах. *Ефективна економіка*. 2015. №2. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua>.
2. Дяків О. П., Островерхов В. М., Прохоровська С. А., Слівінська Н. М. Економіка праці та соціально трудові відносини. За заг. ред. проф. Качана Є. П. Тернопіль, ТНЕУ, 2016. URL: <http://dspace.tneu.edu.ua>.
3. Ведерніков М. Д., Хитра О. В., Гарват О. А. Економіка праці і соціально-трудові відносини: навч. посібник. Львів: «Новий світ – 2000», 2012. 869 с.
4. Ведерніков М. Д., Гарват О. А., Чернушкіна О. О., Кравець І. М., Баксалова О. М., Атаманюк Е. А., Атаманюк Р. Ф., Хитра О. В. Мотивування персоналу: навчальний посібник. Хмельницький: ФОП Цюпак А. А., 2014. 254 с.
3. Ведерніков М. Д., Чернушкіна О. О. Нормування праці: навч. посібник. Львів: «Новий світ – 2000», 2011. 372 с.

НАУКОВІ ПІДХОДИ ДО РОЗУМІННЯ ДЕСТРУКТИВНОЇ ТА КОНСТРУКТИВНОЇ ПРИРОДИ ЛІДЕРСТВА

Балагуровська І. О.,
к.е.н., доцент Валенкевич Л. П.
Сумський державний університет
(м. Суми, Україна)

Демократичний вектор розвитку українських суб'єктів господарювання потребує ретельного розгляду соціальної складової організації та детального вивчення особистих якостей кожного учасника в процесі діяльності. Успішний розвиток підприємств залежить від правильно підібраної команди. В значній мірі це залежить від якості менеджерського складу. Проведені раніше дослідження дозволяють нам стверджувати, що максимально ефективним буде той керівник, який поєднує в собі якості формального і неформального лідера. На практиці ж такий варіант не завжди зустрічається [1].

Одним з пріоритетних завдань керівника є вивчення та аналіз лідерського потенціалу організації, який розглядається як сукупність лідерських якостей формальних і неформальних лідерів на всіх рівнях ієрархічної структури керованої ним системи. Саме це дозволить йому вчасно оцінити результати діяльності лідерів, їх вплив на процеси в організації та виявити конструктивність чи деструктивність [2].

На сьогоднішній день увага українських науковців, які досліджують результати діяльності лідерів в організації, зміщена в сторону вивчення конструктивної складової лідерського потенціалу. Натомість збиток, який виникає внаслідок дій деструктивних лідерів може бути таким, що його важко або неможливо відшкодувати. Іноді наслідки дій таких індивідів стають причиною повного руйнування системи в цілому. Ця негативна тенденція і зумовлює актуальність даної роботи.

Отже, в залежності від результатів діяльності лідерів в організації, можна розділити їх дії на конструктивні (від латинського «*constructivus*» – побудова)

та деструктивні (від латинського «destructio» – руйнування, порушення нормальної структури, будь-чого) [3].

С. Ейнарсен визначає деструктивне лідерство (destructive leadership в оригіналі) як систематичну та багаторазову поведінку лідера чи менеджера, що порушує законні інтереси організації, підриваючи та/або саботуючи цілі, завдання, ефективність організації, мотивацію, добробут чи задоволеність роботою підлеглих та негативно впливаючи на ресурси [4].

Також він відносить до цього явища булінг та мобінг (bullying / mobbing at work – в оригіналі) – процес ескалації конфлікту в асиметричних відносинах «жертва» – «нападник». У разі моббінгу, в якості нападника виступає група людей [5]. Б. Ашфорт називає таких лідерів «дрібними тиранами» (pitty tyrant в оригіналі) – той, хто використовує свою владу гнітюче, примхливо, і, можливо, мстиво [6].

Дж. Ліпман-Блумен ототожнює деструктивного лідера з токсичним (toxic leader в оригіналі) – особа, яка в силу своєї деструктивної поведінки і дисфункціональних особистих якостей або характеристик, завдає серйозної і тривалої шкоди окремій особі, групі, організації, спільноті, якими керує [7].

Б. Теппер пов'язує негативну сторону лідерства з образливим керівництвом (abusive supervision в оригіналі) – стійкий прояв ворожості як вербальна та невербальна поведінка, за винятком фізичного контакту (визначена суб'єктивно підлеглим) [8].

Як видно з вищевикладених визначень, деструктивний лідер своїми діями негативно впливає на соціально-психологічний мікроклімат в колективі та наносить шкоду матеріальному стану організації. Тобто руйнівні дії лідерів можуть проявлятися через всі методи управлінського впливу: організаційно-розпорядчі, економічні та соціально-психологічні.

Ли Дж. зазначає, дії лідерів, що підкреслюють високі стандарти етики та моральної поведінки (тобто активне конструктивне керівництво) сигналізує працівникам про позитивні соціальні оцінки, такі як повага та приналежність, і,

таким чином, позитивно впливають на уявлення працівників про міжособистісне ставлення до них менеджера [9].

Отже, конструктивний лідер є протилежністю деструктивного. Тобто це член колективу, який має особисті якості, які забезпечують йому прагнення до постійного внутрішнього розвитку, що і допомагає реалізувати мету організації, і як наслідок, він створює свою вмотивовану команду послідовників.

Розглянемо декілька варіантів виникнення деструктивної компоненти в лідерському складі на різних рівнях ієрархічної структури організації.

Таблиця 1 – Лідери на різних рівнях організаційної ієрархії

1	2	3	4
Конструктивний топ-менеджер (К)	Деструктивний топ-менеджер (Д)	Конструктивний топ-менеджер (К)	Конструктивний топ-менеджер (К)
Конструктивний менеджер середньої ланки (К)	Конструктивний менеджер середньої ланки (К)	Деструктивний менеджер середньої ланки (Д)	Конструктивний менеджер середньої ланки (К)
Конструктивний неформальний лідер (К)	Конструктивний неформальний лідер (К)	Конструктивний неформальний лідер (К)	Деструктивний неформальний лідер (Д)

Перший варіант підбору кадрів (К-К-К) є еталонним. Конструктивні лідери на всіх рівнях ієрархічної структури організації забезпечать її розвиток.

В другому випадку (Д-К-К) конструктивні лідери не зможуть довго працювати з орієнтованим на короткострокові цілі топ-менеджером, виникне конфлікт і знизиться ефективність роботи персоналу.

В третій ситуації (К-Д-К) конструктивний неформальний лідер може розглядатись як кандидата на місце деструктивного менеджера середньої ланки.

При виявленні деструктивного неформального лідера (ситуація 4 – К-К-Д) топ-менеджеру необхідно ретельно вивчити причину його негативного впливу на колектив, найчастіше вона криється в особистих якостях працівника. Є два стандартних рішення цієї ситуації: провести бесіду з неформальним лідером або звільнити. Обидва варіанти мають свої негативні сторони: бесіда може тільки підсилити негативний вплив, а звільнення може привести до втрати частини колективу.

Сучасний трансформаційний стан української економіки потребує ефективних лідерів, які будуть розвивати національні підприємства. Для виконання цього суспільного виклику необхідно детально вивчати деструктивну природу лідерства і прагнути до формування менеджерів нової формації, які будуть націлені на позитивні результати діяльності системи в цілому, зосереджені на генеруванні нових ідей у відповідності до мети організації, компетентними, послідовними і логічними в професійній діяльності. Розуміння цього питання допоможе вчасно попередити руйнівні наслідки неефективних лідерів. На даному етапі тема негативних результатів діяльності лідерів в організаціях не в повній мірі описана в українських наукових дослідженнях. Дослідженням деструктивної компоненти в лідерстві необхідно приділити більше уваги.

Список використаних джерел

1. Валенкевич Л. П., Балагуровська І. Лідерство як чинник ефективного керівництва. *Вісник Сумського державного університету. Серія економіка*. 2008. Вип.4. С. 31–35.
2. Корсун С. Прийоми проти деструктивного лідерства. URL: <http://www.management.com.ua/notes/destructive-leadership.html>.
3. Бусел В. Т. Великий тлумачний словник сучасної української мови. Київ; Ірпінь: Перун, 2005. 1728 с.
4. Einarsen S. Destructive leadership behaviour: A definition and conceptual model. *The Leadership Quarterly*, 2007. Vol. 18. P. 212–213.
5. Zapf D., Einarsen S. Bullying in the workplace: Recent trends in research and practice. *European Journal of work and organizational psychology*, 2001. Vol. 10(4). P. 369–373.
6. Ashforth B. Petty tyranny in organizations. *Human relations*, 1994. Vol. 47(7). P. 755–778.
7. Lipman-Blumen J. The allure of toxic leaders: Why followers rarely escape their clutches. *Ivey Business Journal*, 2005. Vol. 69(3). P. 1–40.
8. Tepper B. J. Consequences of abusive supervision. *Academy of management journal*, 2000. Vol. 43(2). P. 178–190.
9. Lee J., Jaclyn M. Jensen. The Effects of Active Constructive and Passive Corrective Leadership on Workplace Incivility and the Mediating Role of Fairness Perceptions. *Group & Organization Management*, 2014.

ДОСЛІДЖЕННЯ СКЛАДОВИХ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Бердник Г. С.,

к.е.н., доцент Мізіна О. В.

ДВНЗ «Донецький національний технічний університет»

(м. Покровськ, Україна)

Сучасний етап розвитку національної економіки в світі та в Україні характеризується загостренням конкурентної боротьби між підприємствами, що вимагає від останніх пошуку не тільки матеріальних і фінансових ресурсів, а й інших ефективних методів підвищення своєї конкурентоспроможності, у тому числі шляхом удосконалення управління. Одним з таких ключових механізмів «нефінансового» зміцнення конкурентоспроможності підприємства можна вважати формування та розвиток корпоративної культури, ступінь проникнення якої в управлінську та господарську сферу зумовлює швидкість і якість руху підприємства до нового циклу розвитку. Корпоративна культура містить в собі процеси мотивації персоналу, формування стилю керівництва, вплив особистості керівника тощо, а також охоплює велику частину явищ духовного і матеріального життя колективу: домінуючі в ньому матеріальні цінності і моральні норми, прийнятий кодекс поведінки й укорінені ритуали, манера персоналу вдягатися і встановлені стандарти якості. Отже, процеси менеджменту персоналу передбачають тісну інтеграцію управлінських форм і методів з корпоративною культурою організації.

Існують різні думки фахівців щодо визначення поняття корпоративної культури. Деякі визначають її як систему взаємин, побудованих компанією відносно зовнішнього оточення і внутрішнього середовища, інші – як ряд постійно присутніх заходів, що визначають ідеологію (концепцію) компанії як для ринку (клієнтів, постачальників, конкурентів), так і для співробітників. Проте більшістю фахівців розглядається два типи корпоративної культури:

один формується підприємством (в особі керівництва) свідомо, інший сформований персоналом спонтанно.

Корпоративна культура – це система цінностей, переконань, вірувань, уявлень, очікувань, символів, а також ділових принципів, норм поведінки, традицій, ритуалів тощо, що склалися на підприємстві та його підрозділах за час діяльності і сприймаються більшістю працівників [1, с. 11].

Корпоративна культура існує в будь-якій компанії на протязі всього її життєвого циклу незалежно від наявності спеціального підрозділу для її формування.

Правильне, доцільне управління корпоративною культурою позитивно впливає на процвітання підприємства, наприклад, сприяє скороченню витрат, причому не тільки на підбір персоналу, але і, на зовнішній PR: працівники, що є провідниками філософії компанії в зовнішній світ, знімають частину функцій з департаменту, що займається PR-політикою підприємства. Компанія з розвинутою корпоративною культурою має великий авторитет на ринку і приваблива як для потенційних працівників, так і для партнерів по бізнесу й акціонерів.

В успішно працюючих підприємствах існує власна культура, що приводить їх до досягнення позитивних результатів. Корпоративна культура дає змогу відрізнити одне підприємство від іншого, створює атмосферу ідентифікованості для трудового колективу, генерує прихильність до цілей підприємства, зміцнює соціальну стабільність; є механізмом, що скеровує і формує відносини і поведіння працівників.

Корпоративна культура виступає як невидима частина підприємства, що не применшує її впливу на поведінку працівників, але ускладнює управління нею та проведення її якісного та кількісного аналізу. Уявляється доцільним виділити наступні компоненти корпоративної культури:

- наявність командних заходів, які зазвичай спрямовані на різні святкування, наприклад, дня компанії; дня галузі або професійного свята; днів народжень співробітників; дитячих свят (Дня школяра або Дня знань);

досягнення компанією певних фінансових результатів; будь-яких інших подій в житті компанії;

- корпоративні засоби масової інформації, а саме: корпоративна газета (друкується або в друкарні, або за допомогою офісної техніки); корпоративний веб-сайт як для внутрішнього, так і для зовнішнього користування; внутрішній сайт називають інтранетом, це дуже зручний засіб для внутрішнього спілкування і локальних досліджень; інформаційні дошки, на яких в друкарському вигляді розміщується вся інформація, яка доноситься до співробітників різними джерелами: електронною поштою, на зборах, наказами, оголошеннями тощо; зазвичай такі дошки розміщують на центральних (прохідних) для всіх співробітників місцях; інформаційні листи (розсилаються працівникам в електронному або в друкарському вигляді);

- корпоративні документи, в яких прописані різні положення кадрової політики, до яких відносяться (рис. 1).

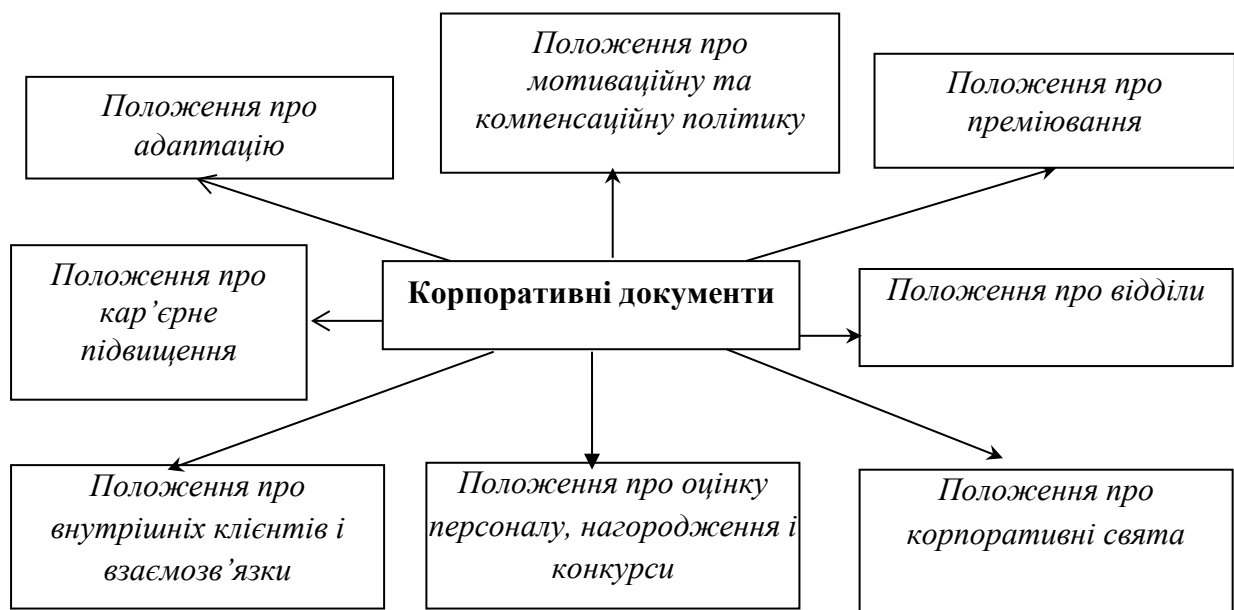


Рисунок 1 – Корпоративні документи, що містять положення кадрової політики

Джерело: Сформовано на основі [2]

Наявність чітко прописаної документальної системи управління не стільки формує корпоративну культуру, скільки підтримує її та укріплює як офіційну.

Необхідний компонент корпоративної культури – чітко зафіксована організаційна структура, доведена до відома всіх працівників, яка систематизує роботу кожного підрозділу і працівника за рахунок наочного відображення виробничих зв'язків. За умови, що організаційна структура відбита і в положенні про адаптацію (у так званому кар'єрному дереві), то співробітники стають зацікавленими в використанні можливостей і перспектив розвитку. Навіть якщо компанія як команда професіоналів працює вже не перший рік, створення чітко прописаної і погодженої із співробітниками організаційної структури забезпечує прийняття всіма відділами їх статусів.

Важливим компонентом корпоративної культури є корпоративні стандарти, які обов'язково прописуються в статуті або кодексі.

На деяких підприємствах вони розділяються на стандарти «для всіх» і «для відділів». Якісно розроблений статут або кодекс здатний практично замінити всю необхідну корпоративну літературу і може застосовуватися як в адаптаційній програмі, так і для комплексної оцінки співробітників з метою мотиваційних змін (розділення за категоріями, введення додаткових премій тощо) [3].

Корпоративна культура здатна виступати в якості дієвого інструменту, який стимулює персонал підприємства на високу продуктивність і високу якість праці. Формування і підтримка культури, що спроможна підвищувати віддачу від трудового колективу підприємства, сприяє підвищенню ефективності функціонування підприємства і посиленню його конкурентоспроможності.

Список використаних джерел

1. Stephen P. Robbins Essentials of Organizational Behavior. Prentice-Hall, Inc. Upper Saddle River, New Jersey, 2000.
2. Терон І. В. Корпоративна культура в механізмах регулювання соціально-трудових відносин. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2015. №6. С. 639–643.
3. Балика О. Г. Стратегічне управління корпоративною культурою. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі: Економічні науки*. 2011. №4 (49). С. 195–200.

МОТИВАЦІЯ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ НА УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Бородіна А. С.,

к.е.н., доцент Ляшок Н. Ю.

ДВНЗ «Донецький національний технічний університет»

(м. Покровськ, Україна)

В сучасні часи в Україні відбуваються глибокі зміни в політичній, економічній та соціальній сферах, які спрямовані на встановлення нової економічної системи, заснованої на ринкових відносинах. На даному етапі ключовими технологіями ринкової економіки є менеджмент, маркетинг і мотивація. Актуальність даної теми визначається тим, що запорукою ефективної діяльності підприємства є, насамперед, кваліфіковане управління персоналом, що неможливо забезпечити без відповідної мотивації праці. Відсутність належних стимулів до праці може призвести до зниження показників продуктивності праці, якості продукції та трудової дисципліни. Саме тому, мотивація працюючих у сучасному світі стає основним засобом спонукання персоналу до вирішення поставлених перед підприємством завдань.

Сучасна практика мотивації праці в Україні є малоефективною, вона зводиться лише до оплати праці, заснованої на фіксованих тарифних ставках і посадових окладах. В той час, як в світовій практиці вирішенню проблем мотивації праці приділяється велика увага, на українських підприємствах для підвищення мотивації співробітників основний акцент робиться на «маніпуляції заробітною платою та нарахуванням додаткових виплат».

Отже, на вітчизняних підприємствах при формуванні системи мотивації праці необхідно вивчати та використовувати вже накопичений світовою практикою досвід.

Проте сліпе копіювання чужого досвіду може привести до негативного результату, саме тому треба ураховувати якості підготовки персоналу, а також конкретні умови і традиції, що склалися на підприємстві [1].

В Україні часто мотиваційні механізми враховують лише матеріальну складову. Але на сьогоdnішньому етапі розвитку мотиваційної системи не вистачає матеріальних стимулів, тому керівникам вітчизняних підприємств потрібно сконцентрувати увагу на оптимальному поєднанні матеріальних з нематеріальними мотивуючими елементами. Одночасне застосування на українських підприємствах матеріальних і нематеріальних стимулів дозволить певним чином зняти соціальну напругу в сучасному суспільстві.

У багатьох країнах Західної Європи, в Японії та США мотиваційні аспекти управління персоналом відіграють велике значення. В зазначених країнах поряд з поширеними стандартними методами мотивації, як заробітна плата, премії, подяки, постають інноваційні – нестандартні методи мотивації.

Тож зараз, зарубіжний досвід показує досить високу ефективність застосування нематеріальних методів мотивації персоналу. Так, в Японії надають відгули з приводу «розбитого серця» та часи відгулів в дні розпродажу. В США використовують незвичайні назви посад, створюють внутрішньо-корпоративний світ з умовною валютою, за яку можна в подальшому отримати певні послуги компанії. В Англії проводяться внутрішньо-корпоративні конкурси, де оцінюються особисті, професійні, специфічні якості підлеглих, так само в конкурсах оцінюються і недоліки номінантів-призерів. Також в цій країні компанії відшкодовують витрати на розлучення. У Франції час від часу в організаціях дають працівникам дозвіл на недотримання дресс-коду і можливість не відповідати на телефонні дзвінки керівництва після 18:00. В Німеччині впроваджують адаптацію робочого кабінету «під спальню», проводять робочий день на свіжому повітрі, там де є Wi-Fi і простір, щоб розташуватися всім колективом. Також в цій країні надають творчі відпустки [2].

Отже, для вдосконалення нематеріальної мотивації персоналу на українських підприємствах необхідно включити наступні елементи: подарунки, соціальний пакет, навчання та підвищення кваліфікації працівників, відкритість і постійний діалог керівництва з персоналом, вдосконалення організації праці.

Саме тому, що кожному працівнику важливо відчувати свою значущість у колективі та повагу до себе, використання мотиваційних подарунків, що продемонструє працівникові належне оцінювання його досягнень з боку керівництва, має велике значення. Застосування таких видів мотивації вимагає порівняно невисоких витрат грошових коштів на одного працівника, проте при цьому підвищується статус організації, оскільки працівник бачить турботу про себе з боку керівництва [3].

Ефективна система мотивації персоналу є важливим чинником прогресу та розвитку організації. На жаль, в сучасні часи на українських підприємствах погано розвинуті мотиваційні механізми. Саме тому потрібно вдосконалювати систему мотивації персоналу, орієнтуючись на зарубіжний досвід. Необхідно впроваджувати таку систему мотивації, яка б складалась з матеріальної та нематеріальної складових, була орієнтованою на кінцевий результат, мала справедливий характер та була простою й зрозумілою для кожного працівника. Правильне стимулювання і вдале мотивування підлеглих до виробничої діяльності, а також врахування потреб кожного робітника дасть внутрішній поштовх для активізації працівників з метою підвищення виробництва та зрештою, більш ефективного функціонування підприємства [4].

Список використаних джерел

1. Стрельбіцький П. А., Стрельбіцька О. П. Світовий досвід мотивації праці та можливість його впровадження в Україні. 2015. С.323–333. URL: http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/vkpnuen_2015_10_60.pdf.
2. Заярна Н. М., Пасенченко Ю. С., Тис Р. І. Необхідність впровадження світового досвіду мотивації персоналу на вітчизняних підприємствах. *Молодий вчений*. 2017. №12 (52). С.620–623. URL: <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2017/12/143.pdf>.
3. Пилипенко І. О. Шляхи удосконалення мотивації праці в системі менеджменту підприємства. 2018. URL: <https://conferences.vntu.edu.ua/index.php/all-fm/all-fm-2018/paper/download/4005/3362>.
4. Телишевська Л. І., Власенко Д. О. Мотивація працівників в системі управління персоналом на підприємстві. *Молодий вчений*. 2018. №7 (59). С. 498–502. URL: <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2018/7/108.pdf>.

HR-ІНЖЕНІРІНГ В БІЗНЕС-ЕКОНОМІЦІ

д.е.н., професор, академік, завідувач кафедри управління

персоналом та економіки праці Ведерніков М. Д.,

викладач Глушко Т. В.,

Радішевська В. В.

Хмельницький національний університет

(м. Хмельницький, Україна)

Люди – це найбільша цінність в організаціях та їх рушійна сила. HR – це управління людськими ресурсами. В той час як термін HR-менеджер розшифровується як Human Resources і означає професію менеджера по роботі з персоналом. Такий менеджер є зв'язною ланкою між лінійним персоналом та керівництвом й відстоює інтереси обох сторін.

Три основні тенденції на ринку:

- економіка;
- новітній HR- інжиніринг;
- бізнес.

Ця інтегрована триєдність складових компонентів освітньої програми зумовлює її унікальність, що зумовлює універсальну професійну підготовку фахівців, їх високу конкурентоспроможність і затребуваність на ринку праці України.

HR – спеціаліст з'явився у 18 столітті. Тоді це був чиновник, який слідкував за тим, щоб роботодавець дотримувався стандартів. Далі ця професія еволюціонувала. У період світових війн з'явився кадровик, а у повоєнний час – менеджер з персоналу, який мав забезпечувати комфорт праці.

Із 1980 року HR-менеджер починає допомагати персоналу працювати ефективно, а із 2000-го й донині HR – спеціаліст стає стратегічним партнером. Це людина, яка чітко розуміє потреби бізнесу. Вона стоїть посередині між власником компанії та працівниками [1].

HR-менеджмент – це область знань і практичної діяльності, спрямована на залучення в організацію кваліфікованого персоналу, здатного виконувати покладені на нього обов’язки, і оптимальне його використання.

Функції HR-менеджера – різноманітні. Починаються вони на підборі персоналу (рекрутингу), онбордингу, підписанні договорів, веденні трудових книжок, обліку робочих годин, а закінчуються – забезпеченням wellbeing та побудовою стратегії розвитку компанії.

HR-менеджеру необхідно якнайбільше знизити рівень стресу під час переходу в новий колектив нового працівника, забезпечити позитивний досвід на новому місці роботи. Перевірка стану та настрою в команді, проведення one-to-one зустрічей також є необхідністю в роботі спеціаліста. HR має розуміти основну мету тимбіндингу: чи це знайомство, чи просто відпочинок. HR-стратегії будуються відповідно до стратегії бізнесу. HR-спеціаліст відстежує й вирішує проблемні ситуації та “діри” в процесах. Він має бути в постійному контакті з керівниками проектів, лідами та менеджерами.

HR-менеджмент в наш час займає провідне місце в системі управління підприємством, будучи однією з найбільш важливих завдань і головним фактором розвитку підприємства. Ефективне управління персоналом є однією з передумов досягнення високих економічних результатів діяльності та формування успішного менеджменту в умовах забезпечення сталого розвитку підприємств.

Саме тому основним завданням HR-а є: залучення до організації «саме тих» людей, правильна оцінка їхніх компетенцій та потенціалу, вміння аналізувати та прогнозувати розвиток конкретного працівника, підбір найкращого варіанту для професійного розвитку, відповідне навчання та розвиток, підтримка загального комфортного клімату у компанії, а також побудувати систему, яка допомагатиме бізнесу взаємодіяти зі своїми співробітниками [2].

Спеціаліст з HR-інжинірингу повинен:

- Бути лідером і ефективно управляти трудовим колективом.

- Швидко реагувати на мінливі зміни кон'юнктуру ринку і впроваджувати новітні управлінські технології.
- Генерувати нові ідеї і забезпечувати інноваційний розвиток компанії.
- Стратегічно мислити і знаходити нетривіальні рішення складних бізнес-економічних завдань [3].

Отже, HR-менеджмент – це ключова складова в системі управління підприємством та невід'ємна частина стратегії забезпечення сталого розвитку підприємства.

Розвиток персоналу та кадрової політики є необхідною умовою функціонування будь-якого підприємства, особливо в умовах постійних змін та нестабільності зовнішнього середовища.

Розглядати HR-напрямок як додатковий сервісний відділ – нераціонально. Так, цей відділ не приносить прямих прибутків компанії, але результати роботи HR відділу також вимірювані. Варто пам'ятати, якщо йде мова про стратегічні цілі компанії і важливі річні показники – просто неможливо не враховувати людський фактор.

Не варто забувати, що в сучасних умовах клієнтам та замовникам важливий образ компанії не лише як виробника чи постачальника послуг, а й як компанії-роботодавця, що дбає про своїх працівників. Тут роль HR-менеджера як ніколи важлива. Адже саме HR відділ повинен створювати відповідний бренд роботодавця.

Отже, можемо зробити висновок, що роль HR-а та впровадження відповідних HR-процесів є невід'ємною частинкою успішної сучасної компанії.

Список використаних джерел

1. Осовська Г. В., Масловська Л. Ц., Осовський О. А. Менеджмент організацій: Підручник. Київ: Кондор-Видавництво, 2015. 366 с.
2. Бурганова Л. А. Теорія управління: навчальний посібник. Москва: Инфра–М, 2009. 153 с.
3. Ведерніков М. Д., Гарват О. А., Чернушкіна О. О., Кравець І. М. Мотивування персоналу: навчальний посібник. Хмельницький: ФОП Цюпак А. А., 2014. 254 с.

СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ПІДПРИЄМСТВІ

д.е.н., професор, академік, завідувач кафедри управління
персоналом та економіки праці Ведерніков М. Д.,
викладач Глушко Т. В.,
Коновалова І. В.

Хмельницький національний університет
(м. Хмельницький, Україна)

В наш час управління персоналом займає провідне місце в системі управління і відповідно є головним фактором розвитку підприємства. Проблема управління персоналом завжди перебувала в центрі уваги. Метою дослідження є визначення ролі управління персоналом в розвитку підприємства та пошук оптимальних заходів щодо вдосконалення системи управління персоналом підприємства.

Проблеми управління персоналом хвилюють не тільки керівників різних рівнів, а й самому персоналу. Управління персоналом є головним правилом ефективного менеджменту в будь-якій організації.

Сьогодні серед основних проблем, з якими стикаються під час управління персоналом, можна виділити такі: підбір, формування кадрів із сучасним економічним мисленням, забезпечення ефективності праці працівників, збереження сприятливого клімату в колективі та ін.

Персонал потрібно заохотити, створити такі умови, за яких у кожного працівника буде бажання працювати плідно і з натхненням. При цьому досить важливу роль відіграє працездатність працівників, їх кваліфікованість.

Використання таких форм заохочень як безкоштовні обіди, надання медичних послуг, організація відпочинку за рахунок підприємства дозволять підвищити мотивацію працівників.

Багато керівників, рухаючись на шляху до максимального отримання прибутку, вирішення матеріальних і фінансових проблем, оновлення технічної

бази, забувають про працівників, створюючи їм неможливі для праці умови. Можливими також є такі заходи, як кар'єрний ріст.

Щоб запобігти небажаним втратам працівників, на підприємстві доцільно розробити заходи для моніторингу морально-психологічного клімату в колективі, ступеня задоволеності кожного співробітника роботою, умовами праці, відпочинку, задоволеності рівнем зарплати.

Для цього найкраще підходять такі методи, як опитування, анкетування, бесіди (групові та індивідуальні).

Цінність таких заходів полягає в можливості виявлення працівників з високим потенціалом, перспективами. Це є позитивним, оскільки сприяє кар'єрному росту, зацікавленості працюючих у підвищенні продуктивності праці. Застосування даних методів допомагає вирішити психологічні проблеми у колективі.

Проаналізувавши літературні джерела, можна зазначити такі основні проблеми під час управління персоналом (табл. 1).

Таблиця 1 – Основні проблеми під час управління персоналом

Проблеми	Характеристика проблеми
1	2
1. Проблема відмінника	Зазвичай керівником призначають кращого співробітника. Тому багато таких керівників мають знання тільки зі своєї галузі і лише поверхово знають технологію управління.
2. Синдром «свого хлопця»	Роль управління персоналом спочатку має конфронтаційний характер по відношенню до співробітників. Далеко не всім підлеглим подобається, що підкидають додаткову роботу і як факт підкидають нові проблеми. Керівникові доводиться боротися з виникаючим опором. Часто управління відбувається рука об руку з негативом, що виникає у керівника під час наражання на прихований опір.
3. Позитивна проекція	Це бажання приписувати іншим людям свої власні риси характеру. Звичайно, навіщо вивчати і прогнозувати ще якісь варіанти розвитку подій, або реакцію на свої слова, якщо набагато легше уявити собі, що б ти зробив в подібній ситуації.
4. Синдром зірки цирку	Начальник вважає, якщо співробітник одержує високу зарплату, то він просто зобов'язаний працювати, не покладаючи рук.

Продовження табл. 1

1	2
5. Синдром старшого	Співробітники часто і пильно спостерігають за керівництвом. Іноді багато начальників, усвідомлено підкреслюють дистанцію між собою і персоналом. У підсумку, якщо начальник зберігає керованість, то лише на рівні жорстких вимог.
6. Синдром очікування героя	Розглядаючи скарги і претензії, які озвучують начальники стосовно персоналу, можна припустити, що підсвідомо багато з них чекають героя, який: зможе вирішити всі проблеми за рахунок своєї власної кмітливості. Про те, яку роботу треба зробити, він здогадується по обличчю начальника і постає перед ним вчасно з правильно виконаним завданням, якщо ніяких завдань немає, підлеглий повинен сам знайти роботу і виконати її, не ставить зайвих запитань, завжди готовий затриматися на роботі і навіть не заговорює про підвищення по службі.
7. Велика різниця в зарплаті між керівником і працівником	У нашій країні ця різниця доволі відчутна, а на заході ця різниця становить приблизно 30%.
8. Плинність кадрів	Зазвичай, плинність кадрів можна контролювати з низки причин: неправильне формування працівників та неефективний розподіл зарплати.

Отже, можна зробити висновок, що управління персоналом є однією з ключових ланок в розвитку підприємства. А щодо ефективності управління персоналом – потрібне ефективне функціонування кадрової служби, що дозволить підвищити професійно-кваліфікаційний рівень кадрів та покращити умови праці на підприємстві.

Список використаних джерел

1. Бортнік С. Стратегічне управління розвитком персоналу підприємства та сучасні підходи до оцінювання його рівня. *Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки*. 2015. № 2. С. 33–39.
2. Забаштанський М., Булах Я. Сучасні аспекти організації праці на підприємствах будівельної галузі України. *Проблеми і перспективи економіки та управління*. 2016. № 2. С. 106–114.
3. Ковтун Є. І. Аналіз системи управління персоналом підприємства та розробка заходів щодо її удосконалення. *Молодий вчений*. 2016. № 6. С. 46–50.

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ ГРУПАМИ В СУЧАСНИХ ОРГАНІЗАЦІЯХ

Власова К. В.,

к.е.н., доцент Ляшок Н. Ю.

ДВНЗ «Донецький національний технічний університет»

(м. Покровськ, Україна)

В сучасному менеджменті велике значення має управління групами. Групою прийнято називати обмежену за розмірами спільність людей, яка виокремлюється з соціального цілого на основі певних ознак (характеру виконуваної діяльності, соціальної належності, структури, рівня розвитку) [1]. Групи в організації не є простим логічним впорядкуванням працівників, що виконують взаємозв'язані задачі. Організація є складною соціально-економічною системою, де взаємодіють окремі особи, формальні і неформальні групи.

Проблема груп, в які об'єднуються люди в процесі своєї життєдіяльності, є однією з найважливіших для соціологічного аналізу і вивчення поведінки особистості.

До основних характеристик групи можна віднести: склад групи, структуру групи, групові процеси, групові норми і цінності, систему санкцій.

За різними ознаками групи можна класифікувати як малі і великі, реальні і умовні, розвинуті і низько розвинуті, формальні і неформальні.

Формальні групи – це робочі колективи, які формуються керівництвом організації в процесі поділу праці по горизонталі і по вертикалі, і виконують встановлені конкретні завдання для досягнення певних цілей. У формальних групах прийнятна поведінка обумовлюється організаційними цілями і направлена на їх досягнення.

Неформальна група – це спонтанно створена група людей, які вступають в регулярну взаємодію для досягнення певної мети. Розвиток неформальних груп

заснований на соціальній взаємодії, що відбувається в формальних організаціях.

Менеджери усіх рівнів повинні знати особливості виникнення, функціонування груп і можливі варіанти управління ними. Це необхідно для того, щоб зробити діяльність групи більш ефективною, запобігти небажаним конфліктам та отримати більше задоволення від праці у складі групи.

Наявність неформальних груп може привести до появи проблем, але також має і потенційні вигоди. До числа проблем можна віднести: зниження ефективності в опору змінам. Потенційні вигоди: велика відданість організації, високий дух колективізму і більш висока продуктивність праці в разі перевищення групових норм, встановлених офіційно.

Для запобігання потенційних проблем і використання потенційних вигід неформальної групи керівництво має визнати неформальну організацію і працювати з нею, прислухатися до думки неформальних лідерів і членів групи, враховувати рішення, прийняті неформальною групою, залучати неформальні групи до участі в прийнятті рішень і гасити чутки шляхом оперативного надання офіційної інформації.

Менеджером організації при управлінні неформальними групами в процесі функціонування організації можуть застосовуватися різні методи впливу: консультації, переконання, гнучке використання розвинутої системи формальної і неформальної передачі інформації тощо.

Впливати на групи можна за допомогою наступних видів влади [2]:

1. Влада винагороди полягає в можливості винагороджувати за корисну, з точки зору менеджера, поведінку.

2. Влада примусу, ґрунтується на практиці загроз, доган, позбавлення премій.

3. Влада експерта, що засновується на знаннях в якій-небудь області або на володінні інформацією, необхідною для успішного ведення будь-якої справи.

4. Влада авторитету полягає в повазі людини, вчинки або рішення якої є прикладом для інших людей.

5. Влада закону, яка є в розпорядженні кожної людини, що представляє встановлений соціальний порядок.

Менеджеру в своїй роботі доводиться мати справу з різними видами груп, але існує дещо спільне, певні правила, які можуть бути досить успішно застосовані в різних групах [3]:

- розробити стратегію управління групами, яка одночасно стане невід'ємною частиною загальної стратегії розвитку товариства;
- побудувати ефективну систему управління групами, яка активно функціонуватиме з урахуванням динамічного зовнішнього середовища;
- удосконалити наявні мотиваційні механізми управління працею в групах;
- визначити спільну мету, зацікавити групу;
- заохочувати ініціативу;
- забезпечувати постійне підвищення кваліфікації;
- розвивати колективне прийняття рішень;
- підтримувати в групі головні цінності, повагу до кожного члена, оцінку за вкладом, орієнтацію на позитивне в людині, гласність, демократизацію, облік індивідуальних особливостей.

Для ефективного управління групою менеджер повинен дуже тонко відчувати ситуацію, бачити в людині її позитивні і негативні сторони, і згідно цього впливати на людину і групу в цілому.

Способи управління повинні диктуватися ситуацією, але у менеджера має бути свій банк стандартних ситуацій, хоча і не можна недооцінювати значення творчого підходу.

Список використаних джерел

1. Назарчук Т. В., Косінок О. М. Менеджмент організацій: Навчальний посібник. Київ: «Центр учбової літератури», 2016. 560 с.
2. «Менеджмент організацій»: навчальний посібник для студентів-магістрів галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 073 «Менеджмент» спеціалізації «Менеджмент і бізнес-адміністрування» / Укладачі: Л. Є. Довгань, І. П. Малик, Г. А. Мохонько, М. В. Шкробот. Київ: КПП ім. Ігоря Сікорського, 2017. 271 с.
3. Друкер П. Завдання менеджменту в ХХІ столітті. Москва: Вільямс, 2010. 272 с.

ОСНОВНІ СКЛАДОВІ ЕЛЕМЕНТИ ТРАНСФОРМАЦІЇ ОПЕРАЦІЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

к.е.н. Воржакова Ю. П.,

Зоріна Є. Д.

Національний технічний університет України

«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

(м. Київ, Україна)

У будь-якій компанії завжди є процеси, які можна покращувати і оптимізувати. Процес змін і поліпшень відбувається постійно. Однак не всі дії щодо змін можна віднести до трансформації.

Трансформація – це досить значні зміни. Це можна порівняти з додаванням нової форми об'єкту та зміною функціоналу об'єкта. Це глобальні зміни і вони не завжди можуть піти на користь. Це можна порівняти із хірургічним втручанням.

Необхідно зазначити, що у процесі трансформації є кілька важливих обмежень:

1. Не для будь-якої команди можливий процес трансформації менеджменту через відсутність самого менеджменту.

Якщо компанія занадто маленька, в ній все управління спирається не на системний менеджмент, а на звички і культуру невеликої кількості людей. По суті, всі зміни в управлінні у ній пов'язані зі зміною людей.

2. Не будь-яка компанія може витримати трансформацію.

Якщо компанія не досить зріла, людей уже багато, але внутрішні відносини не сформовані, то процес трансформації може призвести до напруги, конфліктів і помилок, які можуть стати фатальними для компанії.

3. Не у будь-якої компанії є ресурс для проведення трансформації.

Будь-яка операція – це досить витратний процес. У момент операції необхідний додатковий ресурс для підтримки необхідної якості. Адже в процесі трансформації неможливо зупинити роботу компанії, необхідно продовжувати

виконувати зобов'язання. Це призводить до просідання результатів, які потрібно компенсувати додатково.

Виходячи з цього, можна відразу визначити області, рівні розвитку компанії, для яких зрозуміло, що застосування трансформації менеджменту неможливо або не має сенсу.

Так як бізнес проходить певні еволюційні етапи, так і кожна з частин теж проходить свої етапи розвитку. Подібно до того як людина не може розвиватися, якщо одна з важливих її частин зупиниться в розвитку, так само і бізнес не може перейти на наступний етап еволюційного розвитку, якщо кожна з частин операційного менеджменту не перейде на свої відповідні етапи.

Область трансформації операційного менеджменту можна зобразити в таблиці (табл. 1).

Таблиця 1 – Область трансформації операційного менеджменту

Етап	Область застосування	
Підприємець-ремісник	Етап підприємництва	
	Перехідний період до малого бізнесу	
Малий бізнес	Етап явного малого бізнесу	
	Перехідний етап від малого до середнього бізнесу	
Середній бізнес	Етап явного середнього бізнесу	
	Перехідний етап від середнього до великого бізнесу	
Великий бізнес	Етап формування структури великого бізнесу	
	Етап поділу великого бізнесу на корпоративний рівень	
	Етап корпорації	

Область
трансформації
операційного
менеджменту

Джерело: складено на основі [1; 2; 3]

Відповідно до даних таблиці визначено, що оцінка операційного менеджменту компанії зводиться до оцінки етапів розвитку частин операційного менеджменту.

А рекомендації щодо оптимізації та методи переходу до середнього або великого бізнесу будуть пов'язані з методами гармонійного переведу всіх частин операційного менеджменту на необхідний етап.

Отже, основним завданням трансформації операційного менеджменту стає підготовка компанії до такого стану, в якому функції управління компанії можна розділити так, щоб стало можливим застосування методів класичного підходу до операційного управління компанії.

Трансформація операційного менеджменту має ще одне важливе обмеження.

Неможливо трансформувати тільки операційний менеджмент. Менеджмент – це частина компанії. Неможливо змінити одну частину, не змінюючи всього іншого. Змінюючи частину, необхідно бути готовим до того, що ці зміни потребуватимуть змін в інших частинах компанії.

Тому дуже важливо відразу оцінити як операційний менеджмент пов'язаний з іншими факторами і частинами, що роблять значний вплив, тому що вони всі дуже тісно пов'язані.

На схемі (рис. 1) показані всі важливі взаємопов'язані частини компанії.

Всі вони так чи інакше пов'язані з трансформацією операційного менеджменту.

Змінюючи область операційного менеджменту, нам потрібно дуже уважно стежити за змінами цих частин. Схематично показані зони перехрещень окремих частин. Саме на перетинах знаходяться найскладніші місця, які необхідно контролювати постійно.

Зеленим кольором позначено область, яку трансформуємо, область максимального докладання зусиль. Оскільки саме ця область є основною частиною, яку замовляє у консалтингу керівництво компанії, то контролювати цю зону не складно.



Рисунок 1 – Область визначення дій та аспектів контролю при трансформації

Джерело: розроблено автором

Як правило, керівництво компанії не хоче пускати консалтинг глибше цій галузі. Дана схема служить графічним обґрунтуванням того, як важливо розширити місця контролю.

Проте при такому контролі існує дуже важлива особливість: команді трансформації операційного менеджменту важливо контролювати зміни в «не зелених» частинах, але при цьому вони не можуть взяти відповідальність за зміни в цих частинах. У них для цього немає ні сил, ні прав.

Список використаних джерел

1. Василенко В. О., Ткаченко Т. І. Виробничий (операційний) менеджмент: навч. посіб. Київ: Центр навч. л-ри, 2005. 532 с.
2. Гэлловэй Л. Операционный менеджмент. Принципы и практика. Санкт-Петербург: Питер, 2002. 320 с.
3. Микитенко Н. В. Операційний менеджмент. Практикум: навч. посіб. Київ: КНТЕУ, 2009. 197 с.

ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ ПРОЦЕСІВ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ПІДПРИЄМСТВАХ

к.е.н. Воржакова Ю. П.,

Новокшанова О. О.

Національний технічний університет України

«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

(м. Київ, Україна)

Пандемія коронавірусу COVID-19, яка за два з половиною місяці поширилася майже на всіх континентах, завдала масштабних збитків та шкоди не тільки в соціальному аспекті, але й особливо відбилася на сучасному економічному стані підприємств. Цифрова перебудова бізнесу під впливом процесів розвитку передових технологій вже давно була актуальна, але останні події значно прискорили та скоротили цей перехід і сприяли виникненню проблем з цим в усіх сферах соціально-економічного життя, зокрема у процесах управління підприємствами та ведення бізнесу.

Для сучасного HR-менеджменту треба вміти швидко адаптуватися до нових сучасних реалій та впроваджувати новітні методи роботи. Такі зрушення на підприємствах несуть за собою певні проблеми та перешкоди, які треба долати, змінюючи тактику та стратегії HR-діяльності. За результатами дослідження було виявлено, що компанії, які активно впроваджували новітні ресурси та технології в процесах управління персоналом, були більш конкурентоспроможними, а ніж ті, які продовжували використовувати традиційні методи [1]. Цифрова трансформація сфери управління персоналом дає можливість спрощення аналізу даних працівників, управління мобільною робочою силою, прийняття обґрунтованих рішень та виконання процесів управління персоналом. Digital HR інтегрує технології SMAC (Social, Mobility, Analytics & Cloud), що допомагають по новому оцінити досвід співробітників, зробити співробітників більш продуктивними та поліпшити баланс між роботою та особистим життям. Завдяки новій і прогресивній технології, HR

тепер може досліджувати інноваційні способи набору талантів з високим потенціалом, покращувати продуктивність співробітників, надавати кращі можливості для розвитку, залучення та збереження найкращих спеціалістів. Саме перехід до новітніх технологій в управлінні персоналом передбачають зміни у трьох напрямках: цифрова робоча сила (залучення спеціалістів, які будуть мати інноваційний тип мислення); цифрове робоче місце (створення робочого місця, яке забезпечуватиме нові методи комунікації та підтримання зв'язку між працівниками); цифровий HR (використання цифрових інструментів та програмних продуктів) [2].

Такі зміни в системі управління персоналом дають великий спектр можливостей для розвитку підприємств, але також несуть за собою певні загрози, такі як: висока вартість впровадження новітніх інформаційних технологій; працівники старшого віку більш необізнані в роботі з інноваційними процесами, ніж молоді спеціалісти; проблема розмежування робочого та особистого часу; доступ до особистих даних. Важливе врахування особливостей діджиталізації кожного процесу управління персоналом, починаючи від найму працівників і до керуванням робочої сили:

- Рекрутмент. Використовувати соціальні мережі для пошуку талантів, спеціальні платформи для проходження електронних співбесід, сайти пошуку роботи, створювати та публікувати вакансії. Це дасть можливість покращити роботу, зменшити навантаження та час на пошук талантів для HR-спеціалістів; збільшити кількість нових працівників; створити якісну базу даних потенційних претендентів.

- Адаптація. Створення єдиних інформаційних платформ дає можливість новому працівнику легко та доступно ознайомитися з інформацією про компанію, знаходити план офісу, графік роботи, посадові завдання.

- Розвиток. Використання у вільному доступі освітніх електронних платформ та курсів для підвищення кваліфікації персоналу, забезпечення постійного розумового розвитку, оновлювання знань та навичок.

- Контроль роботи. Застосовувати інформаційні платформи та цифрові інструменти для збирання звітності щодо виконання усіх процесів та завдань на підприємстві. Дає можливість відслідковувати якість та ефективність виконання роботи і надавати зворотній зв'язок для кожного співробітника [3].

Діджиталізація таких процесів у наш час необхідний для всіх підприємств, але найбільш затребувана та обов'язкова для таких компаній:

- перебувають на стадії росту;
- міжнародні або ті, які розповсюджені по території всієї країни;
- яким важливо знати ROI (ефективність інвестицій);
- для яких є важливий етап підбору та адаптації нових талантів [4].

Пандемія дала значний поштовх до змін у сфері управління персоналом. Вона пришвидшила діджиталізацію не тільки процесів організації та ведення бізнесу, але й взагалі усю функціональну складову підприємницької діяльності. Виникають нові методи здійснення всіх видів традиційних HR-процесів та взагалі формується нові поняття: цифровий HR-менеджмент, онлайн-рекрутинг. Відмова від цих можливостей призведе до втрати конкурентоспроможності підприємства, сповільнить роботу процесів управління персоналом, знижуватиме рівень залучення, мотивації та розвитку персоналу.

Список використаних джерел

1. The future of HR 2019: In the Know or in the No. KPMG International Cooperative, 2018. 24 p.
2. Digital Transformation and the Evolution Of HR Trends. URL: <http://infosystems.mu/digital-transformation-and-the-evolution-of-hr-trends> (дата звернення: 21.04.2021).
3. Козак Т. Сучасні технології управління персоналом: особливості та можливості. *Перспективи розвитку управлінських систем у соціальній та економічній сферах України: теорія і практика*: IV Всеукраїнська науково-практична інтернет-конференція. 2020. С. 80–83.
4. Як полегшити життя HR-ам: цифрова трансформація пошуку персоналу. URL: <https://prohr.rabota.ua/yak-polegshiti-zhittya-hr-am-tsifrova-transformatsiya-poshuku-personalu/> (дата звернення: 21.04.2021).

ОРГАНІЗАЦІЙНЕ ПРОЕКТУВАННЯ В ТЕОРІЇ МЕНЕДЖМЕНТУ

Ворона Т. В.,

к.е.н., доцент Ляшок Н. Ю.

ДВНЗ «Донецький національний технічний університет»

(м. Покровськ, Україна)

Організаційне проектування – це комплекс робіт зі створення підприємства, формування структури і системи менеджменту, забезпечення його діяльності всім необхідним. Метою організаційного проектування є забезпечення високого рівня організованості діяльності підприємства (організації) [1, с. 420].

Підходи до організаційного проектування займають важливе місце не тільки в теорії та практиці управління, але і в теорії організації. Розрізняють два підходи до проектування організації: бюрократичний (механістичний) та біхевіористичний (органічний). Ці підходи займають важливе місце не тільки в теорії та практиці управління, але і в теорії організації. Вже самі назви – механістичний та органічний – відображають основні риси цих підходів. Застосування терміну «механістичний» до організації використовується для того, щоб показати, що система спроектована на зразок машинного механізму, призначеного для продуктивних операцій. Термін «органічний» надає організації властивості живого організму, вільного від недоліків механістичної структури.

За бюрократичної (механістичної) моделі структура організації спирається на систему формальної влади. В цій моделі закладено потенціал прояву за певної ситуації таких негативних явищ, як жорсткість, некомпетентність, тяганина, неефективність та безглуздість правил.

Свої переваги (універсальність, передбачуваність та продуктивність) бюрократична система може реалізувати за таких умов: відомі загальні цілі та завдання організації; робота в організації може ділитися на окремі операції; загальна мета організації має бути достатньо простою, щоб можна було

реалізувати її на основі централізованого планування; виконання роботи індивідом може достовірно вимірюватися; грошова винагорода мотивує працівника; влада керівника визнається як законна.

Біхевіористична (органічна, поведінкова) модель ґрунтується на розвитку груп в організації та процесах людських взаємовідносин. Органічний підхід до проектування організації характеризується слабким або помірним використанням формальних правил і процедур, децентралізацією, гнучкістю структури влади та невеликою кількістю рівнів ієрархії. Цей підхід демонструє свою ефективність в умовах, коли використовується нерутинна технологія (висока невизначеність того, коли, де і як виконувати роботу) і є складне та динамічне зовнішнє оточення [2, с. 284].

У структурному плані організаційне проектування розрізняється залежно від об'єкта за орієнтацією на створення нової системи або на часткове удосконалення або на її радикальні перетворення. Особливе місце в цьому процесі відводиться формуванню організаційної структури.

Розробляючи організаційну структуру, слід приймати до уваги наступні рекомендації:

1. Вона має забезпечувати високу ефективність роботи всієї організації.
2. Організаційна структура повинна заважати прийняттю неправильних рішень, сприяти бажанню і можливостям працювати на майбутнє, а не користуватися досягненнями минулого.
3. Структура організації повинна мати мінімальну кількість рівнів управління і формувати найкоротший ієрархічний ланцюг. Кожен додатковий рівень управління ускладнює розробку загального напрямку і досягнення взаєморозуміння. Кожен додатковий рівень викривляє розуміння глобальних цілей і заважає концентрації уваги.
4. Організаційна структура має сприяти підготовці наступного покоління топ-менеджерів. Вона має бути такою, щоб менеджери несли реальну відповідальність за самостійну роботу, поки вони ще досить молоді, щоб набути досвіду.

5. В процесі побудови використовувати всі принципи побудови організаційних структур.

Безпосереднім механізмом реалізації проекту організаційної системи є організування, що передбачає формування структури організації. Алгоритм переходу від цілей підприємства до організаційної структури управління показаний на рис. 1.

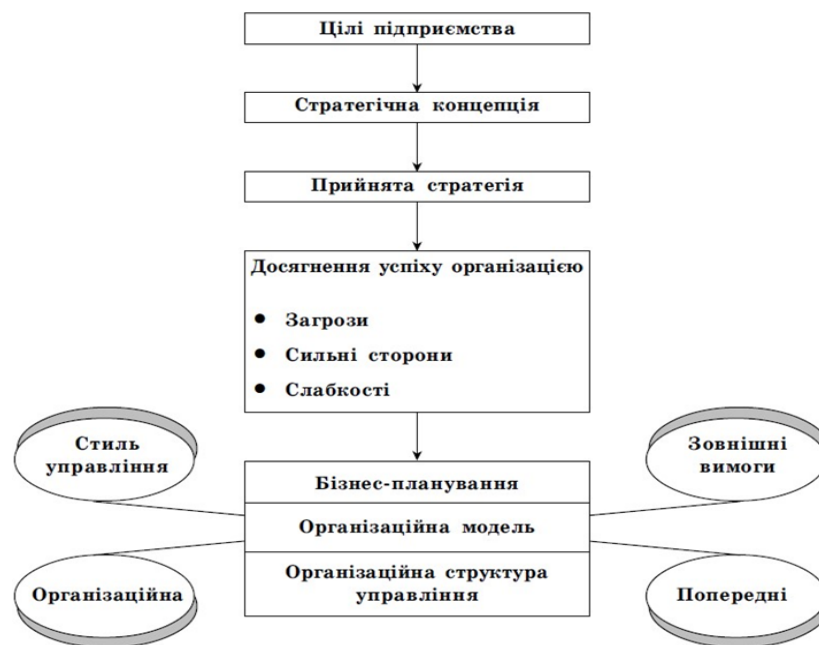


Рисунок 1 – Алгоритм переходу від цілей підприємства до організаційної структури управління

Приведення структури у відповідність до нових умов є одним з найважливіших завдань управління. Значні за масштабами організаційні перетворення не здійснюються доти, поки не з'явиться тверда впевненість в тому, що для цього існують серйозні причини, які викликають їх необхідність.

Основними елементами організаційної структури управління є:

- склад та структура функцій управління;
- кількість працівників для реалізації кожної управлінської функції;
- професійно-кваліфікаційний склад працівників апарату управління;
- склад самостійних структурних підрозділів;
- кількість рівнів управління та розподіл працівників між ними;

- інформаційні зв'язки.

Тобто, елементами структури є окремі працівники, функціональні підрозділи, а також служби та інші ланки апарату управління організацією.

Організаційна структура управління визначається як система взаємозв'язків та підпорядкованість організаційних одиниць (підрозділів) апарату управління, які виконують різні функції управління організацією (підприємством). Структуру організації можна розглядати як форму розподілу різних видів діяльності між її компонентами і координації діяльності цих компонентів, спрямованої на досягнення мети організації. Одна й та сама структура не може підходити для всіх типів організацій, але кожна організація володіє тією або іншою структурою, яка пристосована до досягнення конкретної мети. Необхідність вдосконалення організаційної структури управління виникає в результаті появи ряду проблем в безпосередньому функціонуванні підприємства: перевантаження вищого керівництва, зростання масштабу діяльності організації, вплив технології виробничих процесів, зовнішня економічна обстановка.

Світовий досвід доводить, що не існує однієї, оптимальної для всіх, організаційної структури. Для рішення проблеми розвитку й удосконалення організаційної структури управління необхідно розуміти її основну сутність, а також її переваги та недоліки. Науково обґрунтоване вдосконалення організаційної структури управління вважається найважливішою умовою реалізації стратегічних цілей підприємства. Отже, одним із найважливіших завдань менеджменту будь-якої організації є проектування і перепроєктування організаційної структури управління для адаптації до мінливих умов бізнес-середовища і відповідності розвитку організації.

Список використаних джерел

1. Кукоба В. П. Організаційне проектування підприємства: навч. посібник. Київ: КНЕУ, 2014. 420 с.
2. Новиков Д. А. Модели и методы организационного проектирования инновационных преобразований организации. Москва: КомКнига, 2016. 284 с.

УДОСКОНАЛЕННЯ ОБЛІКОВОЇ СИСТЕМИ СУБ'ЄКТА ДЕРЖАВНОГО СЕКТОРУ ЯК НАПРЯМ ОПТИМІЗАЦІЇ УПРАВЛІННЯ

Гевлич Т. І.,

к.е.н., доцент Гевлич Л. Л.

Донецький національний університет імені Василя Стуса

(м. Вінниця, Україна)

Державний сектор економіки складається з органів державної влади, місцевого самоуправління та створених ними підприємств, установ, організацій. Його характерними рисами є неприбутковість і спрямованість на вирішення завдання забезпечення населення нематеріальними послугами. Утримання суб'єктів державного сектору за рахунок коштів державного та місцевих бюджетів створює необхідність контролю за їх раціональним використанням як передумову ефективного державного управління. Облікова система суб'єктів державного сектору забезпечує процес прийняття рішень інформаційно і тому її удосконалення може розглядатися як напрям оптимізації управління суб'єктом державного сектору.

Проблеми управління суб'єктами державного сектору досліджувалися у роботах О. Таранич, О. Ярошенко, О. Чумак, А. Захарченко [1-3]. Але ці дослідження не розглядали облікову систему як інструмент впливу на ефективність менеджменту. Такий ракурс дослідження є новим.

Метою дослідження є пошук напрямів удосконалення облікової системи суб'єкта державного сектору як способу підвищення ефективності управління.

Правові засади організації та ведення бухгалтерського обліку в бюджетних установах визначені законом України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні», а основним регулятивним органом є Міністерство фінансів України. В якості однієї з характерних рис бюджетного обліку можна назвати розповсюдження централізованих бухгалтерій, що обслуговують бюджетні установи, введене з метою економії бюджетних коштів на ведення обліку та управління, з однієї сторони, і контролю за дотриманням бюджетного

законодавства керівниками таких установ, з іншої. Основним фінансовим документом бюджетних установ є кошторис як затверджений перелік напрямів використання бюджетних асигнувань і додаткових доходів бюджетних установ.

Безальтернативною формою обліку суб'єктів державного сектору є меморіально-ордерна, що полегшує контроль за формуванням фінансових показників, хоча і більш трудомістко у порівнянні із журнально-ордерною формою. Основними обліковими регуляторами в державному секторі є План рахунків бухгалтерського обліку в державному секторі (наказ Міністерства фінансів від 31.12.2013 р. № 1203), Порядок застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку в державному секторі, Типова кореспонденцію субрахунків бухгалтерського обліку для відображення операцій з активами, капіталом та зобов'язаннями розпорядниками бюджетних коштів та державними цільовими фондами (наказ Міністерства фінансів від 29.12.2015 р. № 1219), національні положення (стандарти) бухгалтерського обліку в державному секторі (НП(С)БОДС), розроблені на їх основі методичні рекомендації (наприклад, Методичні рекомендації з бухгалтерського обліку основних засобів суб'єктів державного сектору – наказ Міністерства фінансів України від 23.01.2015 р. № 11, Порядок складання типових форм з обліку та списання основних засобів суб'єктами державного сектору – наказ Міністерства фінансів України від 13.09.2016 р. № 818), Положення про інвентаризацію активів та зобов'язань (наказ Міністерства фінансів України від 02.09.2014 р. № 879). Така надмірна регламентація, з одного боку, спрямована на недопущення неефективного використання бюджетних коштів та порушень бюджетного законодавства, а з іншого, полегшує узагальнення інформації головними розпорядниками коштів та макроекономічне планування за рахунок уніфікації звітності, алгоритмів складання її показників, облікових процедур, первинних документів та облікових реєстрів. Облікова політика бюджетних установ містить обмежений перелік альтернатив вирішення облікових проблем, зокрема, щодо запасів (одиниця та порядок аналітичного обліку, методи оцінки вибуття, періодичність визначення середньозваженої собівартості, порядок

обліку і розподілу ТЗВ), витрат (перелік і склад статей калькулювання виробничої собівартості продукції, робіт, послуг, перелік і склад змінних і постійних загальновиробничих витрат, бази їх розподілу), необоротних активів (строки корисного використання груп основних засобів, нематеріальних активів, довгострокових біологічних активів, періодичність нарахування амортизації, вартісні ознаки предметів МНМА), звітності (види звітних сегментів), кореспонденцію субрахунків бухгалтерського обліку. З урахуванням регламентації на національному рівні кореспонденції субрахунків бухгалтерського обліку для відображення операцій з активами, капіталом та зобов'язаннями розпорядниками бюджетних коштів, відсутності альтернатив методів нарахування амортизації та обмеженості елементів облікової політики можна констатувати, що у бюджетних установах ефективно не використовується цей обліковий інструмент для досягнення управлінських цілей.

За результатами дослідження констатовано, що наразі облікова система вітчизняних бюджетних установ не є інструментом оптимізації державного управління і потребує реформування за напрямом лібералізації як самого менеджменту за рахунок надання розширених прав керівникам бюджетних установ, так і щодо побудови ефективної облікової системи, зокрема, за рахунок надання альтернатив у частині елементів облікової політики, форми обліку, кореспонденції рахунків. Дослідження особливостей облікової системи закордонних бюджетних установ буде напрямом подальших досліджень.

Список використаних джерел

1. Таранич О. В., Ярошенко О. П. Ефективність управління об'єктами державного сектору України. *Економіка і організація управління*. 2019. № 1 (33). С. 103–109.
2. Чумак О. Нормативно-правове інтерпретування та економічна ідентифікація об'єктів державної власності. *Проблеми і перспективи економіки та управління*. 2019. № 2 (18). С. 52–59.
3. Захарченко А. М. Щодо удосконалення законодавства з питань управління діяльністю суб'єктів господарювання державного сектору економіки. *Правничий часопис Донецького університету*. 2017. № 1–2. С. 79–88.

ЧОЛОВІКИ І ЖІНКИ НА РИНКУ ПРАЦІ: НЕРІВНІСТЬ СОЦІАЛЬНИХ МОЖЛИВОСТЕЙ

Гиренко В. О.,

Шерепа Б. І.,

к.е.н. Мантур-Чубата О. С.

Хмельницький національний університет

(м. Хмельницький, Україна)

Україна прийняла на себе основні міжнародні зобов'язання щодо захисту прав жінок, ухваливши Цілі сталого розвитку ООН, ратифікувавши Конвенцію про ліквідацію всіх форм дискримінації щодо жінок (1980) та її Факультативний протокол, приєднавшись до Пекінської Декларації та Платформи дій (1995) та підписавши Угоду про Асоціацію між Україною та ЄС у 2014 році [4].

Стаття 24 Конституції України визначає, що жінки мають рівні з чоловіками права і свободи, і це має виражатися в рівних можливостях у професійній підготовці, охороні праці та винагороді за неї, охороні здоров'я, правовому захисті, а також матеріальній та нематеріальній підтримці материнства, створенні сприятливих умов для поєднання праці й материнства, наданні оплачуваних відпусток та інших пільг вагітним жінкам і матерям тощо [3]. Економічна криза, викликана пандемією Ковід-19, зумовила різке скорочення попиту на ринку праці та поглибила проблеми притаманні типовому для України розподілу праці. Хоча під час жорсткого локдауну навесні більше чоловіків, ніж жінок, втратили роботу, але жінки зазнали сильнішого негативного впливу кризи.

По-перше, найризиковіші з точки зору зараження вірусом сфери – медицина, освіта, побутові послуги, роздрібна торгівля тощо – є переважно «жіночими». По-друге, значно посилилось традиційне навантаження на жінок із ведення домашнього господарства та догляду за дітьми. Більшість країн світу намагаються пом'якшити вплив кризи насамперед на родини з дітьми –

надаючи прямі грошові трансфери, гарантуючи додаткову оплачувану відпустку, сприяючи зменшенню навантаження з догляду за дітьми [1].

Практика проведення економічних реформ показала, що за відсутності адекватної системи заходів державного регулювання зайнятості жіноча частина трудових ресурсів першою витісняється на периферію ринку праці або взагалі за його межі. На ринку праці України виявлено суттєві відмінності між чоловічою та жіночою зайнятістю, специфічною особливістю яких є дискримінація жінок. Найбільш високооплачувані галузі зайняті чоловічою робочою силою, отже, рівень доходів чоловіків вище за рівень доходів жінок. Основною причиною гендерної нерівності оплати праці є гендерна сегрегація, відмінними рисами якої на ринку праці є: поділ галузей регіону на «чоловічі» і «жіночі» з явною перевагою перших; збільшення розриву в рівнях доходів чоловіків і жінок. Отже, можна говорити про те, що однією з причин обмеження жінок на ринку праці є неефективна система керівництва в основних галузях економічної діяльності країни.

На державному рівні батьківство – це, переважно, материнство. Роботодавець частіше відмовить у прийомі на роботу жінкам, адже саме вони, найбільш ймовірно, претендуватимуть, наприклад, на відпустку для догляду за дитиною. Окрім цього, жінкам на співбесідах все ще задають особисті питання щодо наявності малолітніх дітей, планів на одруження й народження дітей тощо, тобто питання, які не стосуються їх професійної кваліфікації, практичних навиків. Тому відмова в отриманні роботи (посади) найчастіше трапляється через суб'єктивне небажання роботодавця брати жінку на роботу, та є відкритою ознакою дискримінації. Звісно, материнство накладає багато обов'язків саме на жінку, однак і законодавець поки що не досяг балансу між наданням пільг працюючим жінкам і закріпленням рівності у правах чоловіків та жінок.

Впровадження гендерних аспектів у законодавство України – це питання соціальної справедливості, вирішення якого є необхідним для забезпечення рівноправного і стійкого розвитку людського потенціалу.

Як засвідчила практика, проблеми ринку праці, пов'язані з гендерною нерівністю, стояли гостро. На нашу думку, Уряд має розглянути та ухвалити сценарії короткострокової підтримки родин з дітьми у разі повторення надзвичайних ситуацій подібних до весняного локдауну [2].

Як приклад, більшість країн Європи серйозно поставилися до цього аспекту коронавірусної кризи та запровадили низку заходів, які пом'якшують навантаження на жінок. Доречними можуть бути: підтримка роботи окремих дитячих садків або ж часткової роботи усіх дитсадків для догляду за дітьми людей, які не можуть працювати дистанційно або ж працюють у життєво важливих сферах (медицина, публічний транспорт, доставка та продаж предметів першої необхідності, комунальне господарство, поліція, важливі державні службовці). Приклади запровадження подібних заходів: Австрія, Франція, Німеччина, Нідерланди; можливість отримання додаткової оплачуваної відпустки для догляду за дітьми (наприклад, до 15 днів у Італії); монетарні заходи соціальної підтримки родин з дітьми, наприклад, виплата державою частки заробітної плати або доходу самозайнятих осіб без фактичного відпрацювання у разі закриття дитячих садків та шкіл (запроваджено у Португалії).

Серед довгострокових заходів – розробка інформаційної політики, спрямованої на укорінення в суспільстві ідеї щодо необхідності активного залучення чоловіків до виконання домашніх обов'язків та догляду за дітьми на одному рівні з жінками.

Список використаних джерел

1. Блага В. В., Благой В. В., Тихомирова А. О. Гендерна дискримінація як перешкода на шляху до розвитку нації. URL: <http://global-national.in.ua/archive/21-2018/26.pdf>.
2. Буткалюк В. А. Влияние неолиберализма на положение трудящихся женщин в Украине. *Соціальні виміри суспільства: Збірник наукових праць*. 2015. С. 149–164.
3. Конвенція ООН 1979 р. про ліквідацію всіх форм дискримінації щодо жінок. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_207.
4. Стричак Г. В., Мартин О. М. Гендерні особливості ринку праці в Україні. URL: http://cpk.org.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=699.

МОДЕЛЬ УКРАЇНСЬКОГО МЕНЕДЖМЕНТУ: ПРОБЛЕМИ ТА ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ

Головатий А. Ю.,

к.е.н., доцент Ляшок Н. Ю.

ДВНЗ «Донецький національний технічний університет»

(м. Покровськ, Україна)

В умовах глобалізації та змін, що відбуваються в світовій економіці, і в Україні виникає необхідність формування сучасної моделі менеджменту. Цьому сприяє автоматизація та інформатизація бізнес-процесів, зростання рівня конкуренції на ринку та підвищення соціальної відповідальності підприємств. Відомі національні моделі менеджменту у всьому світі зазнають докорінних змін. Діюча система менеджменту в Україні має низку недоліків, які не дозволяють швидко та відповідно реагувати на зміну економічної ситуації, що свідчить про її неефективність та потребу в трансформації

Метою дослідження є з'ясування особливостей національної моделі менеджменту, її основних недоліків і проблем, а також визначення шляхів удосконалення.

Менеджмент – це діяльність, яка відповідно до цілей та завдань бізнесу розробляє плани, визначає не лише, що і коли робити, але й як і хто буде виконувати те, що намітили, формує робочі процедури по всіх стадіях управління та здійснює контроль [1, с. 12].

На даний час у складних умовах соціально-економічного розвитку менеджмент є ключовою ланкою при розв'язанні багатьох проблем. Грамотний менеджмент пом'якшує кризові явища, сприяє фінансової стабілізації, служить підвищенню конкурентоспроможності, усвідомлено впливає на оновлення технологій, мотивує інвестиції та інновації. Менеджмент пронизує всю організацію, торкається практично всіх сфер її діяльності

Розвиток менеджменту здійснюється на основі законів та закономірностей функціонування суспільства. Сучасні економічні тенденції зумовили появу

функціональних різновидів менеджменту: менеджмент персоналу, інноваційний, операційний, стратегічний, антикризовий менеджмент, крос-культурний менеджмент, ризик-менеджмент тощо. Поряд із виникненням нових функціональних видів менеджменту з'явилася потреба й у зміні самої його моделі.

Під моделлю менеджменту прийнято розуміти управлінський процес, що відтворює реалізацію функцій та застосування методів менеджменту відповідно до управлінських принципів з врахуванням ресурсного забезпечення в конкретній ситуації [2, с. 83].

Особливості існуючої моделі менеджменту в Україні значною мірою залежать від умов, в яких вона була сформована, зокрема:

- значний ступінь корупції у державних структурах;
- втручання держави у регулювання економіки;
- політична нестабільність;
- значне податкове навантаження;
- високий рівень інфляції;
- значний контроль цін;
- відсутність ефективного механізму захисту прав інтелектуальної власності.

Вітчизняна модель менеджменту в сучасних реаліях, що характеризуються динамічними змінами, не є ефективною. Вона має низку недоліків, що негативно впливають на управлінські процеси підприємств:

- орієнтація багатьох досвідчених керівних кадрів на авторитарний стиль, який придушує ініціативу підлеглих, що заважає підприємствам і пристосовуватися до нових економічних умов;
- недостатнє бажання значної частини керівників делегувати повноваження і відповідальність своїм заступникам, намагання все зробити самому і особисто контролювати;
- слабе залучення співробітників до управління підприємствами та їх підрозділами, що в значній мірі не враховує знання і досвід працюючих;

- відсутність гнучкості у швидкому реагуванні на зміни зовнішніх і внутрішніх факторів, які впливають на діяльність підприємства;
- недостатнє знання управлінськими кадрами законодавчих та нормативних актів;
- ігнорування норм ділової етики, а також порушення підприємцями елементарних етичних правил при здійсненні бізнесових операцій;
- відсутність у багатьох керівників фундаментальних знань з організації управлінських процесів на підприємстві;
- неувага до працюючих та ігнорування етики управління;
- недостатній рівень механізації, автоматизації та комп'ютеризації управлінської діяльності;
- переважання інтуїтивних методів управління;
- необґрунтоване надмірне споживання ресурсів [3, с. 129].

Враховуючи зазначені недоліки, сучасна українська модель менеджменту значний акцент повинна робити на організаційну культуру, організаційну поведінку, корпоративну культуру, антикризовий менеджмент, ризик-менеджмент [4, с. 58].

Вітчизняна модель менеджменту повинна змінюватися з урахуванням сучасних світових тенденцій: раціональне поєднання ринку та державного регулювання; максимальне використання економіко-математичних методів; застосування сучасних інформаційних технологій; орієнтація на інновацію; використання системного та ситуаційного підходів; постійне корегування цілей організації; зростання ролі організаційної культури; швидке підвищення кваліфікаційного рівня менеджера; впровадження структур управління, орієнтованих на децентралізацію управління; активне залучення працівників до управління; зростання соціальної відповідальності перед суспільством та працівниками.

Сучасна українська модель менеджменту має враховувати вищезазначені тенденції і обов'язково зберігати національні особливості.

Що ж до адаптації прогресивного світового досвіду, то тут теж є чимало проблем: неприпустимо автоматичне копіювання різних шкіл західного менеджменту, особливо нових модних течій, ще не перевірених практикою; формування ефективної організаційної культури українського менеджменту неможливе без сприйняття моралі, цінностей, правил і етичних норм, які панують у цивілізованому світі та складають основу міжнародної бізнесової етики; при формуванні моделі українського менеджменту варто виходити з визнання того, що управління належить до сфер науки, мистецтва та практики одночасно.

Таким чином, нова модель українського менеджменту повинна враховувати ефективні тенденції розвитку світової економіки та міжнародного менеджменту; культурні особливості українського суспільства в цілому, а також його регіональні відмінності; норми моралі, цінності, правила та етичні норми цивілізованого світу [5, с. 16]. Така модель повинна бути гнучкою та адаптивною до нинішніх реалій та поєднувати найефективніші історично сформовані складові.

Список використаної літератури

1. Кабушкин Н. И. Основы менеджмента: учебное пособие. Москва: Новое знание, 2007. 335 с.
2. Фединець Н. І Сучасна модель менеджменту в Україні та її вплив на механізм управління персоналом туристичного підприємства. *Інноваційна політика*. 2020. №5–6 (84). С. 83–88.
3. Ковальська С. Т., Мартинова І. М. Застосування сучасних моделей управління. *Економіка. Менеджмент. Фінанси. Теоретичні та практичні аспекти розвитку: матеріали науково-практичної конференції* (м. Київ, 13-14 березня 2015 р.). Київ: Аналітичний центр «Нова економіка», 2015. Ч. 2. С. 126–129.
4. Вербіцька І. І. Ризик-менеджмент як сучасна система управління ризиками підприємницьких структур. *Сталий розвиток економіки*. 2013. №5. С. 56–63.
5. Шевченко І. П., Сердюк Т. Г. Сучасні проблеми менеджменту українських підприємств. *Дні науки – 2017: збірник матеріалів IX регіональної науково-практичної конференції* (м. Покровськ, 16-17 травня 2017 р.). Покровськ, 2017. С. 56–58.

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ РИНКУ ПРАЦІ В УКРАЇНІ

Гринюк Д. С.,

Боровик В. Ю.,

к.е.н. Мантур-Чубата О. С.

Хмельницький національний університет

(м. Хмельницький, Україна)

Україна, як суверенна держава, знаходиться у стадії глибоких економічних досліджень та реформ з метою побудови соціально орієнтованої ринкової економіки. Ринкова економіка формується і розвивається як органічна узгодженість багатьох ринків: землі, капіталу, житла, товарів, послуг, робочої сили, тощо.

Ринок праці є невід'ємною складовою частиною загальноекономічного ринкового механізму та системи. Він характеризується як одне з найбільш складних соціально-економічних явищ суспільства, де демонструються всі сторони його життєдіяльності, проявляється вся різноманітність його особливостей, інтересів та протиріч. Тому процес його функціонування постійно знаходиться під контролем держави, оскільки відтворення такого товару, як робоча сила – це відтворення трудових ресурсів і продуктивних сил суспільства, в цілому.

Ринок праці – найбільш складний елемент ринкової економіки. Тут переплітаються інтереси робітника та роботодавця при визначенні ціни праці та умов її існування.

Від того, наскільки успішно функціонує економіка, у якій фазі економічного циклу вона знаходиться, залежить попит на робочу силу та її пропозиція, а відповідно, і рівень безробіття.

Загалом, будь-яка країна формує свій ринок праці з урахуванням національної особливостей, стану і напрямів розвитку власної економіки. Кожній державі притаманні свої специфічні ознаки формування ринку праці,

зумовлені ресурсними, географічними, економічними, політичними та іншими причинами.

Слід звернути увагу на головну особливість тих умов, в яких формувався ринок праці України – це глибока соціально-економічна криза. Вона має свій особливий характер і відбивається на формуванні ринку праці, зайнятості населення і безробітті.

Виходячи з темпів розвитку безробіття як одного з основних показників ринку праці, диференціацію етапів формування національного ринку праці можна укрупнити до двох.

Перший етап – 1991 р. – друга половина 1995 р., коли зареєстроване безробіття не перевищувало 0,4%.

Другий етап – з кінця 1995 р. до сьогодні, де вже в середньому рівень безробіття складав 9,0% з переходом прихованого безробіття у відкрите з його зростаючими масштабами, з врахуванням пандемії.

Динаміку розвитку і формування ринку праці України і рівня зайнятості населення та безробіття наочно ілюструє таблиця 1, побудована за даними Держкомстату України.

Таблиця 1 – Динаміка безробіття та зайнятості населення України за 2015–2020 рр.

Показники	2015 р.	2016 р.	2017 р.	2018 р.	2019 р.	2020 р.
Всього населення, млн. осіб	42760,5	42584,5	42386,4	42153,2	41902,4	41588,4
Економічно активне населення, млн. осіб	17396,0	17303,6	17193,2	17296,2	17381,8	-
Заняте населення, млн. осіб	15742,0	15626,1	15495,9	15718,6	15894,9	-
Безробітне населення, млн. осіб	1654,0	1677,5	1697,3	1577,6	1486,9	1673,3
Рівень безробіття, %	9,5	9,7	9,9	9,1	8,6	-
Зареєстрованих безробітних	461,1	407,2	352,5	341,7	338,2	459,2

Вона свідчить також про залежність обсягів виробництва від чисельності зайнятих. Вивільнені через структурні зрушення кошти свідчать про перехід прихованого безробіття у відкрите і дають підставу укрупнити етапи формування ринку праці України по вказаних вище термінах.

Дані таблиці свідчать також про значне перевищення пропозиції робочої сили над її попитом.

Це дає можливість роботодавцям утримувати ціну робочої сили на низькому рівні (крива пропозиції праці все більше переміщується вправо), «підштовхує» міграцію висококваліфікованої робочої сили, робить великомасштабну нерегламентовану і нелегальну зайнятість одним із суттєвих атрибутів національного ринку праці.

Проте основні фактори впливу на формування ринку праці, які певною мірою діють і тепер, не можуть бути факторами постійної дії. Їх вплив на ринкові процеси змінюється залежно від соціально-економічного розвитку.

З часом можуть виникати нові чинники та зникати діючі на даний час, як це було, скажімо, з проблемою працевлаштування на сьогодні, у зв'язку з пандемією COVID-19.

Не може бути постійною соціально-економічна криза, яка вже спадає. Поступово зникне проблема депортованих народів.

Проте, може виникнути новий фактор впливу, пов'язаний з посиленням інвестиційного процесу, який змінить співвідношення попиту і пропозиції робочої сили на користь попиту підвищить її ціну, вимагатиме значного збільшення професійної підготовки, перепідготовки і підвищення кваліфікації кадрів і пом'якшить контрасти у коефіцієнтах навантаження по регіонах. Все це має бути враховане заходами державної політики зайнятості.

Деструктивні явища, які мають місце на ринку праці, практична недієвість ринкових важелів, що мають сприяти подоланню негативних тенденцій у сфері зайнятості, вимагають віднесення існуючих проблем до головних пріоритетів соціально-економічної політики держави, вирішення яких повинно спиратися

на глибоко обґрунтовані наукові дослідження та розробки ефективної системи ринку праці.

Сучасний ринок праці потребує посилення керованості процесами, які відбуваються на ньому.

На сьогодні, практично відсутня прийнятна модель управління ринком праці та розвитком трудового потенціалу, позиція профспілок та громадських організацій не відіграє належної ролі у формуванні соціально-економічного партнерства, при якому має забезпечуватися відносний баланс інтересів усіх учасників ринку праці.

Перехід економіки України до ринкових умов господарювання потребує створення відповідної системи управління процесами на ринку праці. В Україні до цього часу не створена комплексна, скоординована та ефективна система управління ринком праці, яка б дозволила через дію існуючих та введення у практику нових ринкових механізмів відпрацювати еластичний та дієвий механізм досягнення ефективної зайнятості населення, що зумовлює необхідність подальших досліджень.

Список використаних джерел

1. Лазоренко К. С. Роль, значення та особливості функціонування ринку праці на сучасному етапі. *Вісник Сумського національного аграрного університету*. 2010. № 5. С. 140–144.
2. Калина А. В. Економіка праці: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. Київ: МАУП, 2004. 272 с.
3. Шимченко Л. А. Ринок праці в Україні: проблеми та складнощі реформування. *Економічний вісник університету: зб. наук. праць учених та аспірантів*. Випуск 10. URL: http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/Evu/2011_17_1/Shimchenko.pdf (дата звернення: 12.04.2021).
4. Калина А. В., Котвицький А. А. Ринок праці. Київ: Знання України, 2010. 208 с.
5. Спасенко Ю. Ринок праці кваліфікованої робочої сили: стан та умови ефективного розвитку. *Україна: аспекти праці*. 2007. № 4. С. 15–21.
6. Богиня Д. П., Куліков Г. Т., Шамота В. М., Лисогор Л. С. Соціально-економічний механізм регулювання ринку праці та заробітної плати. Київ: Інститут економіки НАНУ, 2001, 300 с.

НЕМАТЕРІАЛЬНЕ СТИМУЛЮВАННЯ ПЕРСОНАЛУ ЯК ІНСТРУМЕНТ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ

Деркач М. С.,

к.е.н. Василюшина Л. М.

ДВНЗ «Донецький національний технічний університет»

(м. Покровськ, Україна)

Головним ресурсом і конкурентною перевагою більшості компаній в наш час є людські ресурси. Вони є рушійною силою виробничого потенціалу компаній, від якої залежить їх фінансовий результат. У зв'язку з цим одним з найбільш ефективних засобів підвищення продуктивності праці є система мотивації персоналу.

Окремі аспекти мотивація персоналу досліджувалися багатьма науковцями у сфері управління персоналом. Серед них слід відзначити праці А. Афоніна, Д. Богині, А. Вельша, А. Калініченко, А. Кібанова, А. Колота, О. Криворучко, О. Кузьміна, М. Мескона, В. Шинкаренка та ін. [1]. Узагальнення розробок вищезазначених дослідників, дозволило дійти висновку, що система мотивації персоналу – сукупність взаємопов'язаних заходів, спрямованих на стимулювання як окремого працівника, так і колективу в цілому для досягнення цільових орієнтирів компанії.

Сучасне управління вимагає від керівників постійного вдосконалення інструментів стимулювання, ставить більший акцент на нових факторних умовах. Таким чином, далі представляється доцільним зупинитися більш детально на нематеріальному стимулюванні персоналу як важливому інструменті системи управління персоналом.

На відміну від матеріального стимулювання, яке являє собою матеріальну компенсацію за виконану роботу, нематеріальне стимулювання спрямоване на моральний зв'язок працівника і підприємства, комфортні умови його роботи та можливість самореалізації. Саме нематеріальні засоби стимулювання персоналу

дають можливість створювати середовище, у якому працівники будуть відчувати свою цінність та вдячність за свою працю.

Слід відзначити, що система стимулювання персоналу обов'язково повинна комбінуватися як з матеріальних, так і нематеріальних складових, які доповнюють один одного. Робота керівника полягає у розробці цієї системи відповідно до конкретного підприємства, її вдосконаленні та контролі. Вдосконалення системи передбачає її спрощення, адже вона повинна бути простою та зрозумілою. Кращим інструментом для вдосконалення системи є зворотний зв'язок [2].

Програма нематеріальної мотивації персоналу так чи інакше пов'язана для компанії з певними витратами. Але на відміну від матеріального стимулювання, нематеріальне – має більший ефект і витрати на нього мають високу рентабельність.

На даний час посилення ролі нематеріальної мотивації пов'язано зі зміцненням ступеня впливу нематеріальних стимулів на результати персоналу. Для того, щоб система була ефективною, необхідно підлаштовувати мотивацію під інтереси конкретних співробітників або груп співробітників.

Основні методи нематеріального стимулювання представлено на рис. 1 [3].

Існуючі методи нематеріальної мотивації можна поділити на групи:

1. Можливості самореалізації (проведення професійних конкурсів, стажування, ротація, система наставництва, делегування повноважень, підвищення по посаді, навчання за рахунок фірми).

2. Матеріальні нефінансові винагороди (подарунки до свят, оплата медичної страховки, знижки на продукцію компанії, поїздки вихідного дня за рахунок компанії).

3. Корпоративна культура (підтримання репутації та авторитету компанії, корпоративні заходи, уніформа).

4. Морально-психологічні стимули (усна похвала, неробоча бесіда, відповідність змісту роботи професійним та особистим якостям людини).

5. Організація робочого місця (виділення окремого кабінету, надання

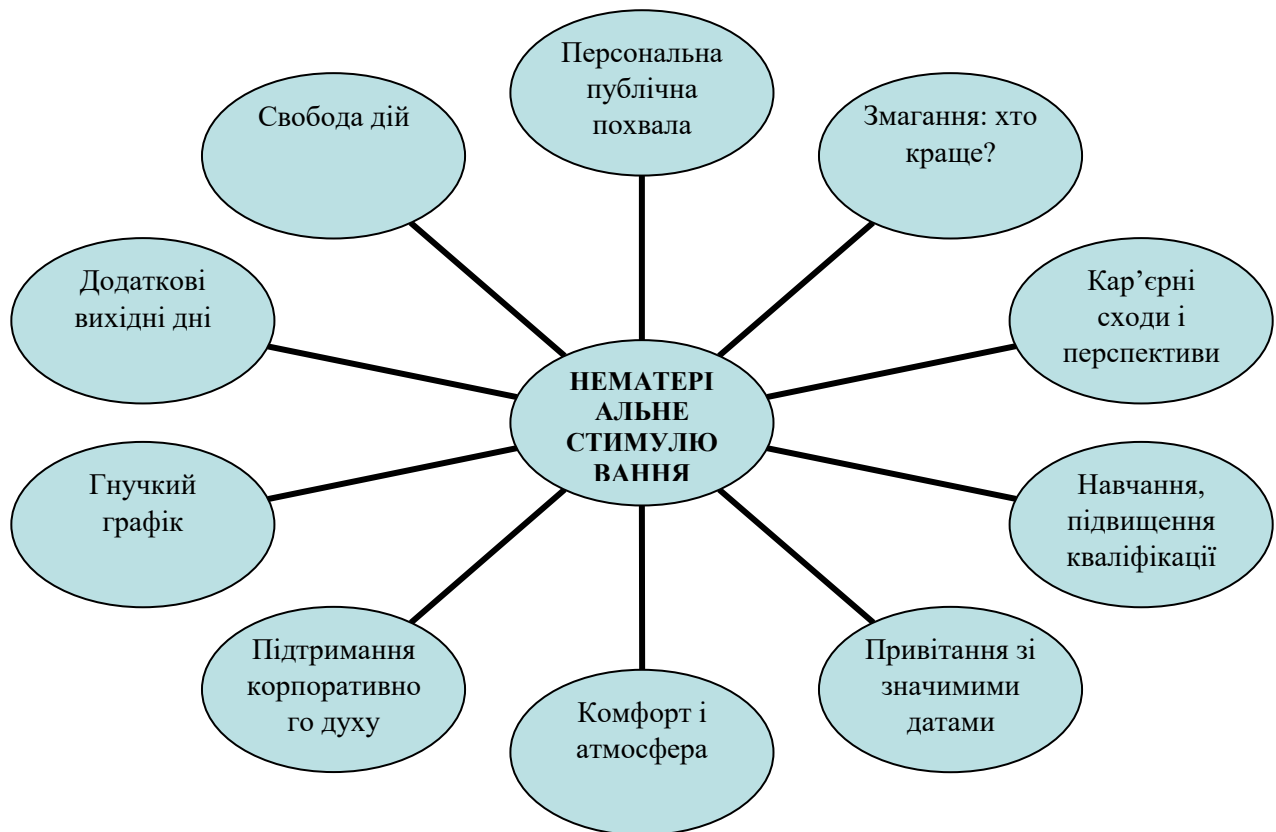


Рисунок 1 – Методи нематеріального стимулювання

помічників, додаткове офісне обладнання, службовий автомобіль або послуги таксі) [4].

Таким чином, стимулювання – один з найважливіших факторів ефективної діяльності будь-якої організації, який покликаний створити тісний зв'язок між підлеглим та підприємством для їх плідної співпраці та задоволення потреб.

Список використаних джерел

1. Чобіток В. І., Дибаліна С. В. Формування системи мотивації працівників на промислових підприємствах: теоретичний аспект. *Економіка і регіон*. 2015. №3 (52). С. 71–76.
2. Шакирова И. В., Будаева А. П., Тарасова А. А. Нематериальное стимулирование персонала предприятия. *Молодой ученый*. 2019. №50 (288). С. 243–245.
3. 10 методів нематеріальної мотивації персоналу: огляд з прикладами URL: <https://kirulanov.com/10-metodov-nematerialnoj-motivacii-personala/>.
4. Горобець А., Морозова М. Методи нематеріальної мотивації трудової діяльності. *Науковий вісник УМО. Серія. Економіка та управління*. 2018. Вип. 5. URL: http://umo.edu.ua/images/content/institutes/imp/vydannya/visnyk_umo/ekonomika/V_5/Горобец_ .pdf.

УПРАВЛІНСЬКІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ І ТЕХНОЛОГІЙ В УКРАЇНІ

д.е.н., доцент Климчук О. В.

Донецький національний університет імені Василя Стуса

(м. Вінниця, Україна)

Динамічний розвиток світового ринку інформаційних технологій здійснює значний вплив на розвиток світового господарства. Розробка та втілення нових інформаційних технологій оптимізує процеси виробництва, дозволяє більш ефективно використовувати ресурси, сприяє прискоренню обміну інформацією. У сучасних умовах ефективне управління є цінним ресурсом організації, разом з фінансовими, матеріальними, людськими та іншими ресурсами. Бурхливий розвиток інформаційних комп'ютерних технологій, вдосконалення технічної платформи і поява принципово нових класів програмних продуктів призвів у наші дні до зміни підходів до автоматизації управління виробництвом [1, с. 74].

У сучасній економіці, що характеризується інтенсивними змінами і високими рівнями ризиків, безперечно, важливими аспектами виступають максимально швидке ухвалення обґрунтованих стратегічних рішень і створення адекватної системи корпоративного управління. Одним з ефективних напрямів удосконалення управління корпорацією є розробка та впровадження сучасних інформаційно-управляючих систем і технологій. Інформаційні технології можуть використовуватися, щоб перезавантажити корпорації, трансформуючи їх структуру, область діяльності, засоби повідомлення і механізми управління роботою, трудовими процесами, виробами та послугами [2, с. 356].

В результаті реформування національної економіки, якісні зміни в системі управління персоналом є необхідною умовою ефективного функціонування та розвитку підприємств [3, с. 155]. Сучасні інформаційні технології здатні цілком задовольнити вимоги виробничих систем та є передумовою їх розвитку. Високі темпи запровадження інформаційних технологій сприяють збільшенню кількості обчислювальної техніки, яка використовується у виробничо-

господарчій діяльності підприємств усіх галузей [4, с. 270-271].

Водночас, ступінь розбудови інформаційного суспільства в Україні, порівняно із світовими тенденціями, є недостатнім і не відповідає наявному потенціалу та можливостям. Так, серед 134 різних країн світу наша держава в рейтингу за Індексом мережевої готовності 2020 р. займає лише 64 місце. Серед головних негативних чинників потрібно відзначити такі: відсутність спільного координування зусиль державного і приватного секторів національної економіки щодо ефективного використання наявних інформаційних ресурсів; низька ефективність використання фінансових, матеріальних і кадрових ресурсів, що спрямовані на процеси інформатизації та запровадження інформаційних систем і технологій у соціально-економічну сферу; значне відставання від передових країн у використанні технологій ведення електронного бізнесу, запровадженні електронних бірж та аукціонів, електронних депозитаріїв та здійсненні безготівкових розрахунків за товари і послуги; низький рівень інформатизації деяких регіонів та окремих галузей економіки, зокрема агропромислового сектору; невідповідність світовим стандартам нормативно-правової бази у розрізі інформаційної сфери; недостатній рівень інформаційно-комп'ютерної грамотності населення та повільне запровадження нових методів навчання із застосуванням сучасних інформаційно-комунікаційних технологій; незначна доля інформаційної представленості України в глобальному Інтернет-просторі та присутності україномовних інформаційних ресурсів; державна підтримки виробництва та впровадження інформаційних систем і технологій не забезпечує всіх потреб національної економіки і суспільного життя; наявна нерівномірність у можливостях доступу населення до комп'ютерних і телекомунікаційних засобів та поглиблення «інформаційної нерівності» між окремими регіонами, галузями економіки та різними верствами населення.

Отже, в Україні склалися такі передумови, що вимагають прискореного розвитку інформаційного суспільства. Перш за все, це пов'язано із соціально-економічною нерівністю між розвинутими країнами і країнами, що

розвиваються, внаслідок суттєвої різниці у розвитку інформаційних систем і технологій. Така нерівність негативно впливає на національну конкурентоспроможність і життєвий рівень людей. Сучасні тенденції в Україні щодо використання інформаційно-комунікаційних технологій на підприємствах різняться залежно від видів економічної та господарської діяльності (табл. 1).

Таблиця 1 – Використання інформаційних технологій на підприємствах за видами економічної діяльності, % до загальної кількості підприємств

Напрями господарської діяльності	Частка кількості підприємств, які					
	мали доступ до мережі Інтернет		мали веб-сайт		купували послуги хмарних обчислень	
	2018 р.	2019 р.	2018 р.	2019 р.	2018 р.	2019 р.
Переробна промисловість	90,0	89,5	43,7	43,2	9,3	10,0
Постачання електроенергії, газу, пари та кондиційованого повітря	93,2	92,3	42,2	43,0	9,7	11,6
Водопостачання; каналізація, поводження з відходами	93,8	92,4	22,8	25,0	7,1	8,8
Будівництво	87,9	83,9	25,1	24,0	8,9	8,9
Оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів	88,1	86,1	37,7	37,6	11,3	11,5
Транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність	87,8	87,9	22,4	22,1	7,5	8,1
Тимчасове розміщування й організація харчування	81,4	77,2	37,2	36,8	8,3	9,5
Інформація та телекомунікації	90,0	89,2	57,4	57,1	15,4	17,5
Операції з нерухомим майном	87,8	86,3	23,4	24,5	6,8	6,7
Професійна, науково-технічна діяльність	88,4	87,2	44,6	43,6	13,1	13,6
Діяльність у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування	80,4	78,2	23,6	22,9	8,6	8,3
Надання інших видів послуг	94,1	86,6	58,8	59,7	19,1	11,9
Усього	88,0	86,4	35,6	35,2	9,8	10,3

Джерело: сформовано автором на основі [5].

Слід відзначити позитивні зрушення щодо доступу до мережі Інтернет різних видів підприємств, частка яких знаходиться від 77,2 до 94,1% за 2018-2019 рр. Проте, частка підприємств, які володіють вебсайтом становить лише 22,1-59,7%. Водночас, підприємства, що купували послуги хмарних обчислень, взагалі мають найменшу частку – 6,7-19,1%. В розрізі розподілу підприємств за середньою кількістю працівників простежується чітка тенденція до зростання зазначених показників при збільшенні кількості працюючих.

Таким чином, інформаційні системи і технології відіграють важливу і

зростаючу роль у світовій економіці, а країни, галузі та підприємства отримують все більші вигоди від вливання інвестицій у даний напрям та розширення діджиталізації економіки. Завдяки цьому відбувається стимулювання інноваційної діяльності у сфері послуг, підвищується ефективність виробництва, створюється додана вартість, що зумовлюється полегшенням управління запасами та адміністративними витратами. Інформаційні системи і технології виступають каталізаторами змін у компаніях, покращують організаційно-економічні процеси виробництва, сприяючи зменшенню витрат на звичайні операції та впорядкуванню ланцюгів поставок.

В умовах зростаючої соціально-економічної активності громадян під впливом запровадження інформатизації, Україна має позиціонуватися в якості соціального інституту, що забезпечує всебічний доступ до системи вітчизняних і глобальних інформаційних ресурсів, виступає інструментом реалізації національних інтересів у розвитку міжнародного співробітництва та гармонізації відносин на внутрішньодержавному рівні, базуючись на принципах соціального партнерства, компромісу, рівноваги та ефективності.

Список використаних джерел

1. Клепікова О. А. Сучасний стан і місце інформаційних технологій в управлінні підприємством. *Науковий вісник міжнародного гуманітарного університету. Серія: Економіка і менеджмент*. 2013. № 5. С. 74–77.
2. Орлова Н. С., Мохова Ю. Л. Впровадження інформаційних технологій в систему корпоративного управління. *Відкрите освітнє е-середовище сучасного університету*. 2017. № 3. С. 355–365.
3. Levytska I. V., Klymchuk A. O., Klymchuk O. V. Functions of salary at machine-building enterprises in formation of motives and stimules of personnel. *Bulletin of Zaporizhzhia National University. Economic sciences*. № 4 (44), 2019. Pp. 154–159. DOI <https://doi.org/10.26661/2414-0287-2019-4-44-24>.
4. Янчук Т. В. Значення механізму впровадження інформаційних технологій у господарський процес діяльності підприємств. *Економіка і організація управління*. 2016. № 4 (24). С. 269–276.
5. Статистичний щорічник України за 2019 р. Державна служба статистики України. За ред. І.Є. Вернера. Київ: ДП Держаналітінформ, 2020. 464 с.

СУКУПНІСТЬ ІНТЕЛЕКТІВ КЕРІВНИКА ЯК ОСНОВНА СКЛАДОВА УСПІШНОГО УПРАВЛІННЯ ОРГАНІЗАЦІЄЮ

к.т.н., доцент Козловська С. Г.

Східноєвропейський університет імені Рауфа Аблязова

(м. Черкаси, Україна)

Керівник є провідною ланкою в системі управління кожної організації. Відповідно він реалізує певний набір управлінських функцій: загальних та спеціальних. До загальних функцій управління належать планування, організація, мотивація, контроль і регулювання. Спеціальні функції управління залежать від специфіки діяльності організації.

Механізм управління є складним процесом відносин між людьми та організаціями, в основі яких лежить вплив суб'єкта на об'єкт управління. Ці відносини складаються з різноманітних організаційних, інформаційних зв'язків, взаємодії різних елементів і ланок суб'єкта управління. Тому завдання керівника – добре знати як особисті інтереси й мету підлеглих, так і ті завдання, що стоять загалом перед організацією для того, аби належно реагувати на будь-яку ситуацію.

Робота керівника – це специфічний вид управлінської діяльності. Ефективність (результативність) управлінської діяльності здебільшого залежить від особистих та ділових якостей керівника, від його вміння використовувати наявні методи організації роботи з підлеглими.

До особистих якостей керівника належать такі: організованість, інтелект, активна життєва позиція, висока працездатність, дисциплінованість, комунікабельність, наполегливість, оптимізм, стресостійкість та інші.

Ділові якості – це вміння оперативно ухвалювати обґрунтовані рішення та брати на себе відповідальність за їхнє виконання, аналізувати та знаходити вихід з будь-якої складної ситуації, добре розуміти цілі фірми тощо.

Як бачимо, професійні та особисті якості мають бути притаманними кожному керівникові, й, звичайно, кожний керівник володіє своїм набором цих якостей.

Як зазначалося, до особистих якостей керівника належить інтелект, тобто здатність раціонально мислити, діяти правильно, розумно у відповідних ситуаціях, вміло використовувати свої ділові якості. Але сьогодні в динамічному ринковому середовищі просто інтелекту не достатньо. Керівник має володіти емоційним, маніпулятивним, духовним та естетичним інтелектами. Вперше поняття емоційного інтелекту запропонували психологи Джон Майєр і Пітер Саловей у 1990-му році. У 1995-му році опубліковано книгу Денієла Гоулмана «Емоційний інтелект», у якій він доводив, що успіх у бізнесі гарантує не когнітивний, а емоційний інтелект – розуміння своїх емоцій, емоцій інших та управління цими емоціями [1].

Сучасний керівник в нинішніх умовах господарювання має справу з безліччю емоцій, в тому числі негативними: роздратуванням, агресією, гнівом, емоційною втомою. Більшість керівників приховують їх від співробітників. І зробити можна це двома способами: пригнічувати емоції або управляти ними. Постійне пригнічування емоцій може призвести до психологічних розладів, професійного вигорання й хронічних хвороб. А ось управління емоціями надає керівникові можливість позбутися негативних переживань, нейтралізувати їх, у критичний момент взяти себе в руки та, не піддаючись їм, достойно вийти зі складної ситуації.

Керівник з високим рівнем емоційного інтелекту вміліше знаходить контакт із підлеглими та отримує задоволення від спілкування, налагоджує відносини між співробітниками та виявляє емпатію до кожного, є більш відповідальним і чуйним до своїх колег, помічає їх тривоги й проблеми, сприяє формуванню сприятливого соціально-психологічного клімату в колективі. Отже, емоційний інтелект необхідний керівникові для ефективного управління своїми співробітниками, максимального мотивування кожного з них на ефективну роботу.

Робота керівника спрямована насамперед на підлеглих з метою отримання конкретного результату. Для цього він має добре знати своїх працівників та їхні інтереси. Ці знання допомагають йому знаходити важелі управління на працівників. У такому разі можна говорити про маніпулятивний інтелект керівника – здатність використовувати свої знання шляхом маніпулювання людьми для досягнення особистих цілей (цілей організації) [2, с. 224].

Зазвичай керівники маніпулюють тоді, коли їм не вдається домовитися зі своїми підлеглими й при цьому вони не бажають конфліктувати. Тоді залишається маніпулювати ними. Форми маніпуляції залежать від емоцій, що з'являються в об'єкта маніпулювання. Можна виокремити позитивні й негативні форми маніпуляцій. Позитивні форми – це заступництво, вияв допомоги, комплімент, повідомлення хороших новин і т.д. Негативні форми – це критика, констатація, примушування.

Неможливо ефективно виконувати функції планування, організації, мотивації, контролю та регулювання, якщо немає ефективного керівника – лідера, здатного заохочувати працівників, вести за собою, досягати поставлених цілей. Необхідно звернути увагу на дуже цінну якість цієї категорії людей – духовний інтелект, тобто потребу віддаватися своїй справі, ділитися зі своїми колегами чи підлеглими знаннями, готовність жертвувати собою заради інших.

Полін Браун у своїй книзі «Естетичний інтелект. Як його розвивати й використовувати в бізнесі та житті» зазначає, що побудувати успішний бізнес можна лише тоді, коли керівники враховують не тільки власні естетичні уподобання, а й смаки тих, з ким працюють. Цінність естетики в бізнесі визначається естетичним інтелектом керівництва й значною мірою залежить від його здатності формувати, підтримувати, зберігати організаційну культуру, співзвучну сформованим поглядам на образ товару або бренду [3, с. 27].

Складовими естетичного інтелекту керівника є:

- вміння не лише зрозуміло висловлювати думку, а й сприяти виникненню у співрозмовника незвичайних, сильних асоціацій, яскравих позитивних емоцій, що він запам'ятає надовго;

- правильне подання інформації тим, кому вона потрібна. Це є ключовим інструментом управління розумінням і прийняттям;

- зовнішній вигляд керівника. Він свідчить про ступінь надійності, респектабельності й успіху в справах. Конкурентна боротьба на ринку праці вимагає від керівників не лише професіоналізму, а й гармонійного зовнішнього вигляду. Зовнішній вигляд має психологічний вплив на партнерів під час спілкування, нерідко зумовлюючи їхнє ставлення один до одного. Гармоніювати між собою мають одяг, зачіска, манери, стиль, поведінка. А занадто емоційна реакція на події, що відбуваються, невміння підтримати ділову розмову, відсутність досвіду використання норм та правил ділового етикету зведуть до нуля всі плани;

- оформлення робочого середовища – можливість впливати на сенсорне сприйняття співробітників, цим самим викликаючи у них позитивні емоції та бажання працювати продуктивніше.

Середовище, у якому функціонують сучасні організації, висуває високі вимоги до їх керівників. Для того, щоб ефективно реалізувати управлінські функції, вони мають володіти як загальними так і специфічними знаннями та вміннями в сфері менеджменту. А оволодіння таким набором інтелектів – емоційним, маніпулятивним, духовним, естетичним – надає керівникові можливість співпрацювати з широким колом людей, бути емоційно зрілим, тактовним, толерантним і порядним, тобто професіоналом своєї справи, що й визначатиме успіх компанії.

Список використаних джерел

1. Гоулман Деніел. Емоційний інтелект. Харків: Вид-во «Vivat», 2018. 512 с.
2. Козловська С. Г. Маніпулятивний інтелект як засіб впливу на свідомість людини. *Актуальні питання державотворення в контексті сучасних цивілізаційних викликів: матеріали Всеукр. наук.-практ. інтернет-конференції*. м. Черкаси, 26–27 листопада 2020 р. Черкаси: Східноєвропейський університет імені Рауфа Аблязова, 2020. С. 223–225.
3. Полин Браун. Эстетический интеллект. Как его развивать и использовать в бизнесе и жизни. Москва: Манн, Иванов и Фербер. 2020. 320 с.

ГЕНДЕРНА НЕРІВНІСТЬ НА РИНКУ ПРАЦІ: ПРИЧИНИ ТА СПОСОБИ ВИРІШЕННЯ

Коновалова І. В.,

Малашков В. І.,

к.е.н. Мантур-Чубата О. С.

Хмельницький національний університет

(м. Хмельницький, Україна)

Гендерна нерівність є одним із ключових питань сьогодення. Безперечно, ця проблема є реальністю, минулим та майбутнім не кожної окремо взятої країни, а й світу в цілому. Останнім часом до цієї теми було прикуто надто багато уваги. Нерівність притаманна кожній країні світу, незалежно від того чи це малозабезпечена країна, чи високорозвинена держава. Саме нерівність є проявом соціальної диференціації і однією з основних перепон самореалізації жінки у сучасному суспільстві. Проблема гендерної нерівності завжди перебувала в центрі уваги вчених. Протягом багатьох років гендерні дослідження ринку праці привертають значну увагу науковців.

Основи гендерних досліджень в економіці сформовані зарубіжними науковцями, Т. Верленом, Дж. Анкером, М. Кімелом, К. Делфі, Дж. Скотт, Х. Хартман. Значний внесок до розробки теоретичних та практичних аспектів гендерних досліджень в соціально-економічній сфері належить О. Грішновій, Е. Лібановій, Л. Лобановій, О.Макаровій, В.Новікову, Ю.Саєнко, В.Стешенко. Метою дослідження є визначення ролі гендерної нерівності на ринку праці, а також виявлення її причин та способів вирішення. Так склалося, що жінки мають менше можливостей виявити свої власні здібності. Пояснюється це кількома чинниками: по-перше навантаженням вдома та на роботі, по-друге впевненістю, поміж роботодавцями, що для жінки найважливішим є самореалізація у сфері материнства, сімейного життя, а все інше – кар'єрний ріст, розвиток власних здібностей, розвиток творчості – відходить на другий план.

На даний момент гендерні стереотипи є досить розповсюдженими в економічній сфері і з ними стикається кожна друга жінка. До найбільш розповсюджених стереотипів належать наступні: чоловік повинен забезпечувати родину, тому він повинен отримувати більшу заробітну плату, ніж жінка, за однакову роботу; жінки за природою менш орієнтовані на професійну діяльність, більше орієнтовані на сім'ю, дітей; чоловік за своєю природою є значно кращим керівником/лідером, ніж жінка; жінки менш активні у пошуку роботи. Саме ці стереотипи суспільної свідомості і створюють підґрунтя для існування гендерної нерівності в Україні.

Найкраще гендерна ситуація простежується у високорозвинених світових держав та країн Західної Європи. У цих країнах наявна фактична рівність у правах жінок та чоловіків, а також характерною особливістю є постійне проведення заходів, спрямованих на зрівноваження гендерної ситуації.

Що стосується сфери працевлаштування, то жінкам знадобиться як мінімум 170 років, щоб досягнути такої ж оплати праці як і чоловікам. Різка прірва між економічною нерівністю статей зумовлена призупиненням світового прогресу. Розрив між статями зараз складає приблизно 59%. Нині у світі зайнято 81% чоловіків, та 54% жінок. Було створено перелік країн, які досягли найкращого прогресу у питаннях гендерної рівності. Лідирує у цьому списку Нікарагуа, а значного прогресу досягли Непал, Болівія та Камерун. Всього у рейтингу було представлено 144 країни. На останніх позиціях – Ємен, Пакистан, Сирія, Саудівська Аравія та Чад. США – на 45-му місці, Британія – 20-му. Україна посідає 69 місце у світовому рейтингу. Найслабший з індексів – політична активність, набагато краща ситуація в галузі освіти.

Підтвердженням гендерної дискримінації в Україні є наступна картина: жіноче населення складає 54% населення країни, разом з цим кількість жіночих організацій росте, проте кількість жінок в органах влади зменшується. Для прикладу, у нинішньому парламенті жінки складають лише 11% у порівнянні з країнами цивілізованої Європи, де ця цифра, не суттєво, але все ж таки відрізняється та становить у середньому 26%.

Згідно з інформацією Державної служби статистики, розмір середньомісячної заробітної плати жінки на 27% менший, ніж у чоловіків. Це пов'язано з чималою кількістю проблем. Перша проблема – проблема подвійного навантаження. Практично в усіх індустріальних країнах світу загальний робочий час у чоловіків розподілено так: 2/3 на оплачувану працю та 1/3 – на неоплачувану. Для жінок – навпаки.

Для того, щоб вирішити питання гендерної нерівності, влада має вжити певну низку заходів, таких як: збільшення кількості шляхів для самореалізації жінки; підвищення престижності робочих місць жінок; збільшення ролі жінки в політичному, економічному та соціальному житті суспільства; зрівноваження оплати праці жінок та чоловіків; розширювати сферу функціонування дитячих садків. За допомогою цих заходів можна покращити гендерну ситуацію в нашій країні та раціонально використовувати всі наявні трудові ресурси.

Отже, можна зробити висновок, що гендерна нерівність є гострою проблемою і потребує подолання гендерної дискримінації у всіх сферах життя в Україні. Впровадження гендерних підходів до аналізу ринку праці має передбачати не тільки кількісні характеристики, а саме: рівень економічної активності або зайнятості населення, але й перехід до дослідження умов, форм та статусів зайнятості чоловіків і жінок. Гендерні проблеми зайнятості – це проблеми не лише жінок або чоловіків, це проблеми всього суспільства, тому успішне їх вирішення принесе користь населенню України в цілому.

Список використаних джерел

1. Покришук В., Коваль С. Проблеми гендерної зайнятості населення на ринку праці України. *Україна: Аспекти праці*. 2011. № 2. С. 3–10.
2. Жінка і працевлаштування, або кому на ринку праці жити добре? URL: http://www.dcz.gov.ua/ode/control/uk/publish/article?art_id=16866.
3. Закон України «Про забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків». URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2866-15>.
4. Фальоса І. І., Водянка Л. Д. Гендерна нерівність на ринку праці України. *Збірка наукових праць SWorld*. 2014. URL: <http://www.sworld.com.ua/konfer35/326.pdf>.
5. Офіційний сайт Комітету державної статистики України. URL: www.ukrstat.gov.ua.

ІНСТИТУТИ ГРОМАДСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА: ІНКЛЮЗИВНИЙ ПІДХІД ДО ПРИЙНЯТТЯ ЕКОЛОГООРІЄНТОВАНИХ РІШЕНЬ

к.е.н. Костецька К. О.

Інститут проблем ринку та економіко-екологічних досліджень НАНУ

(м Одеса, Україна)

Широке поширення впливовості громадського суспільства потребує актуалізації напрямів впливу на соціально-економічні та екологічні сфери розвитку держави. Згідно визначення Агентства з міжнародного розвитку США USAID інститут громадянського суспільства це ініціативи, які формують суспільні відносини.

В українському законодавстві чіткого визначення поняття інститут громадського суспільства немає. Однак, в Поясненні Міністерства Юстиції України [1] зазначається, що система суб'єктів, наділених правами і обов'язками для просування своїх інтересів та участі у процесі формування та контролю політики держави через діяльність громадських організацій, професійних та творчих спілок, благодійних і релігійних організацій, органів самоорганізації населення складає собою інститут громадського суспільства. При цьому в Проєкті Національної стратегії сприяння розвитку громадянського суспільства в Україні на 2021–2026 [2] роки регламентований розвиток інститутів через призму бізнесу та на засадах сталого розвитку.

Орієнтація на виконання рекомендацій Стратегії Глобального договору ООН 2021–2023 [3] суттєво збільшує рівень дієвості та значущості інститутів громадського суспільства на прийняття державних рішень та орієнтацію бізнесу на діяльність не лише для отримання надприбутку, а й на перерозподіл коштів у соціальну та екологічну площину.

Згідно статистичним даним, на травень 2021 року в порівнянні із січнем 2019 року кількість зареєстрованих організацій громадського суспільства значно зросла – з 166476 до 173621 од., а саме: громадські організації на 5142 од., громадські спілки на 229 од., релігійні організації на 395 од.,

благодійні на 975 од. При цьому, найбільший показник темпу росту – 1,133 [4] належить громадським спілкам, що свідчить про зростання зацікавленості юридичних підприємств в прийнятті державних рішень, заснованих на досягненні Цілей сталого розвитку.

В міжнародній площині, вже як 20 років проводиться вимірювання індексу сталості розвитку громадського суспільства, який включає наступні сім складових: правове середовище, організаційна спроможність, фінансова стійкість, адвокація, надання послуг, секторальна інфраструктура, публічний імідж.

За розрахунками USAID індекс сталості громадського суспільства дорівнює в Україні 0,77, при цьому показник має прагнути до 1, як ланки сталості, якщо показник більше, то краще. В дослідженні акцент ставиться на виявлення взаємозв'язку в країнах Європи між рівнем доходу, індексом сталості громадського суспільства та впливом на навколишнє природне середовище. Структура індексу впливу на довкілля складається з двох показників та при досягненні цілей сталого розвитку має дорівнювати 1:

- Охорона навколишнього природного середовища (якість повітря; санітарія та питна вода; важкі метали; та поводження з відходами);

- Екосистема (біорізноманіття, екосистемні послуги, рибальство, зміна клімату, викиди забруднення; сільське господарство, водні ресурси).

Взаємозалежність показників було розрахована на основі даних USAID [6] за напрямками:

- виявлення взаємозв'язку між географічною приналежністю країни до індексу сталості громадського суспільства та індексу екологічних показників (рис. 1);

- виявлення залежності між рівнем доходу по країні індексом, сталості громадського суспільства та індексу екологічних показників (рис. 2).

Розрахунки свідчать, що в залежності від географічного положення країни лідери як по індексу сталості громадського суспільства (ІСГС) так й по індексу екологічних показників (ІЕП) це Західна та Північна Європа, де ІСГС = 0,92–

0,18, в ІЕП = 82,51–85,6. Ці дані підтверджено ще й розрахунками за рівнем доходу. Так в країнах з високим рівнем доходу ІСГС = 0,96, ІЕП = 74,23.

Тоді як країни Східної і Південної Європи, які також виявляються країнами з середнім та нижче середнього рівнем доходу мають наступні розрахункові данні: за географічною приналежністю: ІСГС = 0,79–0,59; ІЕП = 52,95–46,72; за рівнем доходу: ІСГС = 0,7–0,53; ІЕП = 40,57–39,33.

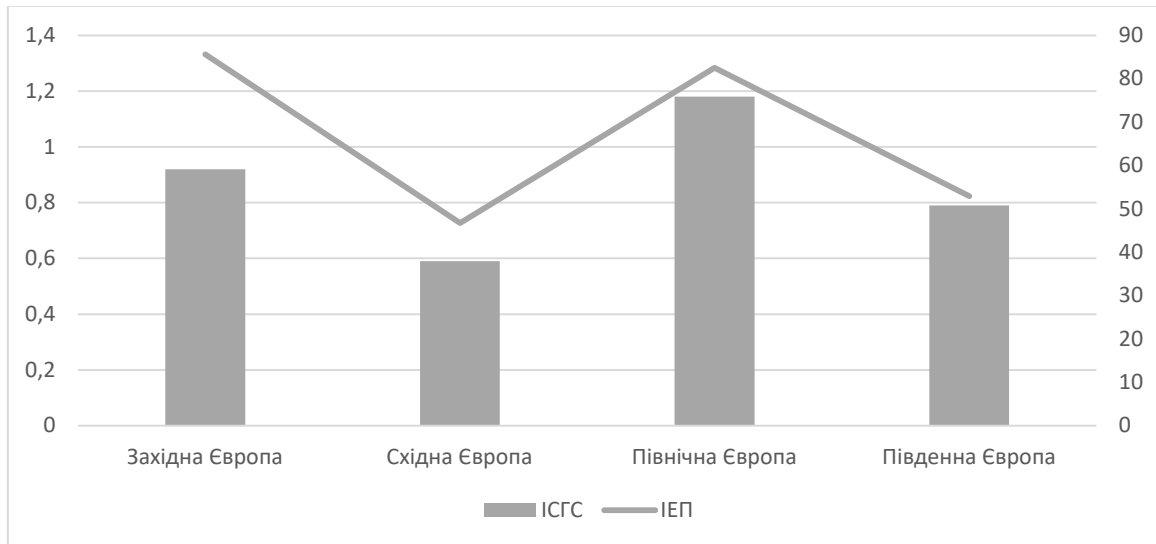


Рисунок 1 – ІСГС та ІЕП за географічною ознакою

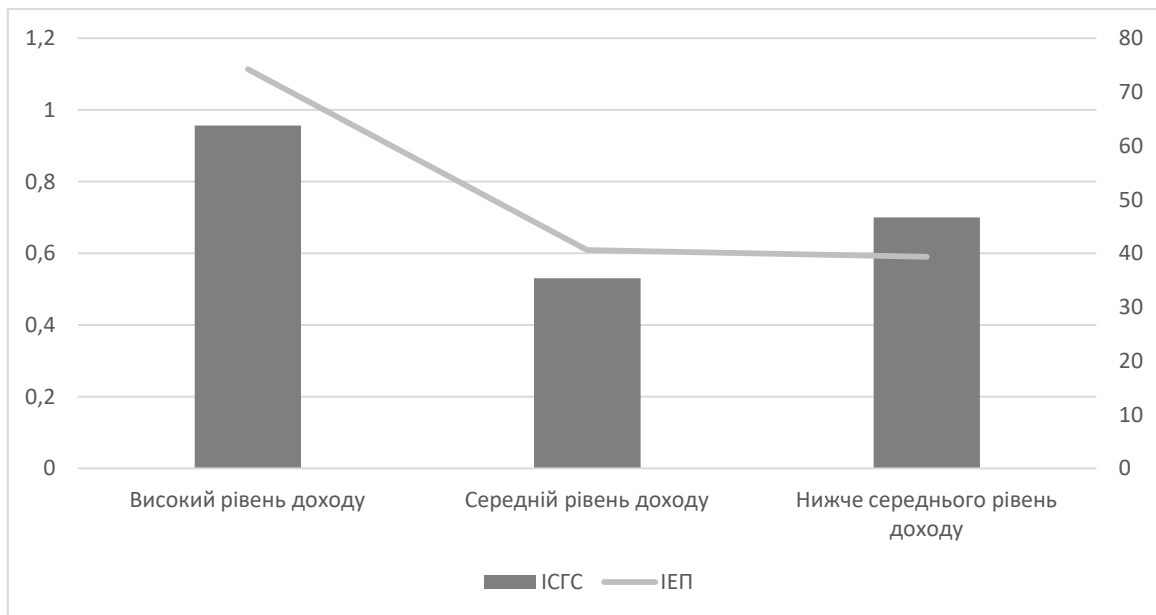


Рисунок 2 – ІСГС та ІЕП за рівнем доходу

Проведене дослідження доводить, що перш за все в країнах з розвинутою економікою показники індексів найбільші, це підтверджує, що інститути

громадського суспільства мають впливовість на державну політику країни та як наслідок стало довкілля. Лідерами такої практики виступають Норвегія (ІСГС – 1,86 та ІЕП – 97,9), Швейцарія (ІСГС – 0,98 та ІЕП – 95,8); Данія (ІСГС – 0,97 та ІЕП – 85,5).

Країни, з середнім рівнем доходу виявились найбільш вразливими за показником впливу на довкілля, що свідчить про подовження деградаційного впливу на навколишнє природне середовище, нехтуючи вимогами Сталого розвитку. Аутсайдерами за індексами виступають Білорусія (ІСГС – 0,28 та ІЕП – 49,9) та Сербія (ІСГС – 0,02 та ІЕП – 33,6).

На жаль, Україна спільно із Молдовою входять до країн з рівнем доходу нижче середнього. Але, показники сталості інститутів громадського суспільства втричі більші за показники в країнах з середнім рівнем доходу, Україна (ІСГС - 0,77), Молдова (ІСГС – 0,76).

Ситуація, що складається в нашій державі свідчить про обізнаність громади щодо процесів державного регулювання та позитивні зрушення до дотримання вимог сталого розвитку.

Список використаних джерел

1. Характеристика громадських формувань як інститутів громадянського суспільства. Міністерство юстиції України, 2011. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/n0016323-11#Text>.
2. Про Національну стратегію сприяння розвитку громадянського суспільства в Україні на 2021–2026 роки (Проект). Указ Президента України, 2021. URL: <https://docs.google.com/document/d/1fyMWcGwz2I4rMZKjnbMkNBAkcZHX5ljRlyDIC9nAji4/edit>.
3. UN Global Compact Strategy 2021–2023. Policy Document. United Nation Global Compact, 2021. URL: <https://unglobalcompact.org/library/5869>.
4. Кількість юридичних осіб за організаційно-правовими формами господарювання. Державна служба статистики України, 2021. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
5. Institutional qualities of inclusive environmental management in sustainable economic development. *Management Systems in Production Engineering*. 2020. №28. С. 15–22.
6. Thousands of indicators. Data-driven analysis. Cutting-edge visualizations. USAID, 2021. URL: <https://idea.usaid.gov/>.

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТРАНСПОРТНО-ЛОГІСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ В СУЧАСНИХ РЕАЛІЯХ ОБМЕЖЕНЬ

Котова А.,

к.е.н., доцент Амельницька О. В.

Приазовський державний технічний університет

(м. Маріуполь, Україна)

Вигідне географічне положення України на шляху основних транзитних потоків між Європою та Азією, розвинена транспортна мережа створюють всі необхідні передумови для залучення значних обсягів транзитних вантажів та пропуску їх по найкоротших напрямках.

Якість наданого логістичного сервісу стає одним з ключових факторів успіху в галузі, поряд з ціноутворенням.

Конкуренція на ринку перевезень по Україні 2020–2021 роках як ніколи висока. Очевидно, що в даний момент основні проблеми галузі через пандемію. Пов'язані вони з серйозними затримками в поставках і псуванню вантажів з особливими властивостями (наприклад, швидкопсувних).

У сегменті транспортної логістики по Україні критичними для транспортних компаній малого і середнього бізнесу стали: посилення конкуренції, можливість оперативно адаптуватися відповідно до вимог ринку, гнучкість в роботі з клієнтами.

Дрібним перевізникам в умовах карантину було особливо непросто у зв'язку з падінням обсягів клієнтських замовлень. Компанії змушені зменшити свої обсяги, ринок перевезень став конкурентно більш щільним, посилилася боротьба за клієнта.

Деякі транспортні компанії, у яких зменшилися обсяги перевезень, пішли по шляху оптимізації ресурсів (людей, транспортних засобів, маршрутів, специфіки доставок), що дало можливість знизити ціни на послуги.

Зростання електронної комерції вплинув не тільки на розвиток форматів доставок, а й на розширення послуг контрактної логістики. Поширилися

продажі через мережу Інтернет, та адресна доставка. Виникла необхідність реформування складської логістики.

Накопичення нерозв'язних проблем в логістичному блоці до критичного рівня загострило ризики, що виникають при поставках необхідних ресурсів, що неминуче призводить до збоїв в основному виробництві.

Для підвищення ефективності розвитку транспортного комплексу держави потрібні принципово нові підходи, засновані на сучасних логістичних технологіях та інноваціях. Тільки такі підходи, комплексно розглядають всі питання організації експортних, імпорتنих і, що вкрай важливо, транзитних логістичних потоків з міжнародних транспортних коридорів, дозволять забезпечити виконання завдань, поставлених перед нашою державою.

Транспортно-логістична система включає множину взаємозв'язаних елементів у вигляді підприємств транспорту, логістики, транспортних мереж тощо, що утворюють єдине ціле та підпорядковані одній меті (цільовій функції системи) – задоволення потреб споживачів у транспортних і логістичних послугах (рис. 1).



Рисунок 1 – Загальні властивості та складові транспортно-логістичної системи [1]

Цілісність означає, що кожен елемент системи робить внесок у реалізацію цільової функції системи – задоволення споживачів у якісних транспортно-логістичних послугах, організованість – складна властивість транспортно-логістичної системи, що полягає у наявності структури, яка сприяє її функціонуванню; функціональність – прояв певних властивостей (функцій) транспортно-логістичної системи при взаємодії із зовнішнім середовищем); емерджентність обумовлена появою нових властивостей і якостей, що не притаманні її елементам, наприклад, пов'язаних з комплексним обслуговуванням; стійкість – відображає можливість зберігати рівновагу під впливом факторів зовнішнього середовища; адаптивність властивість транспортно-логістичної системи змінювати поведінку або структуру з метою збереження, поліпшення або придбання нових якостей в умовах зміни зовнішнього середовища.

Транспортно-логістичним системам властиві певні конкретизовані цілі функціонування:

- 1) фінансові цілі, які виражаються у формі прибутку за рентабельності;
- 2) виробничо-технічні цілі, які виражаються загальною продуктивністю і продуктивністю окремих підрозділів, мінімізацією окремих періодів часу у процесі виробництва;
- 3) технічна ефективність, технічні параметри, ресурсомісткість підприємства [2].

Кожен рівень управління транспортно-логістичних систем виконує багато завдань (стратегічні, оперативні, тактичні).

Елементами логістично-транспортного ланцюга можуть бути вантажовласники, різні види транспорту, які забезпечують процес доставки вантажів.

Транспортно-логістична система містить дві підсистеми: транспортну та логістичну, які в поєднанні забезпечують якісне надання транспортно-логістичних послуг споживачам.

Підсумовуючи вище викладене, доцільно визначити транспортно-логістичну систему як систему, яка включає інтегровані елементи, пов'язані з наданням транспортно-логістичних послуг, що взаємодіють між собою з метою надання якісних послуг у сфері переміщення вантажів та пасажирів для задоволення потреб споживачів на основі врахування інтересів усіх зацікавлених сторін.

Інтегровані елементи та споживачі є зацікавленими сторонами, ефективна взаємодія яких дає якісний результат – довіру споживачів та партнерів на основі ефективних довгострокових взаємовідносин.

Сучасні транспортно-логістичні системи являють собою складні об'єкти управління, що характеризуються великою кількістю технологічних зв'язків між окремими підсистемами, безліччю факторів впливу. Складність технології транспортно-логістичної системи, недетермінований характер вхідних потоків, велика кількість обмежень і факторів, обумовлених технологічним регламентом, визначають ефективність її функціонування як об'єкта управління.

Територіальні особливості транспортно-логістичної системи як складної динамічної системи зумовлює необхідність застосування системного підходу [3].

Використання системного підходу дає змогу сформуванню нову специфіку організаційно-економічної та техніко-технологічної взаємодії ланок транспортної системи згідно з інтегральною концепцією розвитку суб'єкта господарювання з урахуванням потреб сучасного економічного середовища.

Список використаних джерел

1. Логистические системы: понятие, основные черты и свойства. Логистика. URL: <http://www.xcomp.biz/1-2-logisticheskie-sistemy-ponyatie-osnovnye-cherty-i-svoystva.html>.
2. Гурч Л. М. Логістика. Київ: ДП «Видавничий дім» «Персонал», 2008. 124 с.
3. Брагінський В. В. Розвиток транспортно-логістичної системи як форма реалізації транзитного потенціалу України. *Державне управління: теорія і практика*. 2011. № 2. URL: <http://www.academy.gov.ua/ej/ej14/index.htm>.

ПРОБЛЕМИ МЕНЕДЖМЕНТУ ТА МАРКЕТИНГУ В УМОВАХ АКТИВНОГО РОЗВИТКУ «ЗЕЛЕНИХ» ТЕХНОЛОГІЙ

к.е.н., к.т.н. Кофанов О. Є.,

Якубчак М. А.

Національний технічний університет України

«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

(м. Київ, Україна)

Наприкінці ХХ – початку ХХІ ст. екологічні проблеми людства вийшли на перший план і залишаються надзвичайно актуальними й сьогодні. Чисельність населення планети Земля вже наближається до відмітки у 8 мільярдів осіб (зараз близько 7,862 млрд.), тоді як природні ресурси (ПР) є вельми обмеженими. Наприклад, за розрахунками фахівців, запасів нафти мешканцям Землі вистачить приблизно на 42 роки, вугілля – на 400 років, природного газу – на 157 років [1]. І це тільки за базовим сценарієм, коли споживання ПР людством залишиться на нинішньому рівні.

Отже, впровадження новітніх технологій в енергетиці, застосування альтернативних та відновлюваних джерел енергії, повторне використання (тобто рециклінг) відходів виробництва, бережне відношення до природи тощо є основними завданнями екологічної політики й економіки всіх, без виключення, країн світу. І однією з найвідоміших інноваційних стратегічних моделей розвитку людства є модель «зеленої» економіки, яку було презентовано напередодні Саміту «Ріо+20» і яка може стати масштабним проривом у практичному впровадженні екологічних ініціатив.

Вважається, що саме активний розвиток «зелених», прогресивних технологій стане запорукою сталого розвитку (СР) суспільства й біосфери, дозволить забезпечити ПР не тільки наше, а й майбутні покоління, сприятиме гармонізації соціально-економічного розвитку людства, збереженню довкілля тощо. Згідно з розробками Першого міжсесійного засідання у штаб-квартирі ООН у м. Нью-Йорку (10–11 січня 2011 р.) Конференції ООН зі сталого

розвитку, зелена економіка є концепцією економіки, спрямованої на досягнення конвергенції між 3-ма складовими сталого розвитку [2].

Проте відомо, що стратегія переходу людства від економіки споживання до «зеленої» економіки потребуватиме розроблення обґрунтованих економічних важелів, а також основ менеджменту й маркетингу інноваційної діяльності, причому, як на рівні національних економік, так і на рівні окремих секторів економіки, галузей промисловості тощо [3].

Аналізуючи світовий досвід економічного розвитку суспільства, експерти дійшли висновку, що «...модель розвитку «зеленої» економіки базується на ефективному використанні потенційних можливостей, збалансованості суспільного розвитку й пріоритетності збереження довкілля» [3, с. 7]. Отже, метою доктрини «зеленого» зростання (Green Growth) повинно стати «...обґрунтування концептуально-критеріального базису та векторів розвитку організаційної моделі впровадження «зеленої» економіки в Україні з урахуванням інституційних складників та поточних орієнтирів суспільного розвитку відповідно до сучасних глобальних викликів та цінності національного природного капіталу» [3, с. 7–8].

У нашому суспільстві кардинальні зміни відбуваються вельми повільно, під впливом потреб, цілей та інтересів людей. Отже, від рівня культурного, освітнього та соціально-економічного розвитку суспільства значною мірою залежить і відношення людей до навколишнього середовища, й власне стан цього середовища. І зараз людське суспільство перебуває на початку етапу, основною рисою якого є:

- значне перевищення екологічної ємності біосфери;
- перевищення в 1,2 рази екологічного сліду (за оцінками фахівців);
- значно прискорене демографічне зростання [1];
- початок і подальше прискорення глобальних кліматичних змін, поява більш серйозних їх наслідків [4, с. 7; 3, с. 10].

«Екологічний слід» (Ecological footprint, запропоновано У. Різом, 1992 р.), за розробками економіста М. Вакернагеля, показує ступінь антропогенного

тиску на навколишнє середовище у порівнянні з потенційною ємністю (підтримувальною спроможністю) нашої планети. На основі розрахунку цього показника для 150 країн світу Всесвітній фонд дикої природи (World Wide Fund for Nature) у своїх звітах («Living Planet Report») дійшов висновку, що людство вже давно споживає ПР набагато більше, ніж їх відтворюється на планеті [5; 6].

Отже, за напрацюваннями відомого економіста-енвайронменталіста Германа Едварда Дейлі, сталість розвитку суспільства й біосфери має свої конкретні межі, які він схарактеризував у вигляді так званих «трьох правил» щодо потоків сировини й енергії. Зокрема, 1) для відновлюваних ПР швидкість їх використання не повинна перевищувати швидкість самовідновлення; 2) для невідновлюваних ПР швидкість їх споживання не повинна перевищувати швидкості, з якою для заміщення цього ПР може бути використаний інший, відновлюваний ПР; 3) для забруднювачів – швидкість їх виникнення не повинна перевищувати швидкості їх перероблення, деградації, розпаду, поглинення або інших процесів, що відбуваються в середовищі і не спричиняють додаткових екологічних проблем [7; 8].

Отже, задля запобігання глобальної екологічної кризи і належного забезпечення нинішнього та наступних поколінь ПР потрібно кардинально змінювати відношення до навколишнього середовища, переходити від «економіки споживання» на засади «зеленого», дружнього до природи економічного розвитку. Одночасно потрібно реформувати не тільки господарську діяльність, а й спосіб життя і мислення людини, формувати у суспільстві екологічну культуру, обґрунтовувати базові засади екологічного менеджменту й маркетингу. Такі процеси можна назвати «...екологічною трансформацією господарства, тобто створення нового, «зеленого» (екологічно прийняттого – авт.) сектору виробництва, сільського господарства та сфери обслуговування, які відбуваються паралельно з трансформаційними процесами «озеленення» сучасних галузей економіки» [3, с. 13].

У 2009 році, відповідно до ініціативи глобальних економічних змін, Організація Об'єднаних Націй започаткувала програму «Ініціатива «зеленої»

економіки (Green Economy Initiative)», що, на думку колишнього генерального секретаря ООН Пан Гі Муна, зможе сприяти розв'язанню проблем глобальної економічної кризи і кліматичних змін [9].

Згідно розробок ЮНЕП, саме «зелена» економіка забезпечить поліпшення добробуту людей, соціальну справедливість, зниження екологічних ризиків і покращення стану навколишнього середовища. Цей вид економіки, використовуючи державні та приватні інвестиції, спрямовує господарчу діяльність на раціональне використання ПР, скорочення викидів забруднювальних речовин і парникових газів в атмосферу, зниження споживання високовуглецевих видів палив тощо.

Список використаних джерел

1. WORLDOMETER (світова база статистики). URL: <https://www.worldometers.info> (дата звернення: 29.04.2021).
2. Організація Об'єднаних Націй (м. Нью-Йорк, Нью-Йорк). Зведений звіт щодо забезпечення відновлення політичних зобов'язань в галузі сталого розвитку. URL: UN.org (дата звернення: 23.04.2021).
3. Основні засади впровадження моделі "зеленої" економіки в Україні: навч. посіб. / Т. П. Галушкіна, Л. А. Мусіна, В. Г. Потапенко та ін.; за наук. ред. Т. П. Галушкіної. Київ: Ін-т екологічного управління та збалансованого природокористування, 2017. 154 с.
4. Концепція національної екологічної політики України на період до 2020 року, схвалена розпорядженням Кабінету Міністрів України від 17 жовтня 2007 р. № 880-р. URL: www.zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=880-2007-%F0 (дата звернення: 27.04.2021).
5. Wackernagel Metall. Tracking the Ecological Overshoot of the Human Economy. *Proceedings of the Academy of Science*. 2002. 99. № 14. P. 9266–9271.
6. World Wide Fund for Nature. Living Planet Report 2002. Gland, Switzerland: WWF, 2002. м. Гланд, Швейцарія. URL: wwf.org (дата звернення: 27.04.2021).
7. Daly H. E. Economics in a Full World. *Scientific American*. September, 2005. P. 100–107. URL: www.sciam.com (дата звернення: 27.04.2021).
8. Daly H. E. A Steady-State Economy A Failed Growth Economy and a Steady-State Economy are Not the Same Thing; They are the Very Different Alternatives We Face. *Sustainable Development Commission*, UK. April 24, 2008. P. 1–10.
9. UNEP Green Economy Website. Towards a Green Economy. United Nations Environment Programme. URL: <http://www.unep.org/greeneconomy/> (дата звернення: 27.04.2021).

АНАЛІЗ МЕТОДІВ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ

Кронік Н. С.,

к.е.н., доцент Мирошніченко Г. Б.

ДВНЗ «Донецький національний технічний університет»

(м. Покровськ, Україна)

В умовах зростання кризи в ресурсах (фінансових, технічних та кадрових), для підприємства (організації) вкрай важливо вибрати такий метод управління персоналом, який буде безпосередньо впливати на стан та рівень його економічного розвитку. Тому одним із головних завдань системи управління персоналом має стати вдосконалення існуючих на підприємстві (організації) методів управління персоналом, як необхідної передумови подальшого економічного зростання та підвищення рівня життя персоналу.

Методи управління персоналом на підприємстві формуються виходячи з наукових підходів щодо управління кадрами. Основні підходи щодо управління персоналом розглядаються з точки зору функцій, сфер управління, структури організації, мотиваційного підходу та інше.

Всі наукові підходи щодо визначення та впровадження методів управління персоналом являють собою цілеспрямовану діяльність управлінського персоналу на формування стратегії кадрової політики на підприємстві для підвищення ефективності діяльності підприємства [1, с. 60].

В загальному вигляді методи управління персоналом поділяються на адміністративні, методи організаційного впливу, методи розпорядчого впливу, економічні, соціологічні, психологічні, інноваційні.

Види методів управління персоналом наведені на рис. 1, де вони класифікуються за характером змін на підприємстві, за характером впливу на виконавців, за характером етапів управлінської діяльності.

Адміністративні методи мають прямий вплив на робітників підприємства. Використання адміністративних методів дає можливість координувати виконання певних функцій в шляху досягнення спільної мети. Але вони, як

методи прямого впливу, можуть привести до того, що у персоналу, в наслідок, того, що всі дії задекларовані, буде пасивне ставлення підлеглих до управлінських органів.



Рисунок 1 – Види методів управління персоналом

Економічні методи через матеріальну зацікавленість персоналу забезпечують розвиток підприємства, персонал підприємства фокусується на ефективній роботі не за рахунок адміністративного впливу (накази, інструкції, вказівки), а тільки через економічні стимули. Соціальні методи ґрунтуються на

реалізації управлінського впливу через використання закономірностей соціології. Використовуються такі соціальні фактори впливу на персонал, як суспільна критика та моральна мотивація персоналу [1, с. 62].

До психологічних методів відносяться методи, які враховують психоемоційний фон особистості працівника, а також його соціальну адаптацію в колективі. Методи психологічного спонукання формують у працівників мотив до високопродуктивної праці через розвиток ініціативи та підприємливості.

До сучасних методів управління персоналу відносяться інноваційні методи. Так, метод коучингу забезпечує розкриття ймовірних можливостей працівників, їх самоорганізацію, підвищення продуктивної діяльності та професійного зростання, яке сприятиме формуванню економічної політики управління персоналом та розвитку підприємства за рахунок якості працівників. Метод управління творчістю (creativity management) використовує творчий потенціал персоналу через впровадження у виробничі та бізнес-процеси результатів творчої діяльності робітників [2, с. 145]. Концепція управління талантами (talent management) використовує інструменти управління персоналом, що дозволяють організації залучати, ефективно використовувати і відтворювати якості працівників, що дозволяють їм зробити вагомий внесок у розвиток організації [2, с. 146].

Таким чином, можна зробити висновок, що використання відповідних методів управління персоналом на підприємствах повинно базуватися на сукупному використанні всіх методів. Економічна складова діяльності компанії неможлива без адміністративного впливу, а соціально-психологічна складова має прямий вплив на мотивацію працівників і рівень продуктивності і ефективності праці.

Список використаних джерел

1. Різун Р. Л. Методи управління персоналом на підприємстві. *Вісник СНТ ННІ бізнесу і менеджменту ХНТУСГ*. 2019. № 1. С. 60–62.
2. Пучкова С. Інновації у практиці управління персоналом на сучасних підприємствах. *Вісник соціально-економічних досліджень*. 2008. Вип. 34. Одеський держ. екон. ун-т. С. 140–147.

СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ МЕНЕДЖМЕНТУ ІНВЕСТИЦІЙНО-ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

к.е.н. Кулаков О. О.

Департамент інвестиційно-інноваційного розвитку і зовнішніх відносин

Донецької обласної державної адміністрації

(м. Краматорськ, Україна)

На сучасному етапі розвитку менеджменту суб'єктів господарювання в економіці України існує проблема реалізації інвестиційно-інноваційної діяльності. Різні країни інвестують в українську економіку завдяки інвестуванню в регіональні програми розвитку, різні підприємства тощо. Інвестиції розвивають українську економіку через покращення економічного середовища, оновлення інфраструктури, удосконалення органів державної влади, покращення гуманітарної ситуації, підтримання малого та середнього підприємництва, впровадження ресурсо- та енергозберігаючих технологій, зміцнення прав людини, підвищення кваліфікації працівників тощо. Виникає необхідність вирішення сучасних проблем менеджменту суб'єктів господарювання в контексті інвестиційно-інноваційної діяльності в економіці України.

Сучасним проблемам менеджменту суб'єктів господарювання присвячено ряд публікацій вітчизняних вчених-економістів, таких як Кальченко О. [1, с. 321], Апаров А. М. [2, с. 4], Соколова Е. [3, с. 331].

Метою статті є аналіз сучасних проблем менеджменту суб'єктів господарювання на основі інвестиційно-інноваційної діяльності.

Основою менеджменту суб'єктів господарювання на основі інвестиційно-інноваційної діяльності повинна бути фіскальна децентралізація. Фіскальна децентралізація відповідає принципу, що «гроші йдуть за функцією». Це означає, що коли вищі органи влади доручають місцевим органам влади нові завдання, вищі органи влади також повинні забезпечити необхідні ресурси.

Фіскальна децентралізація має чотири стовпи: розподіл витрат, розподіл доходу, міжурядові трансферти, а також управління запозиченнями та боргом (рис. 1).

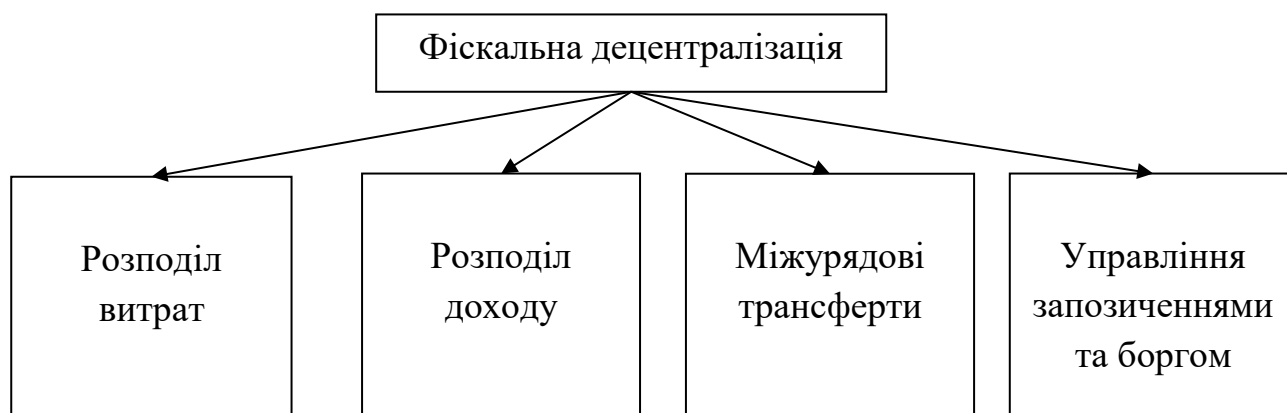


Рисунок 1 – Чотири стовпи фіскальної децентралізації

Джерело: власна розробка автора

Децентралізація включає економічні та фінансові критерії, які мають велике значення для результатів розвитку, яким сприяє децентралізація. Місцеві органи влади вважають форму розподілу державних ресурсів недосконалою. Вищі органи влади стверджують про відсутність інтересу та готовності збирати місцеві доходи, як провідна причина фінансових проблем децентралізації.

Метою є добре розроблена система фіскальної децентралізації з динамічною міжурядовою структурою класифікації видатків та відповідальністю за фінансування, що сприяють справедливості, ефективності та балансу макроекономічних показників.

Однак найменш розвинений аспект процесів децентралізації в більшості країн – це фіскальна децентралізація. Як правило, вищі органи влади передають обов'язки а не ресурси.

Перший стовп фіскальної децентралізації є розподіл витрат, що передбачає передачу відповідальності за витрати на нижчі рівні управління. Важливим фактором у визначенні типу фіскальної децентралізації є аналіз розподілу функцій між рівнями управління. Застосовуючи принцип, що «гроші йдуть за

функцією», розподіл видатків тісно корелює з делегованими функціями місцевих органів влади.

Розподіл видаткових обов'язків може базуватися на різних економічних показниках та ефективності, наприклад аналіз витрат і вигод, близькість до бенефіціарів та інші переваги.

Важливим елементом, який необхідно враховувати при розподілі витрат, є підзвітність. Коли видатки місцевих органів влади, пов'язані з місцевими джерелами доходу, існує велика ймовірність того, що місцеві органи влади діятимуть більш відповідально та громадяни матимуть більший інтерес у здійсненні контролю за витратами.

Другий стовп фіскальної децентралізації розподіл доходу. Після розподілу відповідальності між рівнями управління другим етапом є визначення джерела фінансування бюджетів. Потенціал для збору власних доходів має вирішальне значення для оцінки управління, вимірювання автономії, підзвітності та самостійності місцевих органів влади. Тому місцеві податки, збори та інші місцеві доходи відіграють фундаментальну роль у поєднанні очікувань та потреб громадян.

Розуміння відносин між владою та громадянами має вирішальне значення для покращення доходів місцевого рівня. Громадяни платять податки, щоб користуватися суспільними благами та послугами. Чим вищі податки громадян, тим більше і кращих благ і послуг громадяни очікують.

Третій стовп фіскальної децентралізації міжурядові трансферти. У процесі децентралізації однією з основних функцій вищих органів влади є сприяння справедливості та перерозподілу багатства по всій країні.

Ці цілі досягаються за допомогою міжурядових трансфертів. Система міжурядових трансфертів полягає у забезпеченні всіх жителів країни, незалежно від місця їх проживання та рівня доходу, основними благами та послугами.

Вищі органи влади мають переваги у збиранні податків та перерозподілу фінансів. З цієї причини дохід завжди більш централізований, ніж витрати.

Четвертий стовп фіскальної децентралізації стосується управління запозиченнями та боргом. Головним правилом фінансування інвестицій є те, що борг повинен бути розподіленим протягом терміну використання інфраструктури. Тому повинна бути встановлена форма оплати, яка дозволяє краще розподілити витрати та вигоди від державної інфраструктури за часом. Борги на місцевому рівні повинні бути спрямовані виключно на фінансування такої інфраструктури, як школи, дороги, водопостачання та транспортні системи.

Необхідно забезпечити платоспроможність місцевих органів влади завдяки аналізу боргової спроможності. Вищі органи влади, місцеві органи влади та позикодавець оцінюють боргову спроможність. Рекомендується, щоб річне обслуговування боргу, основна сума плюс відсотки, не повинні перевищувати 20-25 % річних доходів.

Проведене дослідження показує важливість фіскальної децентралізації, що часто слабка або навіть відсутня ланка децентралізації. Однією з найпоширеніших проблем фіскальної децентралізації є невідповідність обов'язків, покладених на місцеві органи влади, та ресурсів доступних для місцевих органів влади.

Отже, добре організована система фіскальної децентралізації є життєво важливою для успіху процесу децентралізації.

Список використаних джерел

1. Кальченко О. Теоретичні аспекти формування механізму управління фінансовою стійкістю підприємства. *Проблеми і перспективи економіки та управління*. 2016. № 2. С. 320–326.
2. Апаров А. М., Лобченко В. В. Актуальні проблеми захисту ділової репутації суб'єктів господарювання в Україні. *Право та державне управління*. 2016. № 1. С. 3–9.
3. Соколова Е., Чернявська Г. Проблеми управління ліквідністю та платоспроможністю підприємства. *Збірник наукових праць Державного економіко-технологічного університету транспорту. Сер.: Економіка і управління*. 2016. № 35. С. 330–338.

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ПРОВЕДЕННЯ ОЦІНКИ ПЕРСОНАЛУ

Лаптева П. С.,

к.е.н., доцент Мирошниченко Г. Б.

ДВНЗ «Донецький національний технічний університет»

(м. Покровськ, Україна)

Досягнення колективом компанії загальних та персональних цілей вимагає ефективного використання всіх ресурсів і, перш за все, високу ефективність роботи окремого співробітника. Для виявлення і оцінки такої диференціації з подальшими управлінськими рішеннями менеджери впроваджують і використовують процедури оцінки персоналу. Процес оцінки є обов'язковим елементом системи контролю організації. Це важлива функція кожного керівника, а також співробітників відділу кадрів.

Оцінка персоналу – це цілеспрямований процес встановлення відповідності якісних характеристик персоналу (здібностей, мотивації, рис та якостей особистості тощо) вимогам посади або робочого місця. Проблема оцінювання персоналу має юридичні, економічні, психологічні, соціально-психологічні та соціологічні аспекти.

Оцінка працівників підприємства переслідує безліч цілей. Найбільш поширена класифікація цілей оцінки, розроблена відомим експертом з розвитку людських ресурсів Дугласом МакГрегором. Це включає:

1) інформативна мета – надати керівникам різних рівнів управління необхідні дані про роботу їхніх підлеглих, а також всіх оцінюваних співробітників – дані про їх індивідуальні досягнення і недоліки;

2) мотиваційна мета, яка забезпечує взаємозв'язок між матеріальною винагородою і моральним заохоченням з робочим поведінкою і результатами роботи і тим самим направляє персонал на поліпшення діяльності в напрямку, який забезпечує стабільну діяльність і конкурентоспроможність підприємства;

3) адміністративна мета, яка досягається об'єктивним і регулярним прийняттям кадрових рішень, а саме рішення про збільшення (скорочення), службове підвищення чи винесення догани, звільнення.

Систематичне вимірювання фактично досягнутого рівня результативності в організації і цілеспрямований вплив на її зростання дозволяє менеджерам вирішувати такі завдання:

- визначення потреб у навчанні та перепідготовці персоналу;
- обґрунтування рішень відносно руху кадрів в організації;
- проведення аналізу продуктивності праці;
- проведення робіт з покращення трудових показників.

На стратегічному рівні на оцінку персоналу покладено вирішити наступні завдання:

- збільшення ефективності організації виробничого процесу шляхом оптимального використання наявних людських ресурсів;
- зростання заробітної плати працівників до відповідності їх фахового рівня.

На тактичному рівні проведення фахової оцінки співробітників підприємства допомагає реалізації таких завдань:

- виокремлення працівників, які можуть виконувати більш складну та більш відповідальну роботу;
- постановка реальних планів та цілей;
- переглянути всі варіанти перестановок персоналу на підприємстві.

У відповідності до поставлених цілей, завдань, елементів проведення процесу атестації персоналу можна бачити, що формування та впровадження моделі атестації персоналу на кожному підприємстві є надзвичайно важливим і відповідальним процесом.

Система оцінки працівників містить наступні групи:

1. Зміст оцінки (об'єкт аналізу, специфічні якості людини, її робоча поведінка, показники результатів роботи, що підлягають оцінці).
2. Механізм критеріїв оцінки і розрахунок.

3. Система методів, прийомів і інструментів оцінки.

4. Порядок оцінки, який визначає процедуру, місце, предмети, час і частоту, а також технічні та організаційні інструменти, використовувані при оцінці персоналу.

Оцінка працівників певного суб'єкта господарювання включає такі елементи, представлені в табл. 1.

Таблиця 1 – Елементи процесу оцінювання персоналу

Елемент оцінки (параметр)	Характеристика
Мета оцінки (призначення)	Проведення підбору і відбору персоналу; стимулювання праці; навчання персоналу; атестація кадрів; формування кадрового резерву
Об'єкт оцінки (кого оцінюють)	Працівник; група працівників; колектив в цілому
Суб'єкт оцінки (хто оцінює)	Фахівець (експерт); група фахівців (експертів); керівник; працедавець; колеги; підлеглі; самооцінка
Предмет оцінки (що оцінюють)	Професійні якості; особистісні якості; витрати праці; результати праці; види взаємодій і т. д.
Показники оцінки (одиниці виміру)	Бали; ранги; коефіцієнти; одиниці і т. д.
Критерії оцінки	Ознаки, відібрані для проведення оцінки
Стандарти оцінки	Значення або опис показника оцінки, ступінь відповідності якому ідентифікується в процесі оцінки
Методи оцінки	Способи проведення оцінки
Процедура оцінки	Послідовність кроків в процесі оцінки

З точки зору змісту, оцінка персоналу може бути частковою, у разі коли проводиться оцінка певних якостей виконавця або роботи, і комплексними, коли оцінюються комплексні характеристики ділових і особистих якостей, поведінки на робочому місці, результатів виконаних робіт.

Для того, щоб система оцінки персоналу працювала ефективно, повинні бути виділені певні критерії. Тут ми говоримо про якості і особистісні характеристики співробітників, за якими можна визначати ефективність того чи іншого працівника. Також, не менш важливим є розуміння того, в якій ніші знаходиться фірма та які завдання і цілі використовуються при оцінці. Для

прикладу – при оцінці лінійного персоналу підприємства пріоритетним критерієм оцінки виступає якість і своєчасність роботи.

Основними критеріями проведення оцінки персоналу є такі фактори:

1. Зрозумілість. Оцінка персоналу має бути побудована на основі посадових обов'язків та бути доступною та зрозумілою.

2. Об'єктивність. Розробка всіх критеріїв здійснюється для певної посади, а не працівника.

3. Прозорість. Всі працівники підприємства повинні розуміти, яких результатів від них вимагають.

4. Відповідність змісту роботи. Враховуються всі функціональні обов'язки кожного окремого працівника.

5. Мотивація працівника, що спрямована на досягнення результатів. Необхідно враховувати важливість мотивації працівників та налаштовувати працівників, що за хороші результати роботи вони отримають гарну винагороду.

6. Чіткість та поєднання з важливими результатами праці. Працівник повинен розуміти ціль оцінки та її взаємозалежність з результатами його праці.

7. Динамічність. Дуже важливо пояснювати працівникам, що після проведення оцінки персоналу відбудеться перегляд заробітної плати (в сторону збільшення), підвищення посади.

На основі концепції дієвої системи оцінки працівників фірми менеджери можуть отримати високу мотивацію персоналу (бонуси за результати підвищення ефективності, можуть платити «за досягнення цілей»), забезпечуючи можливості для розвитку та контролю співробітників підприємства.

Список використаних джерел

1. Магура М. И., Курбатова М. Б. Оценка работы персонала, подготовка и проведение аттестации. Москва: ЗАО «Бизнес-школа» Интел-Синтез», 2005. 224 с.

2. Данюк В. М., Петюх В. М., Цимбалюк С. О. та ін. Менеджмент персоналу: навч. посіб.; за заг. ред. В. М. Данюка, В. М. Петюха. Київ: КНЕУ, 2004. 398 с.

ВПЛИВ ЛОГІСТИЧНОЇ СТРАТЕГІЇ НА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ОПТОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

Манукян М. С.,

к.е.н., доцент Мирошніченко Г. Б.

ДВНЗ «Донецький національний технічний університет»

(м. Покровськ, Україна)

Під впливом глобалізації світового ринку триває інтенсивний розвиток науково-технічного прогресу та майбутніх міжнародних тенденцій, науковий розподіл праці постійно змінює склад підприємств торгівлі і механізм їх дії складний. У зв'язку з цим актуальним завданням є формування ефективної логістичної стратегії оптових підприємств. Вирішення цих проблем вимагає активного розширення регіональної інфраструктури, до якої торгова компанія застосовує нові логістичні підходи та доцільність створення логістичних систем для оптових компаній.

Оптові підприємства перетворюють виробничий асортимент у торговий, виступають на ринку як посередники між промисловістю і роздрібною торговельною ланкою, тому розвиток підприємств оптової торгівлі є стратегічним напрямком розвитку економіки країни. Динаміка товарообороту підприємств оптової торгівлі наведена на рис. 1. Як бачимо, вона має позитивну динаміку, і цілком зрозуміло, що розвиток логістичної стратегії для цих підприємств є пріоритетним напрямком для підвищення конкурентоспроможності торговельного підприємства на ринку.

Під логістичною стратегією торговельного підприємства розуміють «...систему цілеспрямованих рішень щодо зміни стану з урахуванням умов внутрішнього та зовнішнього логістичного середовища відповідно до загальної стратегії торговельного підприємства» [2].

Основні види логістичних стратегій торговельного підприємства поділяються на: стратегію консолідації, стратегію оптимізації логістичних витрат, стратегію зниження загального рівня запасів, стратегію кооперації

«постачальник – споживач», стратегію логістичного аутсорсингу, стратегію інтегрованого ланцюга поставок, стратегію мінімізації інвестицій в логістичну інфраструктуру [3].

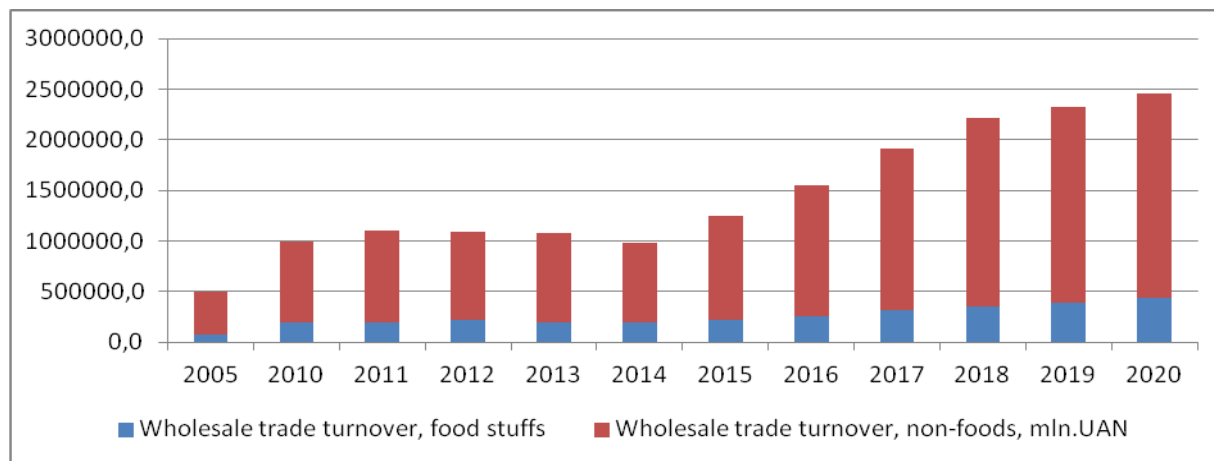


Рисунок 1 – Оптовий товарооборот підприємств оптової торгівлі 2005-2020 рр.

Складено за даними [1]

Вибір логістичної стратегії залежить від мети та місії діяльності оптового торговельного підприємства відповідно до розроблених механізмів управління матеріальним потоками та формування схем їх фінансування. Завдяки розробці і ефективному впровадженню на підприємстві логістичної стратегії формуються його конкурентні переваги на ринку. Підвищення конкурентоспроможності оптового підприємства на ринку за рахунок логістичної стратегії відбуваються за наступним алгоритмом (рис. 2).

Запропонований алгоритм дозволяє використовувати мережі електронного обміну даними про споживачів, що дозволить підвищити конкурентоспроможність оптового підприємства на ринку (етап 3). Удосконалення системи управління персоналом знаходиться в тісному зв'язку з управлінням матеріальними потоками на підприємстві, що в свою чергу також впливає на рівень конкурентоспроможності оптового підприємства (етап 4). Витрати на впровадження нових більш ефективних для підприємства логістичних ланцюгів порівнюють з прибутком, отриманим в результаті цього впровадження (етап 5). Впровадження процесного підходу в логістичну

діяльність оптового підприємства пов'язано з усіма іншими бізнес-процесами що, в свою чергу, впливає на ефективність діяльності всього оптового підприємства.

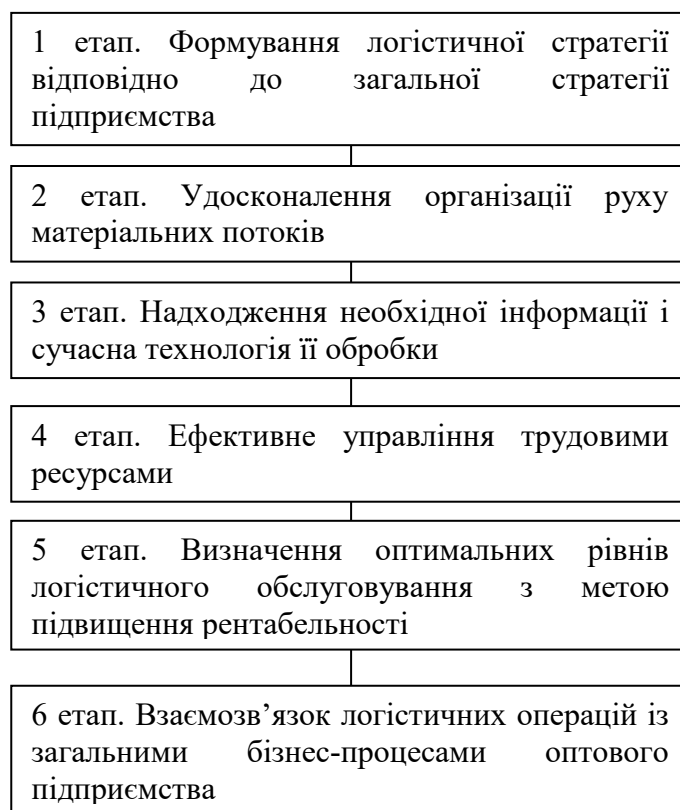


Рисунок 2 – Алгоритм впливу логістичної стратегії на конкурентоспроможність оптового підприємства

Узагальнено на основі [3]

Таким чином, розвиток логістичної стратегії здійснює істотний вплив на всі сфери діяльності оптового підприємства, і за рахунок більш ефективного управління матеріальними потоками (тобто зниження витрат на всіх етапах руху матеріального потоку) досягається підвищення конкурентоспроможності оптового підприємства на ринку.

Список використаних джерел

1. Офіційний сайт Державної служби статистики України. Статистична інформація. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
2. Кочубей Д. В. Розробка логістичних стратегій торговельних підприємств. *Товари і ринки*. 2010. № 1. С. 9-17.
3. Ільченко Н. Б. Логістичні стратегії в торгівлі: Монографія. Київ. КНТЕУ. 2016. 432 с.

ОСОБЛИВОСТІ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ МЕДІАПРОСТОРОМ В УКРАЇНІ

Мироненко Б. С.,

к.е.н. Василюшина Л. М.

ДВНЗ «Донецький національний технічний університет»

(м. Покровськ, Україна)

Роль засобів масової інформації (ЗМІ) та комунікаційних технологій підвищується з кожним днем. На сьогоднішній день медіа використовуються не тільки з метою інформування людей про новини, або передачу будь-якого роду інформації, але і як інструмент політичного та економічного впливу. Зазначені передумови створюють підґрунтя для зростання необхідності контролю та регулювання медійної діяльності на державному рівні, що свідчить про актуальність розгляду обраної тематики.

Вагомі внески у дослідженні даної теми зробили такі науковці, як: Ситник О. [1], який у своїй праці висвітлив характерні риси трансформації засобів мас-медіа; Коваль С. В. [2], у доробку якого прослідковується акцент на важливості процесу діджиталізації як основного стимулюючого чиннику розвитку та удосконалення засобів масової інформації; Лещик Н. В. [3], який розкрив особливості впливу різних видів медійного контенту в економіко-політичних цілях. Проте, представляється доцільним відзначити відносну обмеженість досліджень щодо кола питань, пов'язаних з особливостями втручання держави у регулювання процесів реалізації, захисту засобів масової інформації та забезпечення прозорості інформації, у зв'язку з чим виникає необхідність їх подальшого дослідження. Разом із трансформацією процесів диверсифікації засобів масової інформації, з'являється безліч конкурентів у перегонах за найбільш актуальною інформацією, через це дуже часто має місце проблема дезінформації або засекреченості доступу до інформації.

Окрім цього, до проблем або прогалин, що гальмують подальший розвиток медіа можна віднести те, що більшість засобів масової інформації мають

приватну форму, що зумовлює їх залежність від власника, а такими власниками в основному є впливові регіональні політики, що призводить до коливання рівня довіри споживачів до відповідних засобів передачі певної інформації. І ще однією, не менш важливою проблемою, яку не можна не враховувати, є доставка контенту. Дана проблема полягає у труднощах логістики, або нерівномірності прийому телевізійного та радіо сигналу, зокрема у недержавних теле- та радіоканалів та станцій. Усунення вищевказаної проблеми є основним напрямком вдосконалення при виборі керівництвом стратегії розвитку підприємств у сфері мас-медіа [4].

Відносно втручання державного управління та регулювання галузі інформаційної діяльності важливо акцентувати увагу на тому, що в Україні діє законодавство захисту медіапростору (табл. 1), яке частково, але врегульовує ризик виникнення перерахованих вище проблем.

Таблиця 1 – Законодавство України у сфері регулювання медіапростору

Назва законодавчого акту	Предмет регулювання
ст. 15 Конституції України	Правове регулювання та регламентація інформаційного простору (право кожної особи (громадянина) одержувати, виробляти та передавати інформацію).
ст. 32 Конституції України	Внесення заборони на збір, використання та передавання інформації про громадянина без його згоди.
ст. 34 Конституції України	Різноманітність економічної, політичної та ідеологічної сфери; заборона цензури або визнання певної ідеології як обов'язкової.
Закон України «Про інформацію» від 2 жовтня 1992 року	Правові аспекти доступу до інформації та її поширення.
Закон України «Про телебачення та радіомовлення» від 12 грудня 1993 року	Засади діяльності телевізійної системи; повноваження державного апарату; здійснення контролю за ідеологічним змістом наявних передач.

У Законі України «Про телебачення та радіомовлення» зазначається, що основним органом регулювання телевізійної та радіодіяльності є Національна Рада з питань телебачення та радіомовлення, повноваження якої також закріплені у цьому законі. Проте, держава не має права втручатися у творчу діяльність телерадіокомунікаційних підприємств, а вони, у свою чергу, не

можуть розголошувати державні таємниці [5–8]. Виходячи з цього, Національна Рада з питань телебачення та радіомовлення є також частиною механізму конкретизації та персоніфікації заборон щодо використання інформації, визначених у нормативно-правових актах.

Доцільно відзначити, що наявне законодавство у сфері медіа не охоплює всі аспекти діяльності підприємств ЗМІ. Так, залишаються неврегульованими і неконтрольованими такі складові медійної діяльності, як супутники та Інтернет. Отже, можна зробити висновок, що ЗМІ є діяльністю, що перебуває у процесі постійного розвитку. Найпоширенішим засобом мас-медіа завжди було телебачення, проте на сьогодні воно поступово замінюється використанням Інтернету, який є нерегульованою складовою медійного простору. Стосовно регуляції та управління медіа на державному рівні в Україні існує розгалужене законодавство, спрямоване на захист інформації та встановлення повноважень державного апарату відносно регулювання діяльності медійних підприємств.

Список використаних джерел

1. Ситник О. В. Новинні портали як новітня медіа-платформа українського інформаційного простору. *Науковий журнал «Український інформаційний простір»*. 2018. № 1. С. 122–132.
2. Коваль С. В. Візуальний користувацький контент у регіональних медіа. *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 2017. № 3. С. 102–107.
3. Лещик Н. В. Дослідження українського інформаційного медійного контенту: психолого-соціальний вимір. *Scientific Journal «ScienceRise»*. 2016. № 1/1 (18). С. 42–43.
4. Дуцик Д. В., Литвиненко В. Д. Оцінка потреб ЗМІ Донецької та Луганської областей (підконтрольні території). Спеціальний звіт. Київ, 2017. С. 8–9.
5. Конституція України № 27-IX від 03.09.2019. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254к/96-вр#Text> (дата звернення: 28.04.2021).
6. Демський С. Е. Правове регулювання інформаційної діяльності в Україні: наук.-практ. вид. Київ. 2001. 688 с.
7. Закон України «Про інформацію» № 2658-XII від 02.10.1992. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12#Text> (дата звернення: 30.04.2021).
8. Закон України «Про телебачення і радіомовлення» № 3760-XII від 21.12.1993. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3759-12#Text> (дата звернення: 30.04.2021).

БРЕНДИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПОСИЛЕННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПОЗИЦІЙ ЗАКЛАДУ ВИЩОЇ ОСВІТИ НА РИНКУ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ

к.е.н., доцент Олійник І. В.

Економіко-технологічний інститут імені Роберта Ельворті

(м. Кропивницький, Україна)

Сьогодні Україна активно долучається до системи глобальної торгівлі та стає безпосереднім об'єктом міжнародного інвестування. Вітчизняний ринок набуває форм конкурентного середовища, де безпосередньої діють глобальні компанії, формуються користувачі глобальних брендів, а відтак з'являються новітні глобальні брендингові програми, спрямовані безпосередньо на вітчизняного споживача та опосередковано – на вітчизняний бізнес.

Елементи брендингу зароджуються й в освітній сфері. Відтак, актуальність вивчення зазначеної проблеми зумовлюється економічною необхідністю, оскільки посилюється конкуренція, в тому числі й на ринку освітніх послуг, що змушує вищі навчальні заклади шукати нові шляхи створення конкурентних переваг [2, с. 115].

Поява різноманітних організаційних форм навчальних закладів, посилення диференціації і індивідуалізації програм навчання дозволяють вузам задовольнити запити споживачів щодо якості надання та складу освітніх послуг. В той же час успіх на ринку складається в основному з таких факторів, як абсолютна орієнтація на споживача і всебічне застосування маркетингових інструментів.

В якості одного з таких інструментів можна розглядати брендинг. Вишам необхідно усвідомити важливість активного використання інструментарію формування брендів для управління прийняттям рішень та поведінкою учасників освітнього процесу – абітурієнтів та їх батьків, роботодавців, засобів масової інформації та лідерів громадської думки [1, с. 232].

В сучасному розумінні, бренд – це певний знак, який позначає унікальний продукт або послугу, що належить якійсь певній особі – фізичній або

юридичній. В свою чергу брендинг – в контексті стратегії маркетингу – розробка та здійснення комплексу заходів, що сприяють ідентифікації того чи іншого продукту та створенню довгострокової переваги, яку споживачі проєктують по відношенню до конкретного бренду.

У такому розумінні, бренд закладу вищої освіти можна вважати важливим інструментом, що об'єднує послідовний набір емоційних, функціональних та виразних обіцянок цільовому споживачеві (таким виступає не тільки абітурієнт, але й студент, роботодавець та держава), які для нього є унікальними та важливими і відповідають усім вимогам та потребам.

Формування успішного бренду та ефективне управління ним вирішує цілу низку завдань, які є вкрай нагальними для вітчизняних освітніх закладів: бренд сприяє створенню природних бар'єрів для конкурентів; існування бренду дозволяє освоювати нові ніші ринку та полегшує виведення на ринок нових послуг (інтелектуальних продуктів); бренд дає освітній установі додатковий час для адаптації за появи ринкових загроз; завдяки бренду, освітня установа дистанціює свої освітні програми в очах покупців від аналогічних освітніх програм конкурентів [4, с. 33].

В сучасних умовах, коли зростає попит на послуги вищої освіти та актуалізується проблема виживання й розвитку, вишам необхідні дієві конкурентні переваги.

Фактори, що впливають на конкурентоспроможність закладу вищої освіти, можна розділити за джерелами походження на зовнішні (некеровані) та внутрішні (керовані).

Зовнішні фактори (макросередовище) не піддаються впливу з боку вишу, але вимагають обов'язкового обліку в оцінці його конкурентоспроможності та під час вибору конкурентної стратегії. Фактори макросередовища для всіх вишів в країні єдині. Ці фактори, головним чином, характеризують конкурентний потенціал країни в світовому освітньому просторі. Регіональні фактори різні для кожного регіону і створюють особливі конкурентні умови для конкретних закладів. Для оцінки конкурентоспроможності необхідно

визначити, чи є конкретні регіональні фактори сприятливими та якою мірою вони використовуються вишем для створення й підтримки своєї конкурентної переваги [3, с. 205].

Внутрішні чинники (мікросередовище) – це можливості самого закладу освіти щодо забезпечення власної конкурентоспроможності. Внутрішні чинники можна згрупувати за укрупненими класифікаційними блоками з перерахуванням елементів, що входять до них:

- фінансово-економічний блок, який включає: розмір бюджетного фінансування або приватного фінансування; систему управління фінансами (порядок отримання і розподілу доходу); цінову політику;

- організаційний блок, який включає: організаційну структуру; систему управління вишем; встановлені статутом види діяльності; корпоративну культуру; можливість вишу в галузі працевлаштування випускників;

- матеріально-технічний блок, який включає: будівлю, навчальні приміщення, оснащеність меблями, комп'ютерами та лабораторним обладнанням; їдальню; гуртожиток; бібліотечну базу; видавничий центр;

- блок кадрового забезпечення, який включає: чисельність докторів наук; чисельність докторів філософії; наявність відомих людей (вчених, діячів культури, політиків, спортсменів та ін.); чисельність аспірантів та здобувачів;

- навчально-методичний та науковий блок, який включає: склад спеціальностей та спеціалізацій; форми навчання; методи навчання; ліцензії; наявність додаткових освітніх послуг; наявність сертифікованої системи якості освітньої установи; результативність науково-дослідної роботи;

- комунікаційний блок, який включає: міжнародне співробітництво та співробітництво між вищими освітніми закладами; участь у програмах та проєктах; інструменти системи маркетингових комунікацій;

- блок контингенту студентів, який включає: кількість студентів; наявність іногородніх та іноземних студентів; конкурс під час вступу (за спеціальностями);

- культурно-дозвільний блок, який включає: студентські спільноти; спортивні та туристичні секції; творчі гуртки;

- іміджевий блок, який включає: назву й статус вишу, а також його історію; бренд-бук вишу (ім'я, логотип, дескриптор, шрифт тощо); особистість ректора; наявність відомих випускників; репутацію викладачів тощо [3, с. 207].

Іншими словами, якщо освітня установа – бренд, то воно є більш конкурентною та повною мірою може реалізувати свою стратегію на ринку освітніх послуг. Це об'єктивно впливає з наступних положень: стабілізуються всі бізнес-потoki (фінансові, матеріальні та нематеріальні ресурси); мінімізуються ризики потоків та витрати на розробку й впровадження нових проєктів; частка ринку стає стійкою й передбачуваною; зростають можливості залучення позабюджетних коштів (для державних вишів) [5].

Таким чином, бренд є одним з найголовніших інтегрованих факторів, що сприяють підвищенню конкурентоспроможності вищого навчального закладу. Отже, однією з найбільш ефективних стратегій посилення конкурентного становища вишу на ринку освітніх послуг може виступати цілеспрямоване побудова сильного та ефективного бренду. З цією метою необхідно постійно координувати організаційну культуру вишу, поведінку співробітників та саму діяльність з надання освітніх послуг.

Список використаних джерел

1. Білан О. Застосування брендингу: переваги і недоліки. *Вісник НУ «Львівська політехніка»*. 2009. № 648. С. 231–235.
2. Красільник О. В. Проблеми та перспективи фінансування вищих навчальних закладів України. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Серія «Економіка»*. 2016. Випуск 2(167). С. 110–117.
3. Олефіренко О. М. Еволюція концепцій маркетингу та перспективи їх подальшого розвитку в умовах економіки сталого соціо-еколого-економічного зростання. *Вісник Запорізького національного університету: Збірник наукових праць. Економічні науки*. 2017. № 3. С. 200–207.
4. Телетов О. С. Маркетинг інновацій виробничо-технічної продукції. *Механізм регулювання економіки*. 2017. № 4. С. 28–39.
5. Офіційний сайт Центру гуманітарних технологій. URL: <http://gtmarket.ru>.

ПОРІВНЯЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ВІДОМИХ МОДЕЛЕЙ ПІДГОТОВКИ МЕНЕДЖЕРІВ

Письменна Я. С.,

к.е.н., доцент Ляшок Н. Ю.

ДВНЗ «Донецький національний технічний університет»

(м. Покровськ, Україна)

Кожна організація прагне успіху, ефективної роботи, прибутку і тому ставить перед собою нові задачі, створює чи переймає досвід управління інших організацій. Порівняльна характеристика підготовки менеджерів у США, Західній Європі та Японії дуже актуальна сьогодні, адже кожен менеджер обирає свій стиль управління, аналізує ефективні моделі менеджменту та впроваджує їх в організації.

Менеджер розглядається як особа, що займається управлінською діяльністю, може приймати управлінські рішення, виконувати їх та контролювати їх виконання. Він керує функціями фірми та робить все можливе, щоб організація була конкурентоспроможною.

Для досягнення даної мети йому необхідно дотримуватись певних вимог. По-перше, бачити в працівнику джерело підвищення продуктивності праці й ефективності виробництва. По-друге, підрозділам потрібно надавати певну автономію. По-третє, менеджеру необхідно діяти за прикладом простих форм управління. Необхідно діяти енергійно і швидко при концентруванні зусиль компанії на одному або кількох напрямках бізнесу. Потрібно проводити політику, яка спрямована на формування багатьох лідерів і новаторів у компанії, мотивувати їх на виправданий ризик.

Необхідність постійного залучення працівників усіх рівнів для того, щоб прийняти управлінські рішення, полягає в орієнтуванні на людину, тобто «людський капітал». Саме тому потрібно інвестувати в «людський капітал», формувати у працівників економічне мислення, техніко-економічну культуру, виховувати насамперед людей розумової праці.

Менеджеру необхідно бути обізнаним в питаннях культури, зокрема, моралі та етики, фізичного і психічного здоров'я та вдосконалення особи. У нього повинно бути розвинуте філософське мислення. Йому важливо знати різні теорії, а особливо ті, які стосуються організації виробництва і праці. Також необхідно вміти розбиратися у результатах наукових досліджень.

Основними критеріями роботи керівника-менеджера є збільшення: звітності; лідерства; контакту з людьми; уваги до колективної роботи; умовності влади; індивідуальності; самовіддачі; поєднання інтелекту та оперативних якостей [1].

До основних принципів діяльності менеджера відносяться стриманість у ставленні до суперника; максимальна увага до власного «я», індивідуальності; допомога працівникам у реалізації цілей, які відносяться до мети та цінностей компанії на основі принципу пріоритетності інтересів людини, а не всієї організації [4].

Варто переглянути кожен з представлених моделей, щоб розібратися з даним питанням більш детально.

Американський підхід має таку особливість системи управління у фірмах: персонал – це основне джерело підвищення ефективності виробництва, йому надається автономія; підбір кадрів відбувається за освітнім критерієм, практичним досвідом роботи, психологічною сумісністю, умінням працювати в колективі; орієнтація на вузьку спеціалізацію менеджерів, інженерів, вчених [1].

Ця модель менеджменту зосереджена на проблемах, які пов'язані з управлінням виробничого процесу – створенні та забезпеченні ефективного функціонування операційних систем. Їй притаманна значна відстань між вищим керівництвом, яке визначає концептуальні основи діяльності корпорації, і менеджерами середнього та низового рівнів, які втілюють ці ідеї в життя. Це зумовлено великомасштабністю американських фірм.

Американські менеджери визнають і діють на користь індивідуальних цінностей і результатів, несуть індивідуальну відповідальність, оцінюють

індивідуальні результати, розробляють кількісні вираження цілей, які мають короткостроковий характер. Конкретні особи приймають управлінські рішення та несуть відповідальність за їх реалізацію [1].

Сучасний менеджмент західноєвропейської моделі має такі особливості: перехід від диктату продавця до диктату споживача; усунення міждержавних перепон для руху товарів і грошей; проникнення і просування товарів компаній США і Японії на ринках європейських країн.

Для менеджменту країн Західної Європи важливим фактором є організаційні структури управління, а саме їх вдосконалення. З американської моделі менеджменту було запозичено принципи дивізійної структури управління, проте організаційна побудова європейських компаній відрізняється стилем організаційної поведінки. Керівник відділу підзвітний комітету керівників, у складі якого від 3 до 15 осіб. Дана система ефективна, тому що до комітету входять різні функціональні керівники, які не допускають жодних відхилень на користь певних функцій [2].

Мультидивізійним структурам західноєвропейських фірм властивий вищий ступінь самостійності (автономності) відділень, що не притаманно американським. Вони діють за децентралізованою формою управління. Дивізійна структура орієнтована на сучасну концепцію європейського менеджменту, яка полягає в роботі з людьми. Розподіл обов'язків, визначення змісту конкретних робіт, окреслення функцій, сфер відповідальності вимагає дотримання принципу добрих людських взаємин. Європейський менеджмент, який охоплює поряд з управлінням операційною системою підприємства, організацію обліку, фінансів, маркетингу, матеріально-технічного забезпечення тощо, розглядає функції менеджера значно ширше, ніж вище розглянута модель. За масштабами європейські фірми значно менші в порівнянні з американськими, внаслідок чого діяльність європейського менеджера є більш універсальною [2].

Менеджмент «з людським обличчям» притаманний японському підходу управління. Країна бідна на природні ресурси, тому працює за принципом

«Наше багатство – людські ресурси», відповідно до якого створюються умови для найбільш ефективного їх використання. На японських підприємствах мотивація праці поділяється на матеріальну та нематеріальну. Матеріальне стимулювання – це заробітна плата. Японські фірми на оплату праці виділяють близько 85% коштів, які витрачаються на робочу силу. Працівник із середньою освітою, який давно працює на підприємстві, може одержувати вищу заробітну плату, ніж молодий спеціаліст з вищою освітою. Для японських працівників є ганебним факт звільнення з роботи. Робітник працює на одній фірмі все життя, проте змінює вид діяльності і навчається постійно в даній компанії [3].

Підготовка менеджерів США та Західної Європи схожі в тому, що здійснюється навчання у вищих навчальних закладах, і чим вищий ступінь освіти, тим краще. Навчають індивідуальним цінностям та нести індивідуальну відповідальність. Готують до короткочасного наймання, а саме до того, що при бажанні можна змінити місце роботи. У США навчають тактичному мисленню, а в Західній Європі, так як і в Японії, – стратегічному мисленню. Західноєвропейська модель готує менеджерів до роботи у кризовій ситуації. Японській моделі притаманне навчання менеджерів на робочому місці, а ступінь освіти не впливає на кар'єрне зростання. У Японії навчають колективним цінностям та нести колективну відповідальність. Працівників готують до довічного найму та постійно працювати і удосконалюватися [4].

Таким чином, можна зробити висновки, що кожна модель має свої аспекти підготовки менеджерів, які постійно удосконалюються та застосування яких приносить успіх як у діяльності менеджера, так і організації в цілому.

Список використаних джерел

1. Менеджмент персоналу: американські і японські підходи до управління. URL: <http://dspace.nuph.edu.ua> (дата звернення: 20.04.2021).
2. Західноєвропейська модель менеджменту. URL: <https://ru.osvita.ua> (дата звернення: 15.04.2021).
3. Японський менеджмент. URL: <https://pidru4niki.com> (дата звернення: 22.04.2021).
4. Підготовка менеджерів та практиків управління. URL: <http://global-national.in.ua> (дата звернення: 20.04.2021).

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ МЕНЕДЖМЕНТУ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Письменна Я. С.,

к.е.н., доцент Мирошниченко Г. Б.

ДВНЗ «Донецький національний технічний університет»

(м. Покровськ, Україна)

Діяльність сучасних підприємств неможлива без менеджменту. Десятиліттями відомі науковці та звичайні підприємці генерували ідеї розвитку не лише операційної діяльності, але й персоналу. На той час це було дуже значуще досягнення, яке призвело до підвищення продуктивності праці, ефективності виробництва тощо.

На даному етапі розвитку цивілізації перед людством постає чимало проблем, серед яких має місце менеджмент. Наука управління постійно вдосконалюється, відбираються найкращі, тобто найбільш ефективні, елементи, які впроваджуються в життя. Попри таку тенденцію розвитку науки, її впровадження все ж таки має певні проблеми.

Поняття «менеджмент» розглядається як функція, вид діяльності, що пов'язаний з керівництвом людьми в різних організаціях. Проте менеджмент підприємств полягає в задоволенні потреб людей і суспільства в умовах ринку.

До актуальних проблем менеджменту українських підприємств належить діяльність власника організації як генерального менеджера, тобто в одній особі поєднується і власник, і директор, який зазвичай прагне вести максимальний контроль усіх процесів на підприємстві. Такі дії призводять до централізованості бюджету, придушується ініціативність працівників, кадри підбираються за принципом лояльності. Таким чином структура стає негнучкою та бюрократичною, при цьому ринкова стратегія часто змінюється [1].

Дана проблема має великий негативний вплив на діяльність підприємства, призводить до стабільності або, навіть, деградації, тому що вище перелічені

наслідки вказують на неможливість постійного розвитку. Організація повинна вдосконалюватися, а дана проблема є великою перешкодою.

Наступною ваговою проблемою є відсутність вміння керівництва організацій ставити цілі та завдання (як підлеглим, так і постачальникам та маркетинговим посередникам), визначати критерії ефективності роботи. Причиною цього стають нестача досвіду та знань власників-менеджерів. Наслідками цього є неефективна витрата значної суми грошових коштів, «метання зі сторони в сторону» замість ринкової стратегії [2].

Будь-який бізнес орієнтований на одержання прибутку. Зацикленість на цій основній меті діяльності стає причиною такої проблеми як ігнорування інтересів споживачів. Українські підприємства не мають максимальної орієнтації на клієнта, лише основне завдання на даному етапі розвитку – вижити за будь-яку ціну.

Необхідно пам'ятати, що найбільш важливим фактором існування та розвитку бізнесу є споживач, тому бізнес існує для клієнтів, а не для керівництва. Якщо дотримуватись цього правила, то й збагачення стане логічним наслідком діяльності, яка зорієнтована на інтереси споживача [3].

Не менш важлива проблема – нехтування освітою. На багатьох підприємствах склалася тенденція до «виращування» кадрів. Тобто багато керівників віддають перевагу людині з досвідом роботи без освіти, ніж з освітою, але без досвіду роботи. Це несе за собою велику проблему, адже некваліфікованого працівника необхідно навчати, а отже оплачувати певні тренінги і тому подібне. Як наслідок, компанія може одержати фахівця, який дезорієнтований на ринку в цілому. Проблема переходу підприємств України на принцип маркетингу полягає в тому, що значна кількість керівників не розуміє всю суть маркетингу, його значення, застосування тощо [4].

Проблема зміни у керівництві компаній засновників на ефективних менеджерів є відчутною для власників бізнесу. Тому все більш актуальною стає проблема підвищення кваліфікації топ-менеджерів українських компанії. Це зумовлено тим, що на сьогодні рівень знань підлеглих, які в основному мають

професійну освіту, є вищим, ніж рівень освіти та знань керівників. Тому вони не завжди можуть чітко та коректно сформулювати проблеми, визначити завдання, оцінити терміни та якість їх виконання [2].

Ситуація на багатьох ринках в Україні почала різко змінюватися з виходом на них іноземних компаній. Таке явище має дві сторони медалі. Перша активізує конкуренцію на ринку, змушує українські підприємства перейти на сучасні методи управління, а друга показує, що вихід іноземних підприємств часто супроводжується інвестиційним придушенням, відтоком кадрів із вітчизняних підприємств, закриттям компаній. У даному випадку потрібно змінити пріоритети в економічній політиці держави в цілому, тобто сприяння іноземним інвестиціям повинно розумітися як збільшення інвестицій у вітчизняні підприємства, а не допомога іноземним компаніям, що виходять на український ринок зі своїми товарами й послугами [2].

Сучасні проблеми менеджменту підприємств не обмежені даним переліком, адже тут наведено лише ті, які мають найбільший вплив. Щоб їх вирішити необхідно застосувати системні механізми на національному рівні, головним елементом яких є створення системи стандартів управління.

Завдяки цьому можна більш широко впроваджувати сучасні методи управління через проведення певних семінарів чи тренінгів, які навчать усвідомлювати причини власних проблем підприємців та усувати такі причини, щоб уникнути проблем. Важливим аспектом вирішення багатьох проблем підприємств є необхідність підтримки малого та середнього бізнесу з боку держави.

Список використаних джерел

1. Михайлович П. В. Основні проблеми менеджменту на підприємстві та шляхи їх усунення: Наукова спільнота. URL: <http://www.spilnota.net.ua>.
2. Ковальчук І. І. Сучасні проблеми менеджменту. URL: <http://www.rusnauka.com>.
3. Івах С., Коханова О. Сучасні проблеми українського менеджменту URL: <http://oldconf.neasmo.org.ua>.
4. Менеджмент українських підприємств: сучасні проблеми. URL: <https://ru.osvita.ua>.

ПРОБЛЕМИ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ

Салькова Ю. В.,

к.е.н., доцент Ляшок Н. Ю.

ДВНЗ «Донецький національний технічний університет»

(м. Покровськ, Україна)

Нині управління робітниками підприємств є головним питанням для ефективної праці в будь-якій організації. Персонал підприємства, їхні знання та вміння, а також досвід є найголовнішим джерелом підвищення ефективності діяльності. Мотивація персоналу являє собою систему винагородження праці на основі компетентності співробітників, якості та своєчасності виконання ними завдань. Це зумовлює передумови розвитку організації в умовах високої конкуренції на ринку. На сьогодні існує безліч проблем, пов'язаних із мотивацією праці. З точки зору менеджменту, мотивація – це процес спонукання себе й інших до діяльності для досягнення особистих цілей і цілей організації [1]. Мотивація є складним процесом, за результатами якого оцінюється ефективність діяльності організації. Основні завдання мотивації пов'язані: з формуванням в робітниках відповідальності, розуміння цілей і задач поставлених перед ними; розвитком в кожного керівника демократичних підходів до керування персоналом з використанням сучасних методів мотивації; навчанням персоналу і керівників психологічним основам спілкування в внутрішньому середовищі фірми.

Для того, щоб вирішити вищезгадані завдання, необхідно проаналізувати процес мотивації в організаціях, розглянути особливості індивідуальної і групової мотивації, а також визначити зміни, що відбуваються в мотивації діяльності людини при переході до ринкових відносин [2].

Мотивація пов'язана з процесом спонукання інших людей та себе до діяльності через формування мотивів поведінки задля досягнення особистих цілей і цілей організації. Тож, для того, щоб мати можливість підвищити ефективність діяльності організації необхідно налагодити процес

вдосконалення мотивації персоналу, що може дати: підвищення якості роботи персоналу; швидке і чітке досягнення цілей компанії; зв'язок результативності праці робітників з оплатою та нематеріальним стимулюванням; прозорість системи заохочування; зниження плинності кадрів; покращення психологічного клімату всередині колективу; покращення командної роботи [3].

Мотивація буває як матеріальною, так і нематеріальною, відповідно прямою і непрямою. Важливим завданням менеджера є правильне визначення виду мотивації, пріоритетного для конкретного співробітника. Матеріальна мотивація містить заробітну плату, премії та інші грошові винагородження. Нематеріальна, в свою чергу, включає: соціальний пакет, відкритість і постійний зворотній зв'язок керівництва з персоналом, привітання зі знаменними датами, можливість навчання або підвищення кваліфікації.

Мотиваційний процес в Україні є недостатньо розвинутим. Вітчизняні організації часто використовують малоефективні або застарілі методи стимулювання праці співробітників. На сьогодні стан ведення бізнесу в економіці України показує недостатнє матеріальне підкріплення праці працівників. Не дивячись на те, що гроші та інші матеріальні стимули не мають вирішального значення, проте перетворюють виробничу діяльність в економічну необхідність [4]. Найчастіше перевагу мають саме фінансові (прямі) методи стимулювання, а нематеріальним стимулюванням зазвичай нехтують. Крім того, фінансове стимулювання, яке існує в українських підприємствах, має низку недоліків, що зазвичай пов'язані з невідповідністю фінансового стимулювання рівню продуктивності праці. Нинішній етап розвитку виробництва доцільно охарактеризувати пошуком і впровадженням принципово нових методів управління. У зв'язку з цим особливе значення має раціональне використання трудових ресурсів із застосуванням мотиваційного механізму дії на трудову діяльність робітників, враховуючи специфіку соціальних, економічних і психологічних умов функціонування українських компаній. Для того, щоб мати можливість вдосконалити процес мотивації на вітчизняних підприємствах слід вирішити ряд наступних питань:

1. Система мотивації праці повинна бути орієнтована на самореалізацію підлеглих, інноваційний розвиток організації і на участь робітників в прибутках або в управлінні організацією.

2. Потрібно враховувати різність потреб робітників на підприємстві, з урахуванням яких будувати систему мотивування. Тому потрібно розробити мотиваційну стратегію, побудовану на основі соціологічних досліджень, за допомогою яких вибирають правильні методи мотивації і розширяють діапазон стимулів і видів винагород.

3. Оскільки на вітчизняних підприємствах основна увага належить матеріальному стимулюванню, то недостатньо використовувати лише методи морального стимулювання робітників. Слід застосовувати нематеріальні заохочення як доповнення до матеріальних.

4. Матеріальна винагорода має бути безпосередньо пов'язана як з кінцевими результатами праці організації в цілому, так і конкретного співробітника.

Отже, ефективність праці будь-якої людини визначається її цілями, в основі яких лежать потреби, особисті інтереси та стимули до праці. Якщо підприємство має своєю метою розвиток та зростання конкурентоспроможності продукції на ринку, то необхідно розробляти систему стимулів, що будуть мотивувати робітників. Часи, коли робітників цікавила лише заробітна плата, минули. На сьогодні діапазон мотивації ширший і включає, окрім зарплати, ще й соціальний пакет. Раціональне співвідношення прямої і непрямой мотивації – ось, що є основною метою створення мотиваційної системи.

Список використаних джерел

1. Кабушкин Н. И. Основы менеджмента. Москва: Новое знание, 2007. 335 с.
2. Колот А. М. Мотивація персоналу. Київ: КНЕУ, 2015. 337с.
3. Лещенко Л. О. Мотивація праці як фактор підвищення прибутковості виробництва. *Ефективна економіка*. 2016. №4.
4. Абаева Е. Н. Оптимизация системы мотивации работников промышленного предприятия. *Научный вестник ДГМА*. 2009. № 2. С. 190–198.

КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ПОЛІТИКА ЯК ФОРМА ПРОЯВУ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ

аспірантка Сичова К. В.

Донецький національний університет імені В. Стуса

(м. Вінниця, Україна)

У сучасних умовах економічного спаду, падіння рівня реального доходу громадян України, викликаних світовою пандемією COVID-19, особливо актуальною стає проблема реалізації корпоративної соціальної політики (далі – КСП) як форми прояву соціальної відповідальності бізнесу (далі – СВБ). Саме зараз, коли підприємства вимушені скорочувати витрати на оплату праці, соціальна підтримка персоналу підприємства може стати ключовим чинником лояльності та відданості підприємству з боку працівників, оскільки держава просто не зможе приділити зараз увагу зазначеним питанням. Особливістю вітчизняних підприємств є відносно низький рівень оплати праці працівників у порівнянні з західними країнами. Так, у структурі доходів підприємства видатки на робочу силу становлять в середньому лише 9 %, тоді як у країнах ЄС – 45 %. При цьому лише незначну частину прибутку власники підприємств інвестують у модернізацію виробництва і покращення умов життя працівників. З огляду на це дуже доцільним та актуальним є проведення аналізу досвіду реалізації КСП як форми прояву СВБ на прикладі вітчизняного підприємства. Отже, метою статті є аналіз КСП як форми прояву СВБ в Україні.

Розглядаючи особливості реалізації КСП на підприємстві, зазначимо, що соціальну відповідальність між сторонами соціально-трудових відносин можна розглядати з двох боків: з боку роботодавця (з точки зору дотримання прав громадян) та з боку працівника (з точки зору відповідального ставлення до праці, виконання ним посадових обов'язків). Соціально відповідальна політика (далі – СВП) дає змогу підприємству формувати собі позитивний імідж, залучати та закріплювати висококваліфікованих працівників; одержувати податкові пільги; зменшувати кількість конфліктів тощо [1, с. 94–95].

Впровадження ідеї СВБ охоплює ряд напрямів щодо оплати праці, навчання персоналу, медичного страхування, недержавного пенсійного страхування тощо. Формою ж прояву СВБ у внутрішньому середовищі підприємства є КСП, основні напрями реалізації якої полягають у забезпеченні [1, с. 95]: здорових та безпечних умов праці; підвищення рівня життя працівників; впровадження системи соціального партнерства, дотримання гарантій свободи діяльності профспілок; оптимізації робочих місць; впровадження принципу «виробничої демократії»; програм підвищення освітнього рівня працівників; надання «соціальних пакетів»; створення сприятливого морально-психологічного клімату, принципу соціальної справедливості тощо.

Отже, розглянемо основні складові елементи КСП як форми прояву СВБ на прикладі ПАТ «Металургійний комбінат «Азовсталь» (далі – «Азовсталь»). «Азовсталь» – це сучасне промислове підприємство, засноване у 1933 році, що виробляє широкий спектр металевої продукції [2] та входить у структуру Групи Метінвесту – міжнародної гірничо-металургійної компанії, головною метою КСП якого є підвищення якості життя як працівників комбінату, так і мешканців м. Маріуполя в цілому. Наряду з головним елементом мотивації праці – заробітною платою (комбінат традиційно є лідером галузі по її рівню), комбінат приділяє увагу забезпеченню працівників соціальними пільгами – «соціальним пакетом», до складу якого входять безкоштовне медичне обслуговування працівників у поліклініці, міській лікарні № 4, лікувально-діагностичному центрі, санаторно-курортне лікування у санаторіях-профілакторіях і базах відпочинку, культурні та спортивно-масові заходи тощо. Так, у 2018 році на літній відпочинок у здравниці на узбережжі Азовського моря і санаторії Морщина, Трускавця та Хмільника було придбано путівки для близько 15 тис. працівників та членів їх сімей. Загальний обсяг інвестицій на оздоровлення співробітників та членів їх сімей у 2018 році склав 64 млн. грн. У переліку курортно-оздоровчих установ «Азовсталі» 6 баз відпочинку та пансіонатів («Металург», «Зміна», «Азов», «Бригантина» та інші). До дитячих оздоровчих центрів «Сонячний» у селищі Юр'ївка, «Червона гвоздика» в

м. Бердянськ і «Альбатрос» у 2018 році прямували понад 4,5 тис. дітей, які традиційно взяли участь у святі в рамках корпоративної програми «Територія дитинства» – «День з Метінвестом», на якому їх познайомили із металургійною професією. Ще одним напрямом СКП «Азовсталь» є інвестиції у довгострокові проекти у сфері освіти, охорони здоров'я та культурного виховання населення, співпрацює з міською радою та Донецькою обласною ВЦА, реалізуючи інфраструктурні та інші соціальні міські проекти. Щороку до 1 вересня всім дітям працівників, які є першокласниками, надаються подарунки (портфель з канцелярськими товарами). Комбінат забезпечує весь навчально-тренувальний процес СК «Азовсталь», стабільний розвиток філії футбольної академії ФК «Шахтар», спортивних секцій дзюдо, боксу, важкої та легкої атлетики, дитячого волейбольного клубу. За рахунок коштів комбінату побудовані сучасні спортивні площадки для занять класичним і пляжним футболom на узбережжі міста. З 2006 року на базі ПДТУ та маріупольських ЗОШ № 14 та 40 комбінатом здійснюється освітній проект «Школа – вуз – комбінат».

Револьюційним для України є створення Групою Метінвесту першого в країні корпоративного університету «Метінвест-політехніка» – приватного ВНЗ, на базі якого передбачається підготовка технічних спеціалістів, дефіцит яких має місце на вітчизняному ринку праці. При цьому передбачається, що навчання для студентів, які є мешканцями м. Маріуполя, буде безкоштовним, а самі студенти з високими досягненнями будуть отримувати стипендії та після закінчення навчання за бажанням будуть працевлаштовані, у тому числі на «Азовсталь» [3]. Завдяки фінансовій підтримці «Азовсталь» у 2017-2018 роках 9 нових автобусів і 10 трамваїв м. Маріуполя було оснащено системою GPS-навігації та програмним комплексом, що дозволяє здійснювати диспетчерське управління, а мешканцям міста – відстежувати час прибуття транспорту. Також для лікування пацієнтів і проведення хірургічних операцій у 2018 році міській лікарні № 4 було передано новітнє лікувально-діагностичне обладнання на суму 10 млн. грн. Після обстрілу МКР «Східний» у січні 2015 року «Азовсталь» сприяв швидкому ремонту пошкоджених помешкань населення, а в умовах

пандемії COVID-19 – забезпечив безперебійним постачанням киснем міську лікарню № 9 [2].

Отже, можна зробити висновок, що «Азовсталь» проводить послідовну комплексну КСП. Однак головною проблемою залишається катастрофічна екологічна ситуація у Маріуполі через промислові викиди коксохімічного та металургійного виробництва Метінвесту взагалі та «Азовсталі» зокрема, який розташований у центрі міста. Саме рівень забруднення повітря перекреслює повністю всі позитивні прояви КСП підприємства. Серед «лідерів» через забруднення повітря знаходиться місто за рівнем онкологічних захворювань, захворювань дихальної системи (бронхіальна астма, хронічна обструктивна хвороба легень тощо), щитоподібної залози. Вливають промислові викиди і на високий рівень захворюваності серцево-судинної системи. Тому одним із ключових напрямів удосконалення КСП підприємства з метою покращення екологічної ситуації та розвитку Маріуполя як курортного міста має стати, як мінімум, вирішення питання щодо перенесення коксохімічного виробництва за межі міста та модернізації металургійного виробництва. Таким чином, головна сутність СВБ полягає, у дотриманні трудових і соціально-економічних прав працівників і населення відповідного регіону, де розташовано підприємство, встановленні додаткових соціальних пільг і гарантій. При цьому засоби впровадження та реалізації СВБ відрізняються в залежності від економічного стану підприємства і мотивів власника. Одним із інструментів забезпечення СВБ виступає додаткове добровільне страхування працівників. У цьому сенсі одним із напрямів КСП комбінату може стати створення корпоративного пенсійного фонду, що дозволить підсилити соціальний захист «пенсіонерів-ветеранів» підприємства.

Список використаних джерел

1. Балуєва О. В., Боднарук О. В. Соціальна відповідальність: навч. посіб. Маріуполь: ДонДУУ, 2017. 284 с.
2. Метінвест. МК «Азовсталь» URL: <http://azovstal.metinvestholding.com>.
3. ЄДЕБО. URL: <https://registry.edbo.gov.ua/university/5718/specialities-after/>.

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ МОТИВАЦІЇ ПРАЦІ НА СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

к.е.н., доцент Следь О. М.,

Сімоненко В. Ю.

ДВНЗ «Донецький національний технічний університет»

(м. Покровськ, Україна)

Після підписання Угоди про Асоціацію та Зону вільної торгівлі з ЄС Україна знаходиться на шляху до європейської інтеграції. Це відкриває нові можливості для торгівлі та інвестицій, але і вимагає, серед іншого, як і у багатьох інших галузях економіки, так і в українському аграрному та продовольчому секторах, гармонізації зі стандартами безпечності та якості продукції, які діють у ЄС. У зв'язку з цим, потрібно поступово прямувати до наближення до технологічних та економічних показників виробництва та споживання ЄС. У сучасних умовах господарювання сільськогосподарські підприємства шукають усі можливі способи досягнення зростання ефективності діяльності та посилення конкурентоспроможності. Працівники як основа ресурсного потенціалу агроформувань є важливим інструментом у процесі стратегічного і тактичного розвитку. Підвищення продуктивності праці та створення позитивного іміджу підприємства завдяки ефективному використанню людського ресурсу дозволить досягнути поставлених цілей розвитку. Тому дослідження теоретичних основ організації ефективної мотивації персоналу є досить актуальними для детального вивчення [1].

Усі існуючі теорії мотивації можна розподілити на три групи. До першої групи належать ті, які базуються на історичному досвіді поведінки людини в процесі праці (первинні); до другої групи належать ті, які відображають зміст потреб людини в процесі життєдіяльності (змістовні); до третьої групи належать ті, які відображають процес винагороди за відповідний результат праці (процесуальні). При розробці ефективної системи мотивації праці

необхідно, перш за все, враховувати особливості об'єкта дослідження для того, щоб визначитися з основними передумовами, які існують. Сільськогосподарська галузь має багато специфічних особливостей, які відбиваються на процесі мотивації персоналу.

Як зазначає Полюк М. І. [2] до найважливіших особливостей діяльності сільськогосподарських підприємств, які можуть впливати на формування системи мотивації персоналу належать наступні:

1. Обмеженість у виборі професії у більшості сільських населених пунктах, що може призвести до низької внутрішньої мотивації до праці;
2. Сезонність праці, період якої унеможлиблює розрахунок середньої оцінки результативності роботи працівників впродовж року;
3. Період операційного циклу, який унеможлиблює адекватну оцінку результативності роботи працівників за короткі періоди часу за поширеними методиками;
4. Висока питома вага робітників у структурі сільськогосподарських підприємств;
5. Брак достатньої кількості вузькоспеціалізованих фахівців;
6. Високий відсоток ручної праці на більшості сільськогосподарських підприємствах;
7. Практично відсутня можливість кар'єрного зростання для працівників сільськогосподарських підприємств.

Вищезазначені особливості функціонування сільськогосподарських підприємств ускладнюють процес оцінки персоналу. Тому, для формування системи мотивації праці необхідним є більш детальний аналіз факторів, які впливають на організацію праці на підприємствах та відношення до роботи з боку працівників. Процес мотивації, у якому відображено трансформацію потреб працівника, – зміни кількісних та якісних характеристик потреб, може бути відображений реалізацією етапів, які представлено на рис. 1. Таким чином, тільки комплексне дослідження існуючих теорій мотивації, класифікації різних видів мотивації, а також структури мотиваційного процесу дає змогу виявити

особливості мотиваційного процесу труда відповідно до особливостей функціонування сільськогосподарських підприємств.



Рисунок 1 – Процес мотивації, виходячи із логіки задоволення потреб працівників

Враховуючи те, що персонал підприємства є основною рушійною силою, подальше дослідження способів мотивації персоналу задля пошуку більш ефективних мотиваційних інструментів є і будуть актуальними напрямками дослідження з огляду на швидкі темпи змін у зовнішньому середовищі.

Список використаних джерел

1. Демидова М. М. Негативні засоби мотивації та їх роль в стимулюванні роботи працівників сільськогосподарських підприємств. *Ефективна економіка*. 2014. № 6. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3119> (дата звернення: 26.03.2021).

2. Полюк М. І. Оцінка та мотивація в системі управління персоналом на сільськогосподарських підприємствах. *Актуальні проблеми розвитку економіки регіону: науковий збірник* / за ред. І. Г. Ткачук, 2018. Випуск 11. Т. 2. С. 45–49.

УПРАВЛІННЯ ТРУДОВИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА НА ОСНОВІ ЕКОНОМІЧНОГО АНАЛІЗУ

Сумятін В. В.,

д.е.н, доцент Лохман Н. В.

Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського
(м. Кривий Ріг, Україна)

Сьогодні туристична галузь стрімко нарощує свій потенціал, використовуючи як традиційні так і інноваційні резерви розвитку, однак ступінь конкурентної боротьби потребує нового імпульсу для обґрунтування своїх конкурентних позицій, це можливо в рамках ефективного управління трудовим потенціалом.

Туристичне підприємство – це юридична особа, що спеціалізується на розробці й продажу (туроператор) або лише на продажу (турагент) комплексного туристичного продукту, споживачами якого є туристи [1].

Одним із найважливіших чинників успішної роботи туристичного підприємства є ефективне формування та використання трудового потенціалу. Для цих підприємств необхідно мати повну інформацію про ефективність трудового потенціалу підприємства та реально оцінити його можливості задля прийняття оптимальних управлінських рішень. Для цього підприємству необхідно використовувати сучасні інструменти економічного аналізу та економічної діагностики.

Під трудовим потенціалом підприємства розуміють сукупність осіб, що працюють на певному підприємстві і вкладають свою працю, фізичні й розумові здібності, знання і навички в проведення господарсько-фінансової діяльності підприємства (закупівлю і реалізацію товарів, виробництво продукції, надання послуг та ін.). Як відносно будь-якого іншого виду ресурсів підприємство, зацікавлене в максимізації результату при мінімізації витрат, пов'язаних з формуванням та використанням трудового потенціалу [2].

Зміст управління трудовим потенціалом туристичного підприємства полягає в: оцінці властивостей і здібностей персоналу підприємства за необхідними критеріями на основі: якісних і кількісних показників; дослідження динаміки кількісних та якісних характеристик персоналу; оцінки відповідності фактичного рівня трудового потенціалу необхідному; визначення чинників впливу та проблемних місць; аналізі та оцінці ступеня використання трудового потенціалу; розробці прогнозів та плануванні заходів щодо приведення фактичного потенціалу у відповідність до потрібного і таке інше.

Процес оцінки ефективності використання працівників на туристичному підприємстві пропонується проводити в два етапи:

- 1) оцінювання індивідуальних параметрів якісних і кількісних характеристик кожного працівника;
- 2) комплексне оцінювання трудового потенціалу підприємства в цілому.

На практиці існує різноманіття методів, що дозволяють провести індивідуальну оцінку трудового потенціалу підприємства. Це можна зробити за допомогою тестування, аналізу анкетних даних, спостереження та інше.

Ефективність управління трудовим потенціалом підприємства в цілому, є широким поняттям, яке враховує не лише кількісні результати діяльності туристичного підприємства (обсяг проданих туристичних продуктів, кількість працівників), а й якісні досягнення: якість туристичних послуг, ступінь задоволення споживчого попиту, витрати часу та коштів клієнтів на придбання туристичного продукту, імідж підприємства. Хоча не усі аспекти результатів ефективності управління трудовим потенціалом можуть бути розраховані кількісно, їх врахування є необхідною умовою для об'єктивної оцінки кінцевого результату праці робітників туристичних підприємств [3].

На наш погляд, можна запропонувати наступні складові економічного обґрунтування управлінських рішень трудового потенціалу на туристичному підприємстві:

- 1) оцінка обсягу, структури, показників руху трудового потенціалу на підприємстві;

2) оцінка ефективності використання трудового потенціалу окремого працівника та підприємства в цілому;

3) оцінка впливу якісних і кількісних факторів на зміну показників ефективності з праці;

4) оцінка впливу трудових факторів на результати діяльності туристичного підприємства;

5) економічна діагностика ефективності управління трудовим потенціалом;

6) розробка стратегії управління трудовим потенціалом на підприємстві;

7) розробка плану з праці туристичного підприємства;

8) експертна діагностика планових показників з праці.

Які б сучасні інструменти менеджменту не використовувалися на підприємстві, воно не почне працювати ефективно без відповідного трудового потенціалу, а значить, і без ефективного економічного обґрунтування управлінських рішень.

Таким чином, слід відзначити, що для високоефективного використання трудового потенціалу на туристичному підприємстві, необхідний високий рівень управління цим потенціалом, який включає прийняття управлінських рішень на основі об'єктивної економічної оцінки усіх показників формування, використання і розвитку трудового потенціалу.

Список використаних джерел

1. Горіна Г. О. Сутність та особливості типології туристичних підприємств як суб'єктів управління. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Економіка і менеджмент*. 2016. Вип. 20. С. 46–49.

2. Білецька К. В. Трудовий потенціал як чинник активізації інноваційних процесів. *Ефективна економіка*, 2014. № 4. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2932>.

3. Незвещук-Когут Т. С. Удосконалення управління діяльністю туристичних підприємств: автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.00.04 «економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)»; Херсонський національний технічний університет. Херсон, 2012. 23 с.

ПРІОРИТЕТНІ НАПРЯМИ ДЕРЖАВНО-ПРИВАТНОГО ПАРТНЕРСТВА (ДПП) В СІЛЬСЬКОМУ ГОСПОДАРСТВІ УКРАЇНИ

к.е.н., ст. наук. співробітник Усата Н. В.

ННЦ «Інститут аграрної економіки» НААН

(м. Київ, Україна)

На сьогодні ДПП є ключовим для розвитку економіки держави та сільського господарства, зокрема. Вирішення багатьох соціально-економічних проблем у аграрному секторі є неможливим без побудови партнерських відносин та налагодження конструктивного діалогу між державою та приватним бізнесом. Формування партнерських моделей взаємовідносин відкриває нові можливості та забезпечує певні вигоди для обох сторін.

Однак можливий потенціал ДПП не використовується в повній мірі в нашій країні. Так, станом на 01.01.2021 на засадах ДПП укладено 192 договори, з яких реалізується лише 39 договорів (29 – концесійних договорів, 6 – договорів про спільну діяльність, 4 – інші договори), 153 договори не реалізується (35 договорів розірвані/закінчився термін дії, 118 договорів – не виконується). Отже, лише 39 проектів із 192 (або 20 %) є успішними. А це означає, що більшість угод спіткала невдача через високі збитки та розірвання контрактів. Проблема полягає не в кількості укладених угод між державним та приватним учасниками, а в результативності та ефективності їх виконання.

Із проектів ДПП, що реалізуються переважна частина – 13 договорів (близько 33%) реалізовано в сфері збору, очищення та розподілення води, 8 (21%) – у сфері виробництва, транспортування і постачання тепла та розподілу і постачання природного газу, 5 (13%) – в сфері туризму, відпочинку, рекреації, культури та спорту, 3 (8%) – інші, 3 (8%) – будівництво та/або експлуатація транспортних шляхів, морських і річкових портів та їх інфраструктури, 3 (8%) – виробництво, розподілення та постачання електричної енергії, 2 (5%) – охорона здоров'я, 2 (5%) – обробка відходів [1].

Використання ДПП у агропромисловому комплексі України спостерігається в поодиноких випадках, зокрема стосовно експлуатації потужностей морських портів для сільськогосподарської продукції (зберігання, перевалка, транспортування) та житлово-комунальному господарстві сільських населених пунктів. Перспективними проектами ДПП в Україні є:

- передача в концесію Херсонського морського торговельного порту (підписання договору концесії – 26.06.2020 р., компанія-концесіонер ТОВ «Рисоіл-Херсон», розмір інвестицій у розвиток порту близько 300 млн. грн. Крім цього, понад 18 млн. буде вкладено в місцеву інфраструктуру. Період дії концесії – 30 років) [2];

- передача в концесію спеціалізованого морського порту «Ольвія», м. Миколаїв (підписання договору концесії – 20.08.2020 р. компанія-концесіонер QTerminals з Катару, розмір інвестицій на першому етапі у розвиток порту складе 3,4 млрд. грн., а всього за 35 років концесії планується залучити 17,3 млрд. грн.) [3].

В той же час, світова практика господарювання свідчить про значні обсяги використання проектів ДПП в сільському господарстві. Зокрема, у Бразилії, Індії, Йорданії, Марокко, Перу така співпраця широко використовується у будівництві, експлуатації та управлінні іригаційними проектами; у Філіппінах, Індії, Мексиці та Пакистані – у будівництві та управлінні мережами компаній «холодного ланцюгу»; у Філіппінах та Йорданії – це будівництво, обслуговування та управління ринками для збуту місцевої сільськогосподарської продукції; у Філіппінах – це будівництво та експлуатація зернових терміналів у морських портах; у Молдові, Бразилії, Словенії, Уганда та на о. Маврикія – це переробка відходів сільського господарства тощо [4].

Узагальнення світового досвіду використання механізму ДПП та потреб вітчизняного виробництва дало підстави визначити основні пріоритетні напрями реалізації проектів ДПП в агропромисловому комплексі та щодо сільських територій України, а саме:

- будівництво, обслуговування та управління оптовими ринками для збуту

сільськогосподарської продукції;

- розвиток інфраструктури аграрного ринку;
- розвиток виробничої інфраструктури;
- переробка відходів сільського господарства;
- будівництво, експлуатація та управління іригаційними (зрошувальними)

системами;

- будівництво експлуатація та управління об'єктами соціальної інфраструктури у сільській місцевості тощо.

Проведені нами дослідження показують, що практика використання механізму ДПП є обмеженою. Причинами цього є відсутність коштів у бюджеті на реалізацію відповідних проектів, недостатній розвиток інституційного середовища, а також недосконалість вітчизняного законодавства. Усунення зазначених перепон дасть можливість розширити потенціал ДПП у інноваційному розвитку агропромислового виробництва та сільських територій. Важливим у цьому плані є також законодавчо-нормативне закріплення стратегічних орієнтирів розвитку аграрного сектора економіки, як це робиться у провідних зарубіжних країнах. До того ж, строк дії чинної «Стратегії розвитку аграрного сектора економіки на період до 2020 року», яка визначала реалізацію інвестиційних проектів на засадах державно-приватного партнерства в аграрній сфері, як пріоритетний напрям досягнення стратегічних цілей, уже закінчився.

Список використаних джерел

1. Стан здійснення ДПП в Україні. URL: <http://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=9fc90c5e-2f7b-44b2-8bf1-1ffb7ee1be26&title=StanZdiisnenniaDppVUkraini> (дата звернення: 19.03.2021).
2. Підписано перший договір концесії морського порту в Україні. URL: <https://mtu.gov.ua/news/31977.html>.
3. 17 млрд. инвестиций за 35 лет: порт Ольвия передан в концессию компании из Катара. URL: <https://biz.liga.net/ekonomika/transport/novosti/17-mlrd-investitsiy-za-35-let-port-olviya-peredan-v-kontsessiyu-kompanii-iz-katara>.
4. Інформаційно-роз'яснювальні матеріали щодо державно-приватного партнерства. https://cg.gov.ua/web_docs/1/2016/05/docs/Інформаційні%20матеріали_inv_2020.pdf.

ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ В УПРАВЛІННІ

к.е.н., доцент Хмурова В. В.,

Єфімова В. Є.

Київський національний торговельно-економічний університет

(м. Київ, Україна)

Розвиток бізнесу в останні роки відбувається на тлі радикальних і динамічних змін у навколишньому середовищі і високих темпів збільшення обсягів інформації. У цих умовах ключове значення для виживання організацій мають стратегічне планування і підтримка прийняття управлінських рішень. Стратегічне планування, як відомо, є єдиним способом прогнозування майбутніх проблем і можливостей, забезпечує керівництво засобами для розробки довгострокових планів і створює основу для прийняття обґрунтованих рішень. У той же час процедури стратегічного планування і прийняття рішень, засновані на аналізі зовнішнього середовища, можна віднести до слабоформалізованих. Частково це пояснюється тим, що як зовнішнє стосовно організації середовище, так і властиве організації внутрішнє середовище, характеризуються високим ступенем невизначеності, динаміки і складності. Створення і використання в повсякденній практиці менеджменту систем підтримки прийняття рішень є однією з найважливіших умов успішного функціонування організацій. Пріоритет прийнятті рішень належить людині – менеджеру, що володіє здібностями передбачати появу нових подій [1].

Однак один з недоліків людського інтелекту полягає в тому, що він не пристосований для виконання великого обсягу обчислень в процесі аналізу складних процесів і систем, що складаються з ланцюжків взаємозв'язків. Як відомо, організації, що надають товари і послуги, відносяться до класу складних соціотехнічних систем, що не тільки змінюються в часі, але і мають функціональну потребу здійснювати вибір шляху свого розвитку. Тому на ефективність управління істотно впливає обмеженість можливостей людини в роботі з комплексною та змінною в часі інформацією.

Поява штучного інтелекту (ШІ) змінила звичну діяльність компаній. У сфері HR (human resources) ШІ давно вийшов за рамки просто управління персоналом. І основне завдання HR-лідерів полягає у грамотному поєднанні людських і програмних ресурсів. За даними опитування IBM, проведеного серед 6 тисяч керівників великих, середніх і дрібних підприємств, 66% управлінців погоджуються з необхідністю введення інтелектуальних технологій в управління персоналом та інші внутрішні процеси компанії.

Чому ШІ в HR такий важливий?

Штучний інтелект – інструмент, що ідеально підходить для використання в сфері HR. Це обумовлено наявністю в “розумних” системах алгоритмів, здатних збирати, аналізувати, впорядковувати дані. За прогнозами IBM, в найближчі роки 120 мільйонам співробітників у країнах світу з найбільш розвиненою економікою необхідно буде перекваліфікуватися, щоб використовувати потенціал ринку штучних технологій. Велика частина персоналу на підприємствах повільно адаптується до інновацій на базі ШІ, звідси впливає неготовність прийняти їх. Деякі компанії не можуть домогтися високих результатів у конкурентному середовищі саме тому, що команда фахівців недостатньо технічно освічена. Штучний інтелект в компанії важливий з багатьох причин, ось основні з них: здатність аналізувати дані про персонал, аналіз потреби у фахівцях, виконання рутинних завдань відбір кандидатів на вакансію, ведення когнітивних спостережень. На деяких особливостях штучного інтелекту зупинимось більш детально.

Об’єктивність: Експерти називають одним з головних умінь ШІ – зважене прийняття рішень. Людина ґрунтується на суб’єктивних відчуттях, не завжди дотримуючись правил, а штучний інтелект не може порушити встановлений порядок прийняття рішень, і тому він більш неупереджений і об’єктивний. Створення робочих місць: Згідно із звітом індійської аналітичної компанії TeamLease, в Індії у галузі інформаційних технологій ШІ створив 2,3 млн. робочих місць, перед цим скоротивши 1,8 млн. Для бізнесу така ситуація вигідна, оскільки керівники департаментів і менеджери по персоналу

автоматично створили на підприємствах технічно більш свідоме і сучасне середовище. Допомога у рекрутингу: Підбираючи персонал, HR-фахівці тепер повинні орієнтуватися на навички фахівця, а не на вчений ступінь. Якщо у першого претендента є досвід роботи з штучним інтелектом і сервісами на його основі, а у другого немає, то перший кандидат з більшою ймовірністю пройде відбір на вакансію. HR-бот за допомогою уточнюючих питань з'ясує, наскільки компетентний майбутній співробітник. Сучасні системи ШІ, використовуючи технологію когнітивного моделювання зрозуміють, що співрозмовник не бреше про свої вміння. Неупередженість при прийомі на роботу: В області підбору персоналу багато рішень приймаються інтуїтивно. Одне дослідження показало, що більшість менеджерів з підбору персоналу роблять висновок про кандидата протягом перших 60 секунд зустрічі, найчастіше виходячи з зовнішнього вигляду, рукоштовпання, наряду або мови кандидата. Чи знаємо ми, які особливості, досвід, освіту і індивідуальні риси характеру гарантують успіх у виконанні тієї чи іншої ролі? Ні, не знаємо. Менеджери і фахівці з управління персоналом витрачають мільярди доларів на розробку оцінок, тестів, симуляцій та ігор, які використовуються при наборі персоналу, проте багато хто стверджує, що незважаючи на це в 30–40% випадків кандидати підбираються невірно. Алгоритми, засновані на ШІ, можуть вивчати резюме, знаходити підходящих кандидатів всередині компаній, виявляти високоефективних співробітників і навіть давати розшифровку відеозапису співбесіди, допомагаючи нам вибрати фахівців, які, найімовірніше, виявляться найбільш успішними. Використовуючи оцінку на базі ШІ Pymetrics, побудовану на принципах Гейміфікація, для перевірки претендентів на вакансії в галузі маркетингу і продажів. Завдяки виключенню всіх помилок, що здійснюються в процесі проведення співбесід та розгляду «послужного списку» кандидатів, що допускаються в рамках поточного процесу, коефіцієнт успіху збільшився більш ніж на 30%. ШІ в області підбору персоналу має велике майбутнє [2]. Незважаючи на всі складності і ризики, потенціал просто неймовірний. Компанії витрачають 40–60% своєї виручки на виплату заробітної плати, і

велика частина цієї величезної суми – результат управлінських рішень, які приймаються тільки на основі інтуїції. Завдяки розвитку, підвищенню надійності і більшою орієнтованості кадрових систем III на рішення конкретних проблем ми побачимо серйозні поліпшення в частині продуктивності, ефективності та благополуччя працівників [3]. Варто лише проявити терпіння, пильність і бути готовими інвестувати в майбутнє.

Узагальнюючи розглянуте вище, можна узагальнити основні проблеми, що існують при програмуванні та застосуванні штучного інтелекту. Подання знань – розробка методів і прийомів для формалізації і подальшого введення в пам'ять інтелектуальної системи знань з різних проблемних областей, використання знань при вирішенні задач. Моделювання міркувань – вивчення різних схем людських умовиводів, які використовуються в процесі вирішення різноманітних завдань, створення ефективних програм для реалізації цих схем в обчислювальних машинах. Діалогові процедури спілкування природною мовою, що забезпечують контакт між інтелектуальною системою і людиною-фахівцем у процесі розв'язання задач. Планування доцільної діяльності – розробка методів побудови програм складної діяльності на підставі тих знань про проблемну область, які зберігаються в інтелектуальній системі. Навчання інтелектуальних систем в процесі їх діяльності, створення комплексу засобів для накопичення і узагальнення умінь і навичок, що накопичуються в таких системах. В практику людської діяльності інтелектуальні системи вже впроваджуються, і це має значні перспективи застосування.

Список використаних джерел

1. Управління організацією: використання технологій штучного інтелекту: веб-сайт. URL: <http://osvita.ua/vnz/reports/management/14612/> (дата звернення: 25.03.2021).
2. Штучний інтелект в HR: як технологія допомагає компаніям керувати персоналом: веб-сайт. URL: <https://www.everest.ua/shtuchnyj-intelekt-v-hr-yak-tehnologiya-dopomagaye-kompaniyam-keruvaty-personalom/> (дата звернення: 25.03.2021).
3. Штучний інтелект в сфері управління персоналом: справді «вау» додаток: веб-сайт. URL: https://www2.deloitte.com/ua/uk.html?icid=site_selector_ua (дата звернення: 25.03.2021).

ОСОБЛИВОСТІ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Хоменко М. Я.,

к.е.н., доцент Мізіна О. В.

ДВНЗ «Донецький національний технічний університет»

(м. Покровськ, Україна)

Останнім часом у діяльності багатьох українських підприємств все частіше спостерігається виникнення кризових явищ. Їх появі можуть сприяти як зовнішні фактори, що пов'язані із нестабільністю середовища, в якому функціонують підприємства, інфляційними процесами, що відбуваються в країні, великим рівнем конкуренції у межах конкретної галузі, так і внутрішні чинники, такі як неефективний менеджмент, низька продуктивність праці, відсутність впровадження інноваційних технологій у виробництво тощо. Оскільки кризи можуть мати вкрай негативні наслідки для подальшої діяльності підприємства, актуальною проблемою залишається пошук ефективних шляхів запобігання виникненню кризи та її подальшого поглиблення.

Вивченням проблеми антикризового управління займалися І. О. Бланк, Л. О. Лігоненко, О. О. Терещенко, З. Є. Шершньова та ін. Однак, попри велику кількість наукових досліджень, питання антикризового управління залишається недостатньо вивченим та потребує подальшого розгляду.

Метою статті є дослідження особливостей антикризового управління та обґрунтування його ролі в діяльності сучасних підприємств.

Під антикризовим управлінням розуміють систему управлінських дій, спрямованих на запобігання виникненню кризових явищ, нейтралізацію їх перших симптомів, усунення факторів, що спричинили їх появу та зменшення негативних наслідків кризи для підприємства. Його головною метою є забезпечення стійкого фінансового становища організації [1].

Взагалі кризи є об'єктивним явищем, які обумовлені періодичним (циклічним) відхиленням від рівноважного перебігу відтворювального процесу

у функціонуванні економічних систем. Це переломні етапи у функціонуванні систем, які потребують якісно нового реагування та можуть відкрити можливості для якісно нового розвитку. Невизнання об'єктивного характеру кризи може привести до відмови від необхідності враховувати можливість кризи, а це посилює погрозу руйнування економічної системи, в чому як раз і полягає основна особливість кризи.

Поняття кризи стосується не лише процесів макроекономічного розвитку, як вважалось досить тривалий час раніше, кожна організація (підприємство) також підкоряється закономірностям циклічного розвитку соціально-економічної системи в цілому, але, до того ж, має власні цикли та, відповідно, кризовий розвиток. Саме управління цим розвитком та життєвим циклом підприємства потребує вивчення процесів, що впливають на нього. Необхідно визначати, які чинники обумовлюють відповідно негативні та позитивні тенденції розвитку, які з них є керованими, а за наслідками яких слід передбачати своєчасні дії, спрямовані на зменшення або нейтралізацію негативного впливу.

Тому, серед основних завдань, на вирішення яких спрямоване антикризове управління підприємством можна виділити наступні:

- проведення діагностики підприємства, що перебуває в передкризовому стані, з метою своєчасного виявлення ознак можливої кризи;
- з'ясування причин, що спричинили виникнення кризового явища;
- моніторинг зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства;
- усунення неплатоспроможності підприємства та уникнення настання банкрутства;
- забезпечення виходу підприємства із кризового стану з мінімальними втратами та негативними наслідками [2].

Враховуючи вищезазначені завдання, можна виділити основні принципи, на яких базується система антикризового управління підприємством (рис. 1) [3].



Рисунок 1 – Основні принципи антикризового управління підприємством

Застосування даних принципів дозволяє провести діагностику кризи на початкових етапах її прояву, визначити фактори, що спричинили її появу та ступінь небезпеки, якої вона може завдати підприємству, своєчасно припинити її розвиток за допомогою використання відповідних інструментів антикризового управління, а у випадку її поглиблення – підтримувати фінансову рівновагу організації.

Слід зауважити, що антикризове управління дещо відрізняється від звичайного управління підприємством. Це зумовлено, перш за все, тим, що звичайне управління націлене на підвищення ефективності діяльності підприємства та максимізацію прибутку, у той час як основною метою антикризового управління є забезпечення стійкого положення фірми на ринку у відповідь на будь-які зміни, що відбуваються у зовнішньому середовищі.

Зважаючи на це, можна виокремити деякі особливості антикризового управління, а саме:

- здійснення управлінської діяльності в умовах непередбачуваності ситуації, дефіциту часу та обмеженої кількості інформації;
- завчасна підготовка до настання можливої кризової ситуації;
- швидка реакція на зміни,
- творчий підхід до розв'язання проблем, що обумовлений недостатністю виключно орієнтації на минулий досвід;
- обережність у прийнятті рішень з метою уникнення помилок;
- раціональне використання ресурсів підприємства, зважаючи на їх обмеженість внаслідок розвитку кризового процесу;
- розробка заходів щодо подолання кризових ситуацій, що мають забезпечити мінімальні втрати для підприємства.

Таким чином, можна зробити висновок, що антикризове управління відіграє важливу роль у діяльності сучасних підприємств, адже дозволяє діагностувати кризу на перших етапах її прояву та своєчасно нейтралізувати її, зберігаючи при цьому фінансову рівновагу підприємства і його конкурентоспроможність.

Варто зазначити, що великий вплив на ефективність антикризового управління здійснює рівень професіоналізму менеджера, його особисті якості, знання, навички та досвід. Саме від якості прийнятих рішень, запропонованих заходів та його вміння заохотити працівників до злагодженої роботи й підвищити їх зацікавленість у подоланні наявної проблеми, буде залежати швидкість виходу підприємства із кризового стану, його подальше функціонування та розвиток.

Список використаних джерел

1. Іванюта С. М. Антикризове управління. Навчальний посібник. Київ: Центр учбової літератури, 2007. 288 с.
2. Шапунова О. О. Політика антикризового управління при загрозі банкрутства. *Актуальні проблеми економіки: науково-економічний журнал*. 2008. №8. С. 147–153.
3. Шапунова О. О. Сутність, завдання та принципи антикризового управління. *Держава та регіони. Економіка та підприємництво*. 2009. № 1. С. 228–232.

СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ ВУГІЛЬНОЇ ГАЛУЗІ В УМОВАХ ДЕКАРБОНІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Хохленко Д. С.,

к.е.н. Василюшина Л. М.

ДВНЗ «Донецький національний технічний університет»

(м. Покровськ, Україна)

Системний аналіз діяльності вугільних підприємств України свідчить про збитковість і неефективність більшості з них. Інтеграція в економічний європейський простір вимагає від керівництва держави негайних і рішучих дій щодо вирішення зазначеної проблеми. Чисельні дослідження доводять, що на сучасному етапі для України є досить важливим досвід країн ЄС у сфері реформування неприбуткових вугільних підприємств.

У зв'язку з цим на урядовому рівні розробляється Концепція та Державна програма трансформації вугільних регіонів, в яких розглядаються варіанти поступової відмови від використання вугілля у майбутній перспективі. При цьому розглядаються декілька сценаріїв розвитку вугільної галузі. Відповідно до першого сценарію передбачається відмова від вугілля до 2040 р.

Даний сценарій може бути цілком реалістичним, якщо Україні буде надано міжнародну фінансову підтримку для реалізації процедури закриття (фізичної ліквідації) вугільних підприємств, внаслідок чого відбудеться інтеграція з європейськими енергетичними ринками і реалізація інвестиційних проєктів щодо заміщення вугільної теплової енергетики альтернативними потужностями – генерацією енергії вітру чи сонця. Розглядається також і песимістичний сценарій, відповідно до якого відмова від вугілля повинна здійснитися до 2070 р. [1].

Концептуальні засади стратегічного розвитку вугільної галузі, представлені Міністерством енергетики України, передбачають комбіноване реформування, зокрема шляхом розподілу державних шахт на три категорії,

відповідно до цього кожна категорія вугільних підприємств буде мати свій напрямок стратегічного розвитку [2].

Вугільні підприємства, які увійдуть до першої категорії, стануть ресурсною базою для ПАТ «Центренерго», з можливим подальшим створенням вертикально інтегрованої компанії. Вугільні підприємства другої категорії матимуть «подвійне» призначення, тобто дана категорія включатиме шахти, що видобуватимуть як енергетичне, так і коксівне вугілля. Вугільні підприємства третьої категорії також отримають «шанс на друге» життя», але за умови їх приватизації як цілісних майнових комплексів, що передбачає навіть можливість диверсифікації господарської діяльності [2].

З метою втілення вищезазначеної стратегії розвитку вугільної галузі в найближчі терміни передбачається залучити на допомогу Німеччину для реалізації пілотних проектів по трансформації вугільних регіонів. При цьому для пілотного проекту може бути обрано відразу дві шахти – на сході і заході країни. Вибір підприємств для пілотного проекту планується здійснити за задалегідь встановленими критеріями, що допоможуть вирішити соціально-економічні проблеми, зокрема, сприяти професійній переорієнтації працівників обраних вугільних підприємств [3].

Паралельно з урядовими ініціативами фахівці експертно-аналітичного центру з питань регуляторної політики в Україні «Офіс ефективного регулювання (BRDO)» провели системний аналіз вугільної галузі і дійшли до висновку, що чинне регулювання не створює необхідних умов для розвитку і реструктуризації галузі, не пропонує можливостей для заміщення вугілля іншими енергоресурсами, а з 88 галузевих регулятивних нормативно-правових актів кожен п'ятий має ознаки незаконності або неактуальності [4].

«З метою забезпечення енергетичної незалежності України потрібно кардинально міняти підходи і реструктурувати вугільну галузь, зараз вона вмирає і не здатна не тільки забезпечити внутрішні потреби у вугіллі, а й вимагає величезних державних дотацій.

Крім того, вуглевидобувні підприємства мають значний негативний вплив на екологію. Декарбонізація і екологізація виробництва повинні бути предметом особливої уваги держави» – зазначається у звітах сектору «Енергетика» BRDO [5].

Дефіцит вугілля власного видобутку і хронічну збитковість галузі експерти пояснюють тим, що на балансі держави залишилися, в основному, неприбуткові шахти з високою собівартістю видобутку вугілля.

При цьому недостатні обсяги капіталовкладень в нове будівництво і оновлення основних фондів таких підприємств не дозволяють модернізувати виробництво і створюють додаткові експлуатаційні та небезпечні проблеми. Майже 96 % українських шахт працюють без належної реконструкції понад 20 років, а 2/3 наявного обладнання відпрацювали свій термін експлуатації [4].

Ще один пласт проблем – відсутність дієвих регуляторних рішень, зокрема фіскальних, для запобігання подальшого негативного впливу на навколишнє середовище вугільних підприємств. Зараз ставка рентної плати на вугілля у 20 разів нижче рівня ставки на видобуток природного газу, а екологічний податок взагалі не поширюється на гравців вугільного ринку.

Окремим проблемним аспектом сфери є високий рівень концентрації ринку. За даними аналітиків, більше 80 % ринку вуглевидобутку зараз контролюється приватною компанією ДТЕК Енерго [5].

Це дало підстави запропонувати два сценарії подальшого розвитку вугільної галузі: чи продовження поточної неефективної політики з поглибленням проблем галузі та збільшенням дотацій на неї; або введення « нової енергетики » – більш конструктивного підходу, що передбачає визначення нових коротко- і довгострокових цілей в галузі і вироблення дорожньої карти по їх досягненню.

У зв'язку з цим, необхідними кроками для системних змін у вугільній галузі є наступні:

1. Приватизація активів державних вугільних підприємств і залучення інвесторів до їх реструктуризації і модернізації.

2. Ліквідація збиткових шахт із забезпеченням соціального захисту працівників.

3. Посилення антимонопольного законодавства з метою збереження балансу впливів на ринку і створення умов для конкурентного ціноутворення.

4. Скасування податкових преференцій і приведення рентної плати у відповідність з рентою на видобуток газу.

5. Встановлення податків і зборів за викиди шкідливих речовин, вилучення породи на поверхню, а також штрафів за загоряння відвалів, що допоможе зменшити негативний вплив вугледобувних підприємств на екологію [4].

Крім того, на думку експертів BRDO, у довгостроковій перспективі важливим завданням Уряду країни є переведення економіки на рейки низьковуглецевого розвитку. З цією метою необхідно розробити Концепцію декарбонізації економіки України, з цільовими показниками по поступовому скороченню використання вугілля для виробництва енергії. Поступова відмова від вугільних ТЕЦ і ТЕС, збільшення частки альтернативних джерел енергії в електроенергетиці до 25 % до 2035 року і імплементація європейського законодавства в сферах енергоефективності та захисту клімату – саме ці кроки дозволять зменшити шкідливі викиди, захисту навколишнього середовища і здоров'я громадян, а також знизити енергетичну залежність держави [5].

На тлі вищевказаних проблем у шахтарських містах Донеччини пройшла акція для залучення уваги до проблем регіону. Громадські працівники хотіли показати процес перетворення українського Донбасу з вугільного регіону в територію нової економічної та цивілізаційної реальності. Так, чотири дні в містах Покровськ, Вугледар, Селидове, Добропілля, Білозерське, Мирноград, Торезьку проходила арт-акція «Моноліт». Активісти на деякий час встановлювали в цих містах незвичайну металеву конструкцію, що символізує перехід регіону від вугілля до інших областей [6].

Раніше такий же об'єкт був встановлений в пустелі штату Юта арт-групою The most famous artist з Нью-Мексико. Моноліт загадково з'явився і так само загадково зник. Таку ж концепцію взяли за основу організатори арт-акції

«Моноліт». Організатори пояснили, що акція була створена для того, щоб привернути увагу до проблем шахтарських міст, з питань трансформації яких вже три роки проходять консультації, розробляються проєктні пропозиції. Сім європейських країн відмовилися від вугілля. В Україні планується суттєво скоротити використання вугілля до 2050 року в тепловій генерації [6].

Проте, доцільно відзначити, що відмовлятися від вугілля і здійснювати процес закриття шахт потрібно поетапно з визначенням пріоритетності місць, щоб прийти до розвитку інших галузей економіки. Вже зараз розробляються підходи щодо диверсифікації місцевих економік для створення нових робочих місць, проводиться оцінка та сегментація трудових ресурсів.

Здійснюючи трансформацію вугільних регіонів дуже важливо враховувати людський ресурс і забезпечити соціальний захист працівникам шахт. Іншими словами, стратегія розвитку вугільної галузі України, повинна в першу чергу створити гідні соціальні гарантії для людей. Таким чином, залишається лише виразити сподівання, що задекларована стратегія на цей раз буде ефективною, створить реальні передумови для соціально-економічного розвитку вугільних регіонів, так як попередні спроби здійснити реформування вугільної галузі за роки незалежності не привели до позитивного результату, а лише загострили існуючі проблеми.

Список використаних джерел

1. Витренко Ю. Угольная отрасль не просто убыточна, она неэффективна. URL: <https://oilpoint.com.ua/ugolnaya-otrasl-ne-prosto-ubytochna-ona-neeffektyvna-vytrenko/>.
2. Третий сорт не брак – Минэнерго реформирует шахты по категориям. URL: <https://oilpoint.com.ua/reforma-ugolnoj-otrasly-mynenergo-razdelylo-shahty-na-try-sorta/>.
3. Буславец О. Немцы помогут Украине реформировать угольную отрасль. URL: <https://oilpoint.com.ua/nemczy-pomogut-ukraine-reformirovat-ugolnuyu-otrasl-buslavec/>.
4. Аналитики предложили варианты изменения угольной отрасли. URL: <https://kosatka.media/category/ugol/news/analitiki-predlozhili-varianty-izmeneniya-ugolnoy-otrasli>.
5. Зоркін А., Кикоть К., Москаленко Ю., Регелюк С. Зелена книга: регулювання ринку вугілля. Київ, 2019. 73 с.
6. В шахтерских городах Донетчины установили необычный монолит. URL: https://zi.ua/news/v-shakhterskikh-gorodakh-donetchiny-ustanovili-neobychnyy-monolit_161993/.

**МЕТОДИКА ОЦІНКИ ВАРТОСТІ ДЕРЖАВНОГО
ВУГІЛЬНОДОБУВНОГО ПІДПРИЄМСТВА
В УМОВАХ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ СТАБІЛІЗАЦІЇ**

Швед С. М.,

к.е.н., доцент Мирошніченко Г. Б.

ДВНЗ «Донецький національний технічний університет»

(м. Покровськ, Україна)

На сучасному етапі розвитку суспільства одним з головних гальм збалансованого розвитку є глобальна енергетична криза, яка тісно пов'язана з фінансовою. В умовах світової пандемії наслідки енергетичної кризи відображаються у всіх галузях економіки. Для України вугільна промисловість є стратегічної галуззю в досягненні енергетичної безпеки. Цілком зрозуміло, що в сучасних умовах стабільна та прибуткова робота вугільної галузі є першочерговим завданням для можливості сталого забезпечення енергогенеруючих підприємств вугільною продукцією вітчизняного виробництва та відновлення роботи вугільних шахт, які зараз перебувають у простой. У сучасних умовах найбільш незахищеними підприємствами вугільної галузі стали державні шахти. В Україні з усіх діючих державних шахт тільки 4 являються прибутковими. Виявлені проблеми в діяльності збиткових підприємств вугільної промисловості необхідно вирішувати за допомогою ефективних стратегій власного розвитку цих підприємств.

Як показник ефективності діяльності вугільного підприємства доцільно використовувати приріст вартості бізнесу, зумовлений впровадженням антикризових заходів на підприємстві.

Обсяги інформації про впровадження антикризових заходів повинні оцінювати діяльність органів і належним чином враховувати ті ресурси, які будуть витрачатися для досягнення цих заходів.

Загальноприйняте, що оцінку бізнесу проводити з позиції трьох підходів: дохідного, витратного і порівняльного. При оцінці з позиції дохідного підходу,

особлива увага приділяється доходу як основному фактору, що визначає величину вартості об'єкта. Але для підприємств вугільнодобувної промисловості застосування виключно дохідного підходу може спотворювати оцінку, тому що найчастіше ці підприємства є містоутворюючими, тому в оцінку бізнесу вугледобувного підприємства необхідно вкладати і соціальну складову. Завдання оцінки вартості підприємства вирішується за допомогою багатокритеріальних методів прийняття рішень [1]. Запропонований метод оцінки бізнесу передбачає визначення вартості підприємства за формулою [1] оптимізації функції вартості:

$$f(I, S^2, S^3, S^4) \rightarrow \min, \quad (1)$$

де I – оцінка вартості підприємства, S^2 – вартість підприємства за доходним підходом, грн., S^3 – вартість підприємства за витратним підходом, грн., S^4 – вартість підприємства за порівняльним підходом, грн.

При цьому функція (1) є багатofакторна залежність виду:

$$f(I, S^2, S^3, S^4) = f((I - S^2), (I - S^3), (I - S^4)), \quad (2)$$

Відповідно визначення вартості підприємства зводиться до мінімізації значення (1) за умови $I \geq 0$. Модифікуємо функцію (2) за допомогою введення скалярних коефіцієнтів:

$$f(I, S^2, S^3, S^4) = \lambda_1 (I - S^2)^2 + \lambda_2 (I - S^3)^2 + \lambda_3 (I - S^4)^2, \quad (3)$$

де $\lambda_1, \lambda_2, \lambda_3$ – скалярні коефіцієнти кожної складової функції.

Таким чином, потрібно визначити:

$$\lambda_1 + \lambda_2 + \lambda_3 = 1. \quad (4)$$

Знаходження скалярних коефіцієнтів проводиться методом аналізу ієрархій (MAI).

$$\begin{bmatrix} \lambda_1 \\ \lambda_2 \\ \lambda_3 \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} m(M1N1)m(M2N1)m(MnN1) \\ m(M1N2)m(M2N2)m(MnN2) \\ m(M1N3)m(M2N3)m(MnN3) \end{bmatrix} * \begin{bmatrix} m(KL1M1) \\ m(KL1M2) \\ m(KL3Mn) \end{bmatrix}, \quad (5)$$

де K – діяльність шахти, L_1 – результат виробничої діяльності шахти, L_2 – результати інвестиційної діяльності шахти, L_3 – результат фінансової діяльності, M_1 – чистий прибуток, M_2 – амортизація, M_3 – оборотні активи, M_4 – кредиторська заборгованість, M_5 – основні засоби, M_6 – власний капітал, M_7 – дебіторська заборгованість.

На рис. 1 наведена ієрархічна структурна схема пріоритетів впливу показників фінансово-господарської діяльності шахти на скалярні коефіцієнти $\lambda_1, \lambda_2, \lambda_3$.

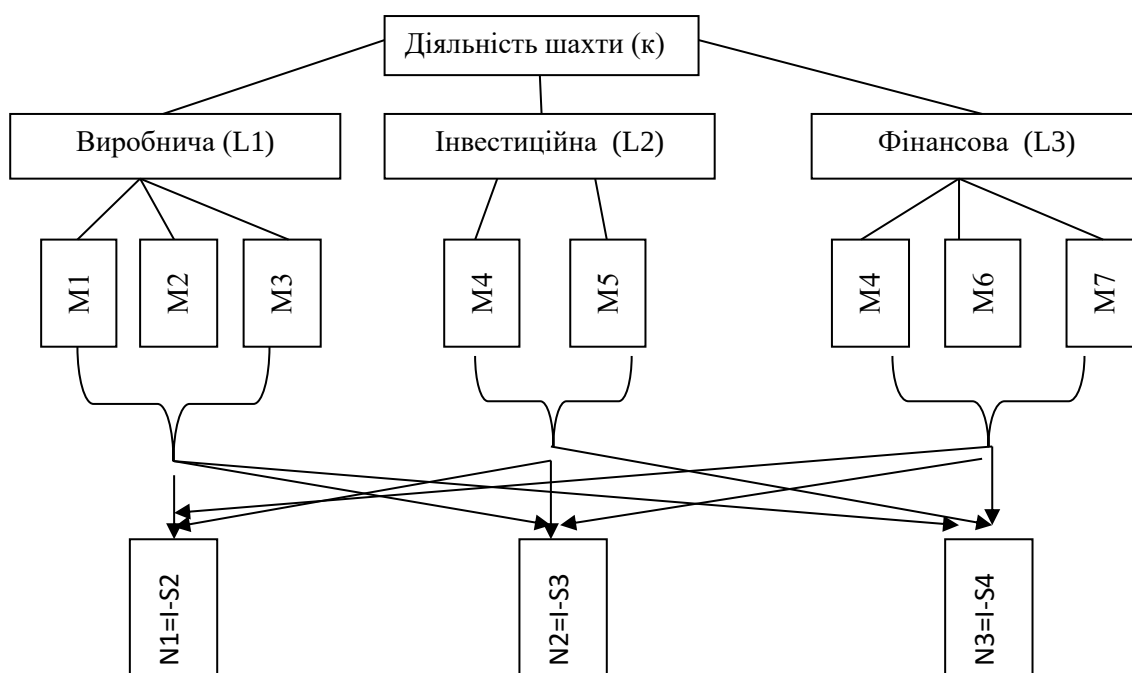


Рисунок 1 – Схема пріоритетів впливу показників фінансово-господарської діяльності шахти на скалярні коефіцієнти

Запропонована методика оцінки вартості бізнесу підприємства дозволить після визначення скалярних коефіцієнтів визначити пріоритетні антикризові заходи на підприємстві, що підвищать вартість підприємства та у подальшому дозволять стабілізувати його фінансово-економічну діяльність.

Список використаних джерел

1. Комиссарова М. А. Повышение экономической эффективности производственной деятельности угледобывающих предприятий на основе их реструктуризации. Автореф. к.е.н. Ростовский экономический университет. Ростов-на-Дону. 2003. 24 с.

ІНТЕГРОВАНІ СИСТЕМИ МЕНЕДЖМЕНТУ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

Шепелєва К. Є.,

к.е.н., доцент Ляшок Н. Ю.

ДВНЗ «Донецький національний технічний університет»

(м. Покровськ, Україна)

У сучасних умовах актуальними проблемами промислових підприємств України є зміни умов зовнішнього середовища, наявність обмежень за всіма видами ресурсів, необхідність підвищення якості продукції. З'являється необхідність скорочення вартості виробленої продукції, зниження операційних витрат, забезпечення заданого рівня надійності, підвищення результативності діяльності при одночасному задоволенні вимог усіх зацікавлених сторін (акціонерів, споживачів, органів державної влади). Все це зумовлює безперервний пошук нових підходів до підвищення ефективності управління. Основною умовою успішного функціонування підприємств є створення і впровадження інтегрованої системи менеджменту, яка об'єднує в єдине ціле всі взаємопов'язані і взаємодіючі процеси діяльності, що спрямовують роботу всіх підсистем на отримання прибутку завдяки задоволенню потреб споживачів. В теперішній час розроблені міжнародні стандарти відповідних систем менеджменту, які відповідають основним функціональним напрямкам діяльності та сфер управління організацією. Найбільш широкого поширення набули стандартизовані підходи до створення систем менеджменту якості, екологічного менеджменту, професійної безпеки та охорони праці, на відповідність яким організації можуть сертифікуватися.

Українські промислові підприємства також досягли певних успіхів в напрямку впровадження та сертифікації вищеназваних систем менеджменту. У той же час впровадження та функціонування в компанії таких функціонально відокремлених систем природним чином ставить завдання їх узгодження,

взаємної ув'язки, координації, тобто їх інтеграції. До числа переваг, які можуть бути отримані від інтеграції систем менеджменту, відносять такі [1]:

- комплексне планування розвитку організації з урахуванням вимог зацікавлених сторін (акціонерів, інвесторів, споживачів, персоналу, суспільства);

- поліпшення взаємовідносин із зацікавленими сторонами та зростання ділової репутації;

- зменшення конфлікту між системами, перш за все, це стосується ресурсів. та більш ефективного їх розподілу на основі аналізу ефективності, витрат та ризику планованих заходів;

- застосування єдиного підходу до управління різними напрямками діяльності організації, розглянутими в рамках інтегрованої системи менеджменту та пов'язаними з ними ризиками;

- використання перспективних можливостей для удосконалення діяльності;

- підвищення якості інформації для прийняття рішень;

- економія ресурсів, в тому числі зниження витрат на впровадження, сертифікацію та підтримку інтегрованої системи менеджменту в порівнянні з впровадженням кількох систем менеджменту;

- скорочення кількості процедур та процесів порівняно зі спільною кількістю створених окремих систем менеджменту;

- зменшення дублювання та бюрократії;

- скорочення кількості перевірок, підвищення та їх результативності;

- підвищення результативності та ефективності в результаті комплексних заходів з управління процесами;

- мінімізація функціональних бар'єрів та роз'єднаності персоналу в організації, які виникають внаслідок розробки окремих систем менеджменту та спрямованість на забезпечення цілей підприємства.

Підкреслимо, що інтеграція систем менеджменту здійснюється з метою одержання переваг згідно з потребами організації щодо оптимізації її внутрішнього середовища, які мають бути отримані за дотримання вимог

міжнародних стандартів. Приймати рішення щодо створення інтегрованої системи менеджменту на промислових підприємства доцільно на основі оцінки системи управління організацією, виходячи з її поточного стану, на основі аналізу і виявлення в ній проблем, можливостей їх вирішення та досягнення певних результатів з її покращення. Для виявлення проблем, на вирішення яких буде спрямована інтеграція, можуть бути використані SWOT-аналіз, GAP-аналіз та інші інструменти. На сьогоднішній день єдиної загальновизнаної моделі інтегрованої системи менеджменту, також як і єдиного підходу до інтеграції систем менеджменту, не вироблено. А також міжнародною організацією зі стандартизації (ISO) не розроблений стандарт, який встановлює вимоги щодо інтегрованої системи менеджменту. На теперішній час найбільшу популярність та поширення з інтеграції систем менеджменту на цей час отримали такі документи, як: AS / NZS 4581: 1999 року «Інтегровані системи менеджменту – керівництво для бізнесу, урядових і громадських організацій» [2], PAS 99: 2006 «Технічна специфікація загальних вимог до систем менеджменту як основи для інтеграції» [3].

Разом з тим, у літературі, пов'язаної з цією темою, розглядаються інші моделі інтегрованої системи менеджменту. У світі існують три способи інтеграції систем менеджменту підприємств: додавання (модель паралельних систем менеджменту), злиття (адитивна модель) та інтеграція (модель одночасного інтегрування). Незважаючи на незаперечні переваги, спосіб створення повністю інтегрованих моделей застосовується не завжди.

В якості основи для створення інтегрованої системи менеджменту пропонуються схожі моделі, які пов'язані із застосуванням процесного та системного підходів, «PDCA» та постійного удосконалення. В цілому підхід до інтеграції, який використовується в PAS 99, зводиться до виконання наступних необхідних умов:

- інтегрований підхід до визначення цілей;
- інтегрований підхід до управління на основі оцінки пріоритетності ризику для бізнесу;

- інтегрований підхід до процесів системи менеджменту;
- інтеграція документації, включаючи раціональний розподіл управлінських та операційних процедур;
- інтегрований підхід до внутрішнього аудиту;
- інтегрований підхід до механізмів поліпшення (коригувальних та запобіжних дій, вимірюванню, постійного вдосконалення);
- аналіз з боку керівництва, яке розглядає загальні цілі та плани бізнесу;
- уніфікація менеджменту та відповідне представництво.

Створення інтегрованої системи менеджменту та забезпечення переваг від інтеграції може бути досягнуто в результаті застосування інтеграційних підходів, які дозволяють забезпечити об'єднання, спільне результативне та ефективне використання систем менеджменту, які включають:

- «PDCA» – підхід;
- процесний і системний підходи;
- підхід, який заснований на управлінні ризиками.

Отже, зміст створення інтегрованої системи менеджменту полягає як мінімум у забезпеченні цілеспрямованої діяльності та несуперечності прийнятих рішень, встановлення цілей для окремих систем менеджменту, а також уникнення дублювання дій, відповідальності, реєстрації даних, поліпшення обміну інформацією між співробітниками, підрозділами та з зацікавленими сторонами, включаючи контрагентів. Впровадження інтегрованої системи менеджменту сприятиме економії ресурсів всіх видів, підвищенню конкурентоспроможності продукції та організації в цілому.

Список використаних джерел

1. Марциновский Д. А., Владимирцев А. В., Марциновский О. А. Руководство по интеграции систем менеджмента 2018. Санкт-Петербург.
2. AS/NZS 4581:1999. Management System Integration – Guidance to Business, Government and Community Organizations. Australia, Homebush: Standards Australia, 1999.
3. PAS 99:2006. Specification of common management system requirements as a framework for integration. London: The British Standards Institution, 2006.

ПАРАДИГМА РОЗВИТКУ ЛІДЕРСЬКОГО ПОТЕНЦІАЛУ В УМОВАХ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ

викладач Шляхтіна Г. В.

Інститут вищої кваліфікації

Київського національного торговельно-економічного університету

(м. Київ, Україна)

Наукові дослідження кінця XX – початку XXI ст. у галузі публічного управління засвідчують формування нової управлінської парадигми – лідерства, яка проявляється через утвердження нових організаційних структур, моделей поведінки, процедур, компетентностей, принципів і цінностей як основи управлінської діяльності [1, с. 9].

Світова економіка входить до постіндустріальної епохи глобалізації та інформатизації, розвитку інтелектуальних технологій, креативних напрямів використання людських ресурсів.

Однак, останні два роки лідери всього світу зіткнулися з викликами, які поставив перед суспільством COVID-19, і який не ділив підприємства, установи і організації на державні та бізнес-структури.

Тому за умов сьогоденних непередбачуваних соціально-економічних змін держави потребують саме лідерів, які здатні приймати складні рішення за мінливих і неочікуваних обставин. Щоб успішно долати періоди невизначеності та привести свою команду до успіху, їм потрібно бути гнучкими, проактивними і, що, можливо, найголовніше, стійкими, чи іншими словами, резильєнтними.

Тому, що саме здатність людини або системи зберігати стійкість під впливом зовнішніх і внутрішніх загроз, впоратися зі складними подіями та відновлюватися після труднощів, не втрачаючи темпів розвитку, стає за сучасних умов популярним брендом серед організацій різних форм власності, а також вирішальною конкурентною перевагою за умов соціально-економічних трансформацій нашого суспільства.

Сучасні світові системи потребують появи управлінців нового покоління, керівників високопрофесійних та компетентних, креативних і творчих з розвиненими лідерськими якостями, з новим мисленням і знаннями, уміннями і навичками, з високим ступенем відповідальності перед громадянським суспільством, стійких до неочікуваних викликів [2, с. 82–87].

Тому урядова політика розвинених країн світу та країн, що розвиваються, спрямована на розвиток саме такого лідерства в публічному (державній службі) та приватному секторах для збільшення власної конкурентоспроможності на міжнародній арені.

Лідерство є основою належного демократичного врядування, сучасною концепцією управління. На сьогодні воно визначається як ключовий фактор, що забезпечує та гарантує успішність, ефективність діяльності всіх організацій. [3, с. 7]

Місце держави у відповідних міжнародних рейтингах є індикатором ефективності її системи державного управління, а також показником якості й ефективності виконання своїх завдань саме лідерами установ і організацій, які знаходяться на ключових посадах.

Згідно з показниками Індексу глобальної конкурентоспроможності, який розраховується відповідно до методики Всесвітнього економічного форуму (ВЕФ), Україна у 2019 році посіла 85 місце серед 141 держави світу, знизивши свої позиції у порівнянні з попереднім роком на 2 кроки [4, с. 68].

Однак, відповідно до Світового атласу даних (світові рейтинги) за 2020 рік наша держава посіла: у категорії «рівень економічної свободи» 133 місце зі 179 країн (покрапивши свій результат за 2019-2020 роки на 15 позицій), 95 місце в категорії «Political rights index» (покрапивши свій результат за відповідні роки на 8 позицій), 92 місце в категорії «Індекс процвітання LEGATUM» (покрапивши свій результат за вищезгадані роки на 7 позицій) [5].

У рейтингу Світового банку «Ведення бізнесу» Україна з'явилася 2003 року на 152 позиції. За вісімнадцять останніх років наша держава покращила свою позицію більш ніж у 2 рази і посіла 64 місце у 2020 році [6].

Покращення місця України у вищезазначених рейтингах свідчить про успішність реалізації Стратегії реформування державного управління України на період до 2021 року [7].

Крім того, зазначена Стратегія узгоджується з положеннями такого стратегічного документу як План заходів щодо дерегуляції господарської діяльності, затвердженого розпорядженням Кабінету Міністрів України від 23 серпня 2016 р. № 615, та Планом дій щодо імплементації кращих практик якісного та ефективного регулювання, відображених Групою Світового банку у методології рейтингу «Ведення бізнесу», затвердженим розпорядженням Кабінету Міністрів України від 16 грудня 2015 р. № 1406.

У 2019 році були напрацьовані та діють на сьогодні Рекомендації Організації економічного співробітництва та розвитку з питань лідерства та спроможності державної служби (ОЕСР). Саме вони визначають, яким чином країни можуть забезпечити, щоб їхні державні служби були здатні вивести державний сектор у майбутнє та відповідали цілям сьогоденних соціально-економічних і політичних викликів. Рекомендації включають загальноприйняті принципи, які розроблено Робочою групою з питань державної зайнятості та менеджменту ОЕСР [8].

До ключових компетентностей лідерів у країнах ЄС відносять інноваційність, доброчесність, відкритість до нових ідей, орієнтацію на результат, розвиток мереж та ведення переговорів, організаційні навички, соціальні навички, комунікаційні навички, володіння знаннями (що включають знання на рівні ЄС та на рівні країн членів).

Одним із зобов'язань, яке взяла на себе Україна відповідно до Угоди про асоціацію між Україною та ЄС, є подальше удосконалення відповідно до стандартів ЄС системи підготовки та підвищення кваліфікації фахівців. Тобто оволодіння державними службовцями та посадовими особами місцевого самоврядування новими професійними компетентностями, європейським досвідом реформування адміністративного управління та державної служби, інструментами досягнення комплексності і системності в управлінні, досвідом

попередження соціальних, політичних, економічних конфліктів та ризиків. Саме керівники, яким властиві відповідні навички та знання для виконання завдань з реалізації державної політики можуть забезпечувати проведення євроінтеграційних реформ та ефективне управління змінами.

Зважаючи на вказане, саме політична воля і лідерство є вирішальними факторами для успішного планування та проведення реформи державного управління, що відбувається на тлі соціально-економічних трансформацій.

Таким чином, в Україні розвиток лідерства важливо розглядати в контексті підтримки та визнання державної служби як конкурентоспроможного інституту, який може утримати та привернути кваліфікованих працівників, найкращі кадри, які забезпечать достойне місце Україні у відповідних міжнародних рейтингах.

Список використаних джерел

1. Калашнікова С. Розвиток лідерського потенціалу сучасного університету: основи та інструменти: навч. посіб. Київ: ДП «НВЦ «Пріоритети», 2016. 36 с.
2. Якобчук В. П., Войтенко А. Б., Мороз Д. П. Ефективне лідерство як кадровий ресурс публічного управління. *Інвестиції: практика та досвід*. 2021. № 2. С. 82–87.
3. Детермінанти розвитку публічного управління та адміністрування в Україні: колективна монографія / за заг. ред. Н. С. Орлової. Київ: ВД «Освіта України», 2020. 262 с.
4. The Global Competitiveness Report Special Edition 2020: How Countries are Performing on the Road to Recovery. URL: http://www3.weforum.org/docs/WEF_TheGlobalCompetitivenessReport2020.pdf.
5. Світовий атлас даних. Україна. Світові рейтинги. URL: <https://knoema.ru/atlas/ranks>.
6. Аналітичний огляд “Місце України у рейтингу світового банку “Doing Business”. URL: <https://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=9cd60d26-fa44-481c-bb2a-1b28c713081f&title=AnalitichniiOgliadmistseUkrainiUReitinguSvitovogoBankudoingBusiness>.
7. Стратегія реформування державного управління України на період до 2021 року: розпорядження Кабінету Міністрів України від 24.06.2016 р. № 474 URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1556-18>.
8. OECD Flyer on Recommendation on Public Service Leadership and Capability. OECD. URL: <http://www.oecd.org/gov/pem/recommendation-public-service-leadership-and-capability-2019.pdf>.

АУТ-ТЕХНОЛОГІЇ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА

Яворський В. А.,

к.е.н., доцент Базалійська Н. П.

Хмельницький національний університет

(м. Хмельницький, Україна)

Система управління персоналом на сучасному підприємстві, незалежно від форми власності, є наймогутнішим інструментом забезпечення конкурентоспроможності й розвитку. Тому виникає необхідність у підвищенні ефективності системи управління персоналом з урахуванням вимог ринкової економіки. Управління підприємством, яке працює в ринкових умовах, висуває високі вимоги до професіоналізму управлінського персоналу. Проблема управління персоналом на підприємстві є ключовим моментом перебудови всієї системи управління.

Застосування інноваційних технологій управління персоналом в умовах ринкового господарювання суттєво впливає на забезпечення конкурентоспроможності підприємств та створення конкурентних переваг за рахунок раціонального використання інтелектуальних ресурсів і трудового потенціалу працівників.

Сучасна система управління персоналом, яка склалась на підприємстві під впливом запровадження прогресивних зарубіжних технологій управління персоналом та використання власного досвіду, включає такі підсистеми [1, с. 393-394]:

- підсистема загального та лінійного керівництва, що здійснює управління організацією в цілому, управління окремими функціональними та виробничими підрозділами.

- підсистема планування та маркетингу, що виконує розробку кадрової політики та стратегії управління персоналом, аналіз кадрового потенціалу, аналіз ринку праці;

- підсистема управління підбором та обліком персоналу. Здійснює організацію підбору персоналу, співбесіди, оцінки, відбору, переміщення, заохочення та звільнення персоналу, професійну орієнтацію;
- підсистема управління трудовими відносинами. Проводить аналіз та регулювання групових та особистісних взаємовідносин, відносин керівництва, управління виробничими конфліктами та стресами;
- підсистема забезпечення нормальних умов праці;
- підсистема управління розвитком персоналу. Здійснює навчання, перепідготовку та підвищення кваліфікації, адаптацію нових працівників, оцінку кандидатів на вакантну посаду, поточну періодичну оцінку кадрів;
- підсистема управління мотивацією поведінки персоналу виконує наступні функції: управління мотивацією трудової поведінки, нормування та тарифікація трудового процесу, розробка систем оплати праці;
- підсистема управління соціальним розвитком;
- підсистема розвитку організаційної структури управління;
- підсистема правового та інформаційного забезпечення системи управління персоналом.

Інноваційні технології в управлінні персоналом можна розглядати з двох позицій: як нові, що підвищують ефективність діяльності організації, прийоми управління людськими ресурсами, і як традиційні технології впровадження в кадрову роботу організації нововведень.

Під технологією управління персоналом розуміють сукупність прийомів, способів, форм і методів впливу на персонал у процесі його наймання, використання, розвитку та звільнення з метою отримання найкращих результатів трудової діяльності [2].

Основною метою управлінських персонал технологій є оптимізація та підвищення результативності управлінського процесу щодо роботи з персоналом, що досягається через пошук та застосування більш ефективних методів управління персоналом, які сприяють раціоналізації процесу управління шляхом виключення окремих видів діяльності чи операцій, зокрема

тих, які не є необхідними для досягнення поставленої мети та вирішення управлінських завдань.

Досить поширеними стають аут-технології, які у вітчизняній практиці визначаються як форма запозиченої праці. Запозичену працю трактують як форму тристоронніх відносин між найманим працівником; формальним працедавцем, з яким укладений трудовий договір та у штаті якого працівник перебуває; фактичним працедавцем, на користь якого працівник виконує трудові функції. Запозичена праця має як переваги, так і недоліки для кожної зі сторін, тому може відігравати різну роль у професійному розвитку працівників, трансформації системи управління персоналом та еволюції ринку праці [3, с. 258].

Аут-технології поділяють на дві групи: передача окремих функцій спеціалізованим компаніям – аутсорсинг, та передача спеціалізованій компанії працівників підприємства – аутстафінг, лізинг персоналу. Саме ці технології дають змогу реалізувати такі принципи управління персоналом як оптимальність та гнучкість.

У сфері управління персоналом аутсорсинг поділяється на аутсорсинг трудових процесів, HR-аутсорсинг та аутстафінг. У першому випадку компанія-клієнт передає виконавцю окремий напрямок роботи – кадрове адміністрування або процес нараховування заробітної плати. Другий вид – своєрідний лізинг персоналу, коли організація на певний час залучає необхідних співробітників, не оформлюючи їх офіційно у свій штат. Третій застосовується для виведення робітників поза штат.

Відомо, що у кризових умовах компанії намагаються вжити заходів щодо зменшення власних витрат на персонал. Тому, у бізнес-середовищі все більше стають потрібними послуги тимчасового залучення працівників ззовні. Так, наприклад, винесення бухгалтерії на аутсорсинг дозволяє економити до 30 %. Вигоди, що отримує власник – не тільки в економії витрат на штат. Отже, аутсорсинг дозволяє керівнику займатися своєю безпосередньою діяльністю та економити на витратах, що пов'язані із персоналом підприємства.

Так, лізинг персоналу передбачає, що спеціалізована агенція надає співробітників, які знаходяться у її штаті, клієнту на відносно довгий термін – від 3 місяців до кількох років. Лізинг персоналу розглядається як форма тимчасового або термінового залучення персоналу зі сторони. Тобто, клієнт купує послугу з виконання робіт, а не працю конкретних працівників. Компанія-лізингоотримувач звільняється від додаткових витрат на пошук і відбір персоналу. Вона може відмовитися від послуг працівника в будь-який час, не замислюючись про дотримання вимог, передбачених трудовим законодавством відносно звільнення персоналу і його соціального захисту.

Отже, за результатами проведеного дослідження специфіки сучасних інструментів управління персоналом, на даний час аутсорсинг, аутстафінг та лізинг персоналу – є ефективними інструментами вдосконалення діяльності будь-якого підприємства, з урахуванням вищезазначених переваг та обмежень, які отримує підприємство-замовник при їх застосуванні. Але, не слід вважати, що аутсорсинг, аутстафінг та лізинг є універсальними інструментами щодо вирішення питань і проблем підприємств, оскільки існують завдання, які не можна доручати незалежним спеціалістам. Будь-яка бізнес-стратегія підприємства обов'язково повинна бути узгоджена із імовірними ризиками. Досить часто використання, наприклад, аутсорсингу може створювати додаткові труднощі. Також, слід зазначити, що наведені інноваційні інструменти управління персоналом потребують перегляду їх змісту та можливості застосування згідно із чинним законодавством України.

Список використаних джерел

1. Третяк О.П. Сучасні персонал-технології у системі управління персоналом на підприємстві. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2014. № 24 (4). С. 389–396.
2. Хохлова Т.П. Инновационные технологии современного персонал-менеджмента. URL: http://journal.kfrgteu.ru/files/1/2012_6_16.pdf.
3. Хитра О. В., Поліщук Л. М. Роль аут-технологій у пристосуванні системи управління персоналом підприємства до трансформації відносин зайнятості на ринку праці. *Приазовський економічний вісник: електрон. наук. журн.* 2019. Вип. 2 (13). С. 256–265.

АНАЛІЗ ЗОВНІШНЬОГО ТА ВНУТРІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА ОРГАНІЗАЦІЇ

Ящук С. А.,

к.е.н., доцент Ляшок Н. Ю.

ДВНЗ «Донецький національний технічний університет»

(м. Покровськ, Україна)

В сучасних умовах однією з актуальних проблем є аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища організації. Саме коректна постановка питань зі стану середовищ, їх аналіз та відповідно прийняте рішення може значною мірою вплинути на діяльність підприємства чи організації.

У роботі здійснено аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства одним з популярних методів SWOT-аналізом. Цей аналіз буде проводитись на прикладі приватного підприємства (ПП) «ІВАН» м. Селидове. Станція технічного обслуговування (СТО) ПП «Іван» працює з 11 листопада 1993 р. і зараз виконує декілька видів діяльності у тому числі 45.20 Технічне обслуговування та ремонт моторних транспортних засобів [1]. Протягом роботи підприємства на ринку відбувалися значні зміни факторів як всередині підприємства (персонал, керівники, власники та фізичне середовище) так і за межами підприємства на які воно не може вплинути (темпи інфляції, рівень конкуренції, зміни доходів населення, міграція та інше).

В процесі виконання SWOT-аналізу складено таблицю сильних та слабких сторін досліджуваного підприємства (табл. 1) та чинників до яких відповідний пункт сторони відноситься. З аналізу табл. 1 можна зробити висновок, що як і будь-яке підприємство СТО ПП «ІВАН» має ряд сильних та слабких сторін. Сильні сторони підприємства досягнуті в процесі довготривалого знаходження на ринку, а слабкі сторони виникли за рахунок недостатньо якісної організації діяльності підприємства та інфляції. На основі аналізу даних таблиці 1 створена матриця SWOT-аналізу приватного підприємства СТО «ІВАН» (табл. 2), в ній

продубльовано сильні та слабкі сторони, а також висвітлені можливості та загрози цього підприємства.

Таблиця 1 – сильні та слабкі сторони СТО ПП «ІВАН» [2]

Сильні сторони	Досвід роботи на ринку	Стосовно	Позитивного іміджу і довіри до працівників
	Різноманітний штат механізмів та агрегатів		Проведення великої кількості різноманітних робіт по ремонту
	Значна швидкість роботи		Часу обслуговування одного клієнта
	Значна кількість постійних клієнтів		Утримання ринкової частки
	Висока кваліфікація працівників		Досвіду, вмінь та навичок роботи будь якої складності
	Перевірений і надійний поставник деталей		Якості деталей, які пропонують встановити працівники
Слабкі сторони	Мала кількість реклами	Стосовно	По місту немає інформації щодо СТО
	Невикористання деяких приміщень підприємства		Простоювання основних фондів підприємства і перетворення їх на «смітник»
	Невелика кількість обслуговуючих ділянок		Однотимчасного обслуговування декількох клієнтів
	Висока собівартість		Ціни обслуговування та деталей
	Низька мережа СТО		Кількості СТО на місто
	Обслуговування легкових автомобілів та малогабаритних автобусів		Надання технічної допомоги лише власникам легкових автомобілів та малогабаритних автобусів

Джерело: складено за даними підприємства

Проведення SWOT-аналізу можливе для будь-якого підприємства чи організації та рекомендується проводити для об'єктивної оцінки та внесення коригувань у плани розвитку підприємства в залежності від обставин, що склалися ззовні або всередині нього. В процесі формування табл. 2 були створені можливості та вірогідні загрози для підприємства. На основі чотирьох факторів (сильні і слабкі сторони, можливості та загрози) сформовані пропозиції щодо подальшої діяльності СТО ПП «ІВАН». Запропонований перелік не є вичерпним, а лише наводить деякі можливості, які можуть бути

скореговані в залежності від змін тих чи інших факторів або під впливом чинників, які неможливо передбачити. Виявлені загрози і можливості оцінюються з точки зору їх важливості та ступеня впливу на підприємство.

Таблиця 2 – Матриця SWOT-аналізу СТО ПП «Іван»

	Можливості: - поява рекламних банерів - тендери, обслуговування автомобілів служб (поліція, таксі, кур'єрські авто і т.д.) - розширити виробничі приміщення	Загрози: - відсутність умов для кредитування діяльності - інфляція - фінансова криза - зниження темпів росту підприємства - зниження доходів громадян
Сильні сторони: - Різноманітний штаб механізмів та агрегатів - Перевірений і надійний поставник деталей - Висока кваліфікація працівників	Розширювати парк механізмів, відкрити нові приміщення для обслуговування, розширити криту парковку	Вдосконалювати механізми та агрегати, підвищувати ефективність праці при цьому слід обмежувати бюджети розвитку (відсутні фінансові ресурси)
Слабкі сторони: - Мала кількість реклами - Висока собівартість обслуговування легкових автомобілів та малогабаритних автобусів	Розробити заходи рекламування СТО, скоротити собівартість шляхом оптової закупки деталей	Не проводити заходів з розширення, скоротити бюджети витрат на найближчий рік, продовжити зростання по закінченню кризи

Таким чином отримана матриця SWOT-аналізу дозволяє сформулювати перелік першочергових заходів, що повинно провести підприємство СТО ПП «ІВАН» для удосконалювання системи управління маркетингом, так і для вибору стратегії розвитку, для ринкового аналізу та вивчення конкурентоспроможності. Отримані результати несуть різну ступінь впливу, тому підприємству варто самому визначатися який напрям воно буде вдосконалювати виходячи з вірогідності успіху та зацікавленості власника.

Список використаних джерел

1. Сервіс перевірки контрагентів YouControl. URL: https://youcontrol.com.ua/ru/catalog/company_details/23184639/.
2. Установчі документи ПП «ІВАН» м. Селидове.

СЕКЦІЯ 2

МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ В СУЧАСНОМУ ЕКОНОМІЧНОМУ ПРОСТОРИ

КЛАСИФІКАЦІЯ МЕТОДІВ ОЦІНКИ ЯКОСТІ ЕЛЕКТРОННИХ ПОСЛУГ

Барабаш К. О.,

к.е.н., доцент Мирошніченко Г. Б.

ДВНЗ «Донецький національний технічний університет»

(м. Покровськ, Україна)

Оптимізація діяльності органів державної влади на принципах електронного урядування, розвиток його інформаційної інфраструктури зумовили запровадження нових підходів у реалізацію діяльності фондів соціального страхування. Ці підходи підпорядковані новим цілям – сприяти електронній інформаційній взаємодії між органами державної влади, місцевого самоврядування всіх рівнів та інститутами громадянського суспільства, бізнесом, громадськістю. Електронні послуги в діяльності державних органів є одним із інструментів розвитку інформаційного суспільства в Україні, розбудова та впровадження яких сприятиме створенню відкритого і прозорого державного управління, покращенню якості діяльності державних органів, доступності та прозорості процедури отримання послуг і в цілому підвищить довіру громадян до влади [1]. Зараз, мабуть, як ніколи раніше, особливої актуальності для громадян набуває можливість взаємодіяти з органами соціального страхування дистанційно та отримувати послуги, які раніше вимагали особистого звернення до Фонду, всього лише скориставшись он лайн сервісами веб-порталу Фонду соціального страхування України [2].

Сьогодні існує можливість надсилати заяву-розрахунок та повідомлення про виплату коштів застрахованим особам із застосуванням електронного

підпису/печатки (далі – ЕП) до Фонду соціального страхування України [3]. Але впровадження електронного кабінету користувача Фонду соціального страхування України значно покращило б взаємодію фонду як зі страхувальниками так і з окремими громадянами.

З точки зору підтримки процесу надання послуги державними органами електроні послуги мають наступну кваліфікацію:

- повністю автоматизовані (державні послуги які виконуються виключно в електронної формі, особистий контакт мінімізоване або виключено зовсім із процесу надання такої послуги;
- автоматизовані частково (державні послуги в яких частина процесів виконується в електронної формі, а частина виконується «вручну»;
- неавтоматизовані послуги (надання послуг вимагає особистого «ручного» втручання.

Для ефективного впровадження електронної послуги в будь-яких органах державної влади, треба мати можливість організовувати та оцінити канал зворотного зв'язку від споживача послуги, за підсумком її надання. Зараз, Фонд державного страхування використовує в своїй базі інформацію з електронної бази Пенсійного фонду України, тобто інформація в базах може дублюватися, що призводить до того, що послуга може бути надана неналежним чином. Алгоритм виявлення дублюючих послуг в інформаційних базах та визначення виду електронних послуг за якими потрібна оптимізація наведено на рис. 1.

Загальноприйняті методи вимірювання і оцінювання якості є інструментальний та експертний. В державних органах звичайно оцінюють якість надання послуги експертним методом – експертна оцінка, сформована в результаті соціологічного дослідження (анкетування). Для комплексної оцінки якості надання електронних послуг застосовуються наступні методи (рис. 2).

Моніторинг виявляє відповідність отриманої послуги стандартам державних електронних послуг. Соціологічне опитування за допомогою анкетування споживачів послуги визначає якість електронної послуги. Методи контролінгу порівнюють якість отриманої послуги до стандартів якості

державних послуг. Методи комплексної оцінки якості надання електронних послуг дозволяють оцінити повноту проведених процедур, щодо надання електронних послуг державними органами.

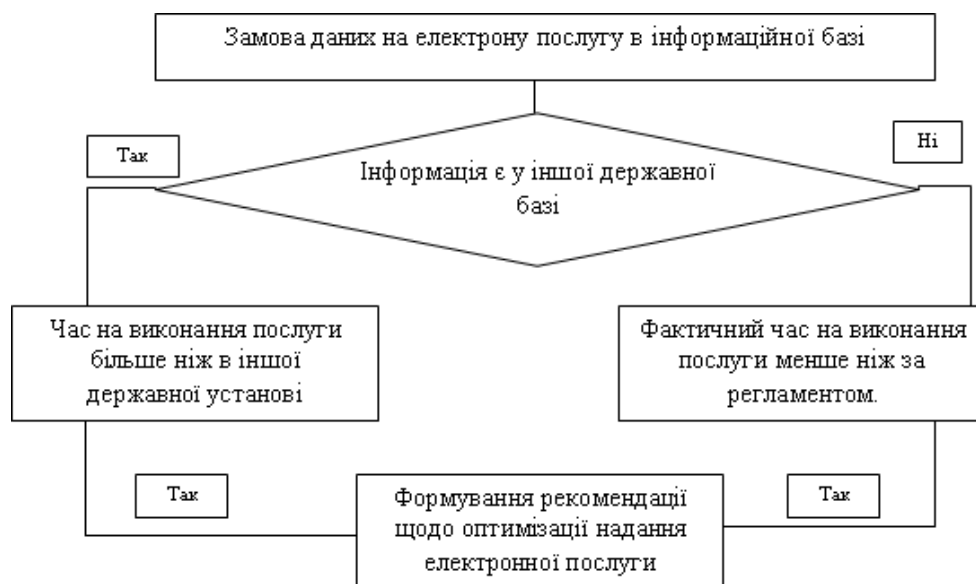


Рисунок 1 – Алгоритм формування послідовних даних в інформаційній базі. Джерело: Узагальнено автором за [4]

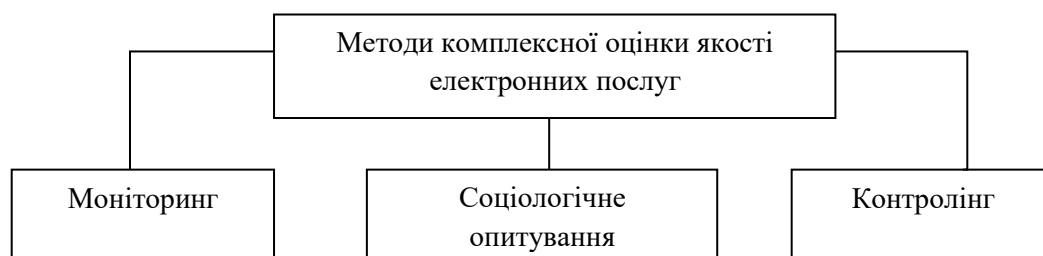


Рисунок 2 – Методи комплексної оцінки якості надання електронних послуг

Список використаних джерел

1. Тищенко І.О. Електронні послуги в діяльності публічної адміністрації України. Дніпро. Дніпроп. держ. ун-т внутр. справ, 2017. 156 с.
2. Офіційний сайт Пенсійного фонду України. URL: <https://www.pfu.gov.ua/lg/339417-yak-vykonaty-svij-pershyj-vhid-na-vebportal-elektronnyh-poslug-pensijnogo-fondu-ukrayiny/>
3. Офіційний сайт Фонду соціального страхування України. URL: <http://www.fssu.gov.ua/fse/control/main/uk/index>
4. Алексеева Ю.А. Исследование эффективности качества оказания государственных и муниципальных услуг (функций) в электронном виде : автореф. дис. на получение степени к.э.н. Астрахань. 2011. 20 с.

СИТУАТИВНИЙ МАРКЕТИНГ: СУЧАСНІ ІНФОПРИВОДИ

Васильєва А.Д.,

к. держ. упр., доцент Ляшко І.І.

Донецький державний університет управління

(м. Маріуполь, Україна)

В сучасних ринкових умовах дослідження показують, що кожна компанія, намагаючись зайняти кращу позицію на ринці, розробляє стратегії, які дозволяють швидко реагувати на ситуації у світі.

У стратегічному плануванні має провідну роль маркетинг, який будує довгостроковий план, спрямований на створення товарів і послуг, які за показниками та споживчою цінністю кращі, ніж у конкурентів. Основні задачі стратегічного маркетингу – розробка та формування цілей та стратегії фірми на майбутнє.

Слід наголосити, що для швидкого реагування також існує ситуативний маркетинг, основною метою якого є аналіз нинішнього становища ринку та розробка тимчасової стратегії, яка допоможе фірмі отримати бажані результати із стратегічного плану вже зараз. Такого результату можна досягнути, реагуючи оперативно: в боротьбі конкурентів за увагу клієнтів виграє той, хто перший подає новину з ненав'язливою пропозицією свого товару або послуг. Ця тактика просування ґрунтується на грамотному підході і не залежить від спланованої стратегії [1]

Отже, головною причиною використання фірмою ситуативного маркетингу є інфоприводи – теми, які є актуальними та викликають бурхливі реакції у соціумі.

При використанні інфоприводу фірма повинна чітко розумітися на темі, адже популяризація та просування продукту або послуги за допомогою ситуативного маркетингу впливає на імідж.

Інфоприводи можуть бути різними: свята, щорічні події, прем'єри фільмів, новини, політичні події, відомі пісні та багато іншого. Вміння використовувати інфоприводи правильно – залог успіху в компанії.

Наприклад, нещодавно, 22 квітня, пройшла щорічна подія – День Землі. «Starbucks» запустив відразу кілька проектів, які транслують турботу про природу, а також приносять прибуток. Почали з продукту: зерна для нового напою вирощують на фермах з дотриманням правил сталого розвитку та за підтримки «Starbucks». Компанія інвестує в млини, які скорочують витрати води. Далі – речі із атрибутикою компанії із перероблених матеріалів: склянки для гарячих і холодних напоїв і сумка-шопер, які замінюють одноразові аналоги. Паралельно в США місті Сіетл зроблений пілотний проект «Віддайте чашку»: багаторазові стакани для кави за депозит в 1 долар. Останній крок компанії з цього приводу: «Місяць Землі», еко-гра з бонусами за відмову від трубочки для кави [1].

Інколи буває вибрана невдала стратегія, як це було із «H&M»: вони відмовилися закуповувати бавовну в місті Сінцзяні (Китай). Матеріал виробляють уйгури, яких держава жорстко обмежує в правах. На цю проблему давно просять звернути увагу провідні світові ЗМІ, а в соціальних мережах люди просять бренд публічно підтримати уйгурів. «H&M» вирішили ризикнути заради популяризації свого бренду, але китайська влада відреагувала жорстко: бренд зачистили, ніби його ніколи не існувало. На картах 445 магазинів «H&M» по всій країні зникли. До них не викликати таксі, а найбільші маркетплейси («Alibaba» в тому числі) видавали 0 результатів. Місцеві знаменитості та зірки публічно зріклися бренду, а в сервісі мікроблогів «Weibo», головної соціальної мережі Китаю, ввели хештег «Я підтримую бавовну Сінцзяня» [2].

Як і для багатьох брендів, для «H&M» Китай – ключовий ринок. У 2020 році він увійшов до ТОП-4 з продажу. Ймовірно, у «H&M» знизиться виручка за підсумками 2021 року.

Але бувають успішні інфоприводи, які підіймають соціальні проблеми. Наприклад, «Cadbury» оновив обгортку культових батончиків «DairyMilk», щоб

підняти важливу тему: 225 000 літніх британців тижнями не розмовляють з іншими людьми. Логотип бренду на обгортках замінили розповідями довжиною у речення – шматочками історій, які людям похилого віку ні з ким ділитися. За плечима у них насичене подіями життя: хтось в дитинстві втік із бродячим цирком, хтось брав участь в найнебезпечнішому ралі, а хтось, схоже, спілкувався з самим Елвісом Преслі. Повні версії історій є на спеціальному сайті, там же можна залишити розповідь свого літнього родича і виграти для нього кошик шоколаду. Ідея в тому, щоб заохотити молодь частіше спілкуватися з тими, для кого самотність – повсякденна реальність. Крім соціальної складової цієї акції, звертаємо увагу на маркетинговий успіх. З упаковки прибрали логотип і майже всю графіку, але продукт легко впізнати: фіолетовий, білий і золотий – фірмові кольори «Cadbury» [3].

Таким чином, ситуативний маркетинг полягає в використанні інфопривода для просування маркетингового продукту. Цей прийом піднімає активність цільової аудиторії і допомагає обігнати конкурентів без витрат на рекламу.

Успішність ситуативного маркетингу залежить від відповідності аудиторії події і компанії, оперативності реагування та креативності авторів. Рекламу не повинна суперечити концепції і місії бізнесу або ображати чийсь інтереси, його мета – викликати в цільовій аудиторії позитивні емоції.

Список використаних джерел

1. Kelly Tyko. Starbucks launches 'Borrow A Cup' trial with reusable cups for Earth Month. Here's how it works. USA Today: щоденна газета. 06.04.2021. URL: <https://www.usatoday.com/story/money/food/2021/04/06/starbucks-reusable-cup-trial-program-seattle-covid/7094778002/> (дата звернення: 14.04.2021).
2. Ita Liao. H&M removed from Chinese apps over Xinjiang cotton boycott. Tech Crunch: 25.03.2021. URL: <https://techcrunch.com/2021/03/24/h-m-censored-xinjiang-cotton/> (дата звернення: 14.04.2021).
3. Офіційний сайт благодійної організації AgeUK: веб-сайт. URL: <https://www.ageuk.org.uk/get-involved/volunteer/donate-your-words/> (дата звернення: 14.04.2021).

АНАЛІЗ СТАВЛЕННЯ СПОЖИВАЧІВ ДО РЕСТОРАНІВ ШВИДКОГО ХАРЧУВАННЯ НА ПРИКЛАДІ MCDONALD'S

Говоруха М. Р.,

к.е.н., доцент Буга Н. Ю.

Донецький національний університет ім. Василя Стуса

(м. Вінниця, Україна)

Сфера швидкого харчування – це сфера, що розвивається найбільш динамічно у наш час. Вона є особливо прибутковим та перспективним для інвестицій сегментом ринку послуг. Все це ставить перед управлінням підприємств цілий ряд нових завдань, вирішення яких нерозривно пов'язане з впровадженням в повсякденну практику ведення бізнесу маркетингових досліджень усіх рівнів.

Мета дослідження – провести маркетингове дослідження споживачів ресторанів швидкого харчування McDonald's; сформулювати та перевірити маркетингові гіпотези.

Теоретичну базу для маркетингових досліджень висвітлювали такі вчені як Зозулев А. В., Солнцев С. А., Голубков Є. П., Косар Н. С. Саме на розглянутих ними методах та методиках базується практична частина, що буде сформована в цій публікації.

В наш час особливу актуальність становлять проблеми раціонального харчування серед всього населення в цілому та молоді зокрема. Прискорення темпу життя призводить до зменшення бажаного часу очікування споживачів та збільшення попиту на готову продукцію сфери харчування.

Крім того, важливою є економічна складова цього питання. Весь «Фаст-фуд», на тлі натуральних аналогів, вкрай дешевий, а за смаком, запахом та відчуттям насичення відповідає задовільним оцінкам. Тому швидке харчування нарощує свою популярність.

Підприємства швидкого обслуговування, або фаст-фуд (fast-food) - це недорогі заклади громадського харчування, які набули найширшого

розповсюдження в світі. Основна задача підприємства фаст-фуд – швидко і недорого нагодувати відвідувачів. Заклади швидкого харчування регулярно стикаються з необхідністю відстеження особливостей споживчої поведінки. Сьогодні спостерігається значне зростання кількості підприємств швидкого обслуговування, отже, зростає рівень конкуренції.

Розвиток фаст-фуду відбувається не тільки за рахунок збільшення кількості закладів. Крім кількісної стратегії захоплення ринку підприємства використовують і якісну.

На прикладі McDonald's, розширюється меню, з'являється все більше страв, розрахованих на споживачів з невеликими доходами. Звідси випливає перша гіпотеза дослідження: «Чи не є меню ресторанів швидкого харчування McDonald's зашироким?».

Попри вдаваної беззаперечності переваги щодо меню з великою кількістю позицій, гіпотеза підтвердилися. Під час анонімного опитування вінничан було з'ясовано: «споживачі, в основному, купують базові позиції з меню», або іншими словами - «меню в ресторанах McDonald's є зашироким»; так, рис. 1 доводить факт того, що ні один з опитаних респондентів не вживає позиції кави: «ФлетВайт», «Мокко», «Подвійне еспreso». Також інші запитання дозволили зробити висновок, що споживачі майже не споживають чай, еспreso, картоплю по-селянськи.

За даними Food Service Europe & Middle East, заклади швидкого харчування McDonald's стабільно займають перші місця в Європі в сегменті QSR за величиною річного обороту [2]. Виходячи з відповідей споживацьких опитувань, прихильникам компанії McDonald's особливо подобається можливість вибору розміру порції та наявність в асортименті готових меню. 94% опитаних у віці від 0 до 17 включно відмічали, що їх настрій значно покращився при отриманні повітряної кульки.

Маркетингова стратегія McDonald's передбачає інтегрування елементів креативності та унікальності в своїй рекламі. В 2021 році компанія планує продовжувати ініціативу 2020 року з акціями мобільного додатку [3]. За даними

споживацького опитування, 100% респондентів зустрічалися з рекламою McDonald's (навіть ті, хто взагалі не відвідує заклад).

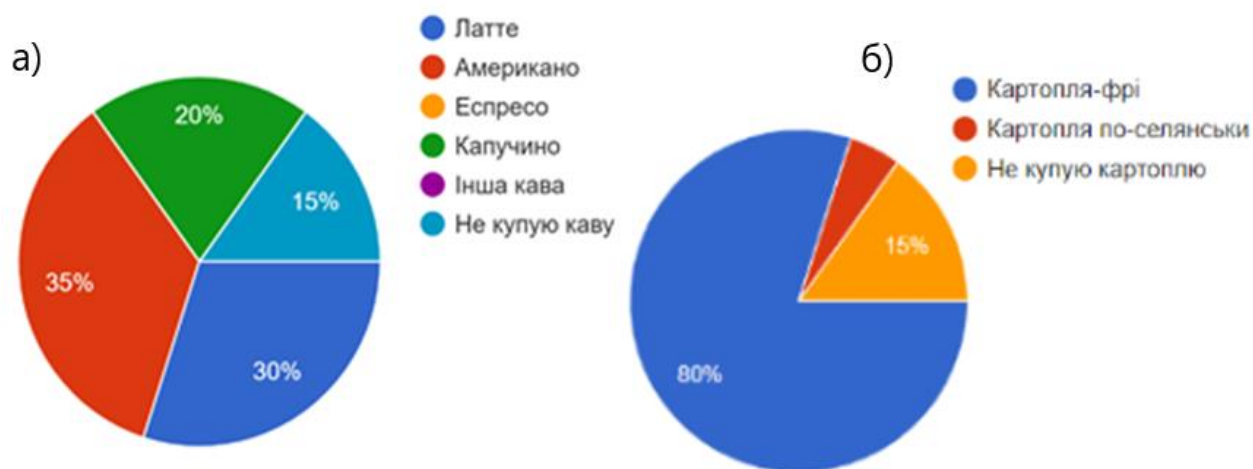


Рисунок 1 – Структура відповідей респондентів щодо:

а) вподобань кави, %; б) вподобань картоплі, %

(побудовано автором за допомогою [1])

Другою гіпотезою було сформовано: «Чи заміщує креативність закладу великі витрати споживачів», або іншими словами: «Чи ті вінничани, які не мають змоги харчуватися в McDonald's щоденно, бажають святкувати дні народження разом з нами».

Попри те, що компанія вкладає значні зусилля для досягнення успіхів в ціновій стратегії маркетингу, при опосередкованому запитанні «Чи святкували Ви або Ваші рідні дні народження в МакДональдс?» (див. рис. 2), яке передбачало обґрунтування причин при негативній відповіді, виявилось, що ціни в закладі є завищеними для значної кількості потенційних споживачів, інші ж – незадоволені якістю та корисністю страв, або не відчують святковості атмосфери закладу.

Зокрема, з'ясувалося, що бажання святкувати дні народження в закладах швидкого харчування однойменної компанії є лише в 10% опитаних респондентів. Отже, друга гіпотеза виявилася хибною.

Третьою гіпотезою було: «Чи є об'єктивно необхідним будівництво третього закладу McDonald's у Вінниці». Проте, за результатами опитувань, 90% споживачів не визнають даної потреби, а 85% респондентів оцінюють якість доставок, які співпрацюють з МакДональдс, задовільними. Тому третя гіпотеза також є хибною.

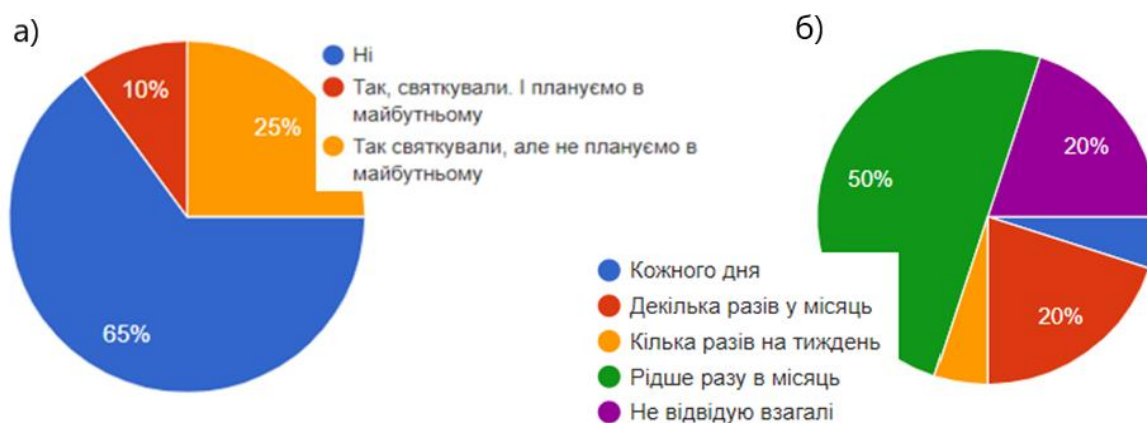


Рисунок 2 – Структура відповідей респондентів щодо:

а) досвіду та готовності святкування днів народження в закладах McDonald's, %; б) частоти відвідування закладів McDonald's, %

Таким чином, результати опитування показали, що споживачі досліджуваного закладу швидкого харчування найбільше цінують додаткові та супроводжуючі зручності, що відрізняють McDonald's серед інших закладів. Деяка кількість позицій в меню користується дуже низьким попитом. Реклама компанії дійсно є тою, що легко запам'ятовується та покриває широке коло споживачів. Потенційні споживачі ресторанів швидкого харчування визначають, що ціни товарів є завищеними. Двох закладів McDonald's з широкою лінією співпраці зі службами доставки достатньо для покриття споживчих потреб м. Вінниці.

Список використаних джерел

1. Google Forms. [Електронний ресурс]. URL: <https://docs.google.com/forms/u/0/>
2. Food Service Europe & Middle East. URL: <https://www.food-service.de/europe/>
3. McDonald's. Exclusive Deals. . URL: <https://www.mcdonalds.com/us/enus/deals>.

БЕНЧМАРКІНГ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ УКРАЇНИ

Грушка А.О.,

к.е.н., доцент Артеменко Л.П.

ORCID ID: 0000-0002-8585-0252

Національний технічний університет України

«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

(м. Київ, Україна)

Проблема конкурентоспроможності країн – одна з найбільш актуальних у світовій економіці, на рішення якої впливає безліч аспектів, в тому числі: географічне положення, природні багатства, зміни в темпах економічного зростання, рівень безробіття, місце країни в світовій економіці тощо. Значимість даної проблеми зростає в умовах глобальної економічної конкуренції за право кожної країни зайняти гідне місце в системі світового господарства. Загалом конкурентоспроможність країни – це [1]: здатність виробляти більше матеріальних цінностей, ніж конкуренти на світових ринках; ступінь можливості країни за умов вільного і справедливого ринку виробляти товари і послуги; економічна можливість розплачуватися за отримані товари; здатність країни виробляти товари та послуги, що відповідають вимогам світових ринків, і створювати умови нарощування державних ресурсів зі швидкістю, що дозволяє забезпечувати стійкі темпи зростання ВВП і підтримувати якість життя населення на рівні світових значень.

Конкурентоспроможність країни на міжнародному ринку характеризується сукупністю параметрів продукту, пропонованого для реалізації за кордоном, які відрізняють даний товар від аналогів за ступенем задоволення запитів споживача і рівнем витрат на його придбання та експлуатацію.

Конкурентоспроможність країни визначається здатністю національної промисловості постійно розвиватися, адаптуватися до нових умов, виробляти і впроваджувати у виробництво нові продукти і технології. Правильне визначення конкурентоспроможності дозволяє країні аналізувати перешкоди

для її економічного розвитку, допомагає розробляти національну стратегію, формувати економічну політику, що сприяє досягненню стійкого процвітання в країні. Конкурентоспроможність країни на зовнішньому ринку є комплексним механізмом реалізації конкурентних переваг на основі ефективного використання наявних ресурсів з метою збільшення обсягів виробництва та реалізації товарів і послуг на міжнародному рівні. До основних факторів конкурентоспроможності країн в світовому господарстві відносять: діяльність інституцій держави, національний інноваційний процес, конкурентоспроможність національного експорту, прямі іноземні інвестиції тощо. До основних аспектів конкурентоспроможності країни належать: динамізм економіки, що оцінюється за такими показниками, як темпи економічного розвитку; стан національної валюти; обсяг виробництва найважливіших товарів в розрахунку на душу населення; динамізм ринку, що оцінюється за показниками рівня якості товарів, обсягу споживчих витрат на душу населення; стан і розвиток фінансової системи країни, що оцінюється виходячи з діяльності комерційних банків, ринку цінних паперів; людські ресурси, які визначаються на основі чисельності та темпів зростання населення, рівня безробіття, рівня кваліфікації трудових ресурсів; роль держави, що оцінюється ступенем впливу державного регулювання в економіці на основі дослідження рівня оподаткування; ресурси та інфраструктура – забезпеченість країни різними видами ресурсів зі ступенем розвитку інфраструктури.

Розглянемо детальніше індекс конкурентоспроможності країн, який поєднує більшість макро- та мікроекономічних аспектів в єдиний показник, а також оцінює здатність держави забезпечувати високий рівень життя своїм громадянам, що, в свою чергу, залежить від того, наскільки ефективно країна використовує наявні ресурси (див. рис. 1). У табл.1 висвітлено основні показники конкурентоспроможності країн у рейтингу.

Загалом, бачимо, що лідером за індексом конкурентоспроможності є Сінгапур – місто-країна, що характеризується динамічним розвитком інфраструктури і, разом з цим, пропонує комфортні умови праці.

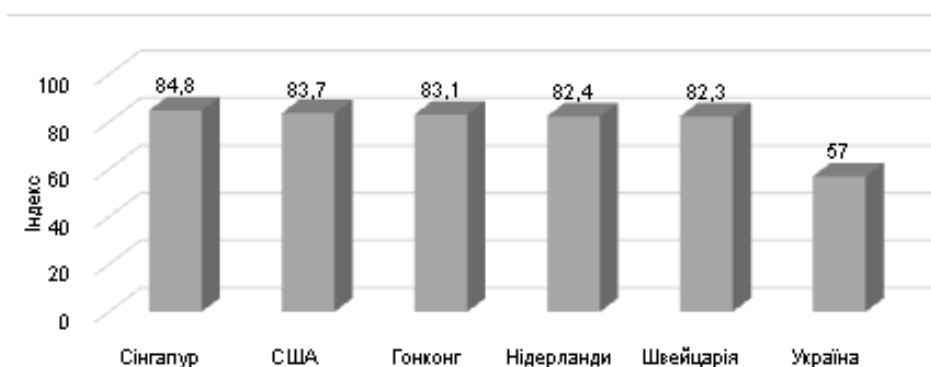


Рисунок 1 – Рейтинг конкурентоспроможності країн у 2019 році

Складено на основі [2]

Таблиця 1 – Показники конкурентоспроможності країн у 2019 році

Показники	Сінгапур	США	Гонконг	Нідерланди	Швейцарія	Україна
Інфраструктура	1	13	3	2	4	57
Макроекономічна стабільність	38	37	1	1	1	133
Охорона здоров'я	1	55	1	21	5	101
Бізнес-динаміка	14	1	15	2	22	85
Інноваційність	13	2	26	10	3	60
Ринок праці	1	4	7	11	2	59

Складено на основі [3]

Пріоритетним напрямком у покращенні рівня життя населення обрано акцент на охороні здоров'я, що має вагомий вплив на загальний стан кожного. Варто також виділити Сполучені Штати Америки, які у 2019 році стали лідером у розробці та впровадженні інноваційних технологій, а також зайняли першу позицію у реалізації та розповсюдженні власного бізнесу в світі. Загалом, США – сильний гравець на міжнародному ринку, що свідчить про високу внутрішню організованість в країні.

Україна займає 85 місце, що демонструє необхідність перегляду стратегії розвитку, зміни напрямків руху та доопрацювання наявної системи в державі. Однак, якщо оцінити та порівняти показники конкурентоспроможності України за період 2017-2019 рр., то можна спостерігати динаміку покращення ситуації, що супроводжується підвищенням позицій країни у міжнародному рейтингу. Сильними сторонами України є: значний експортний потенціал, який дозволяє

збільшити державні доходи, висока позиція в рейтингу легкості ведення бізнесу, що свідчить про спрощені процедури на старті підприємницької діяльності, висококваліфіковані кадри, які готові до активних дій з метою проведення змін, підприємницька культура.

Однак, поруч з цим, Україні потрібні вдосконалення в забезпеченні якісної медицини, прогресивної освіти, стабільної урядової політики, ефективного регуляторного середовища тощо.

Структура конкурентоспроможності кожної країни сильно відрізняється, оскільки жодна держава не може бути конкурентоспроможною у всіх або хоча б в більшості галузях.

У кінцевому підсумку країни досягають успіху в конкретних напрямках, тому що їх внутрішні умови виявляються у відповідних випадках більш динамічними. Для України пріоритетними векторами розвитку можна назвати промисловість, яка на сьогодні робить значний внесок у формування державного бюджету, аграрний сектор, продукція якого активно експортується за кордон та ІТ-сфера, розвиток якої в Україні лише набирає обертів. Визначені напрями руху вважаються перспективними, що зможуть підвищити загальний рівень добробуту в країні.

Отже, бенчмаркінгом підвищення конкурентоспроможності України на міжнародній арені є формування прозорих умов для бізнесу та інвестицій, стимулювання розвитку інновацій та модернізації секторів економіки для забезпечення власних переваг, а також необхідність сприяти розвитку людського потенціалу. При додержанні обраних орієнтирів Україна зможе покращити інвестиційну привабливість в стратегічному горизонті.

Список використаних джерел

1. Конкурентоспособность страны: вебсайт.. URL: <https://www.grandars.ru> (дата звернення 21.03.2021).
2. The Global Competitiveness Index 2019: website. URL: <http://www.weforum.org>(the date of application: 21.03.2021).
3. The Global Competitiveness Report 2019: website. URL: <http://reports.weforum.org/global-competitivenessreport-2019/>(the date of application: 21.03.2021).

АНАЛІЗ РИНКУ БУДІВЕЛЬНИХ МАТЕРІАЛІВ УКРАЇНИ

Кобець А.В.,

к.е.н., доцент Мирошніченко Г.Б.

ДВНЗ «Донецький національний технічний університет»

(м. Покровськ, Україна)

Будівельна галузь є однією з стратегічних ланок господарювання в Україні. Діяльність будівельної галузі пов'язана з усіма галузями економіки, так як будівництво створює велику кількість робочих місць не тільки у цієї галузі, а і у інших галузях, які споживають продукцію будівництва.

Споживання будівельних матеріалів залежить головним чином від стану житлового будівництва, а також від купівельної спроможності населення (реальний дохід, соціальні програми: зниження ставок по іпотеці, приросту капіталу, соціальне житло) [1].

На початку кризи, спричиненої розповсюдженням вірусу COVID-19, попит на товари для ремонту був значно збільшений у зв'язку із зростанням курсів іноземних валют.

Подальша динаміка ринку визначалася темпами зняття введених обмежень та відновленням економіки, а також можливістю виробників коригувати експортні поставки [2].

За даними Державної служби статистики, у січні-лютому 2021 р. порівняно із січнем-лютим 2020 р. індекс будівельної продукції склав 87,2% [3] (див. рис. 1).

Аналіз роздрібного ринку будівельно-оздоблювальних матеріалів наведено у табл. 1.

Пандемія коронавірусу та економічна криза безумовно мають значний вплив на ринок.

Постійне зниження доходів населення спричиняє зменшення попиту на будівельні та оздоблювальні матеріали та його витіснення в більш доступні

сегменти, в умовах різкого зростання курсів іноземних валют 2020 року відбулося значне суттєве зниження попиту на ринку.

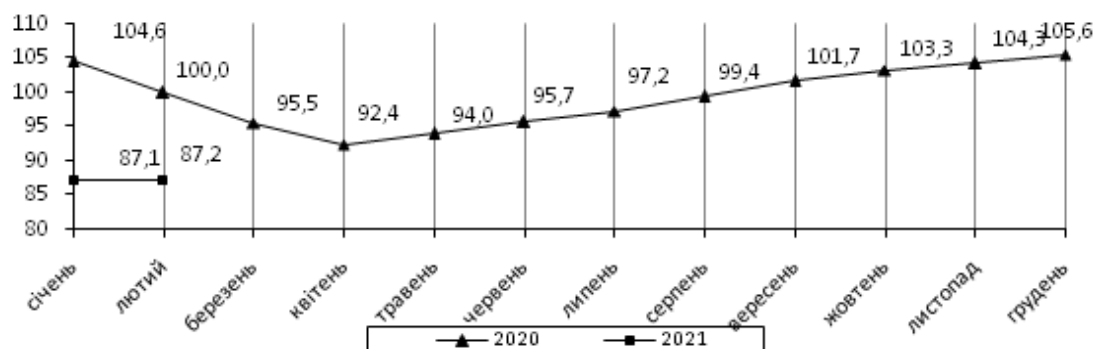


Рисунок 1 – Індеси будівельної продукції у % до відповідного періоду попереднього року, нарастаючим підсумком

Таблиця 1 – Аналіз обсягу ринку будівельно-оздоблювальних матеріалів України

Продукція	Обсяг			Приріст, % 2020 р. до 2019 р.
	2018	2019	2020	
Суміш для фасадної теплоізоляції, тис. т	261,9	38,5	37	-3,90
Плиткові клеї, тис. т	489,8	69,9	68,2	-2,40
Інші суміші, тис. т	496,8	75,7	74,8	-1,20
Гіпсові суміші, тис. т	671,1	141,5	140,4	-1
Бетонні розчини, тис. т	16551,5	3164,4	3107,4	-2
Цегла будівельна, тис. м ³	1745	265,8	226,2	-15
Гіпсокартон, млн. м ²	51,2	15,1	12,3	-18

Складено на основі [4]

За даними таблиці 1 можна сказати, що роздрібний товарообіг в Україні є досить нестабільним. Кількість реалізованих будівельно-оздоблювальних матеріалів має тенденцію до зниження, однак, за обсягом реалізації гіпсокартону та цегли будівельної спостерігається стрімке зниження обсягу продаж. На нашу думку, причинами цього зниження є зниження кількості українських підприємств, які виготовляють ці товари.

Будівельний ринок України очікує збільшення продаж, за рахунок введення в дію державної програми іпотечного кредитування [5]. Так, за прогнозами аналітиків, збільшення угод на первинному та вторинному ринку нерухомості потягне за собою збільшення попиту на будівельно-оздоблювальні матеріали.

На розвиток ринку будівельно-оздоблювальних матеріалів впливають:

- виконані будівельні роботи у реальному секторі економіки;
- реальні доходи населення.

На нашу думку, саме реальне зростання доходів населення буде сприятиме розвитку ринку будівельно-оздоблювальних матеріалів [6].

Специфіка українського первинного ринку житла полягає у тому, що значне переважання в структурі введеного житла, належить квартирам без виконаних ремонтних робіт. Через відсутність статистичних даних про обсяги ремонтних робіт, що здійснюються населенням, не можливо кількісно оцінити вплив даного параметру на динаміку ринку будівельно-оздоблювальних матеріалів.

Відсутні дані цілком обґрунтовано можна замінити динамікою реальних доходів населення, адже саме через їх зростання спостерігається активність громадян на ринку будівельно-оздоблювальних матеріалів

Список використаних джерел

1. Колесник А.В., Бутенко О.П. Аналіз стану та тенденції розвитку ринку будівельних матеріалів України. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2018. №64. С.141-151.
2. Калініченко Л.Л. Сидорова Ю.Р. Аналіз тенденції розвитку будівельної галузі та будівельної продукції України. *Молодий вчений*. 2017. № 4.4. С. 64-68.
3. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
4. Маркетинговий аналіз і прогноз ринку. Назва з екрану. URL: <https://korfor.com.ua/rynok-suhih-stroitelnyh-smesej-2019-2020/>
5. Офіційний сайт Урядовий портал. Державна програма «Доступна іпотека 7%» URL: <https://www.kmu.gov.ua/news/minfin-derzhavna-programa-dostupna-ipoteka-7-dlya-shirokogo-kola-gromadyan-ukrayini>
6. Коломієць. М.І. Особливості розвитку ринку будівельних матеріалів України. *Економічний форум*. 2013. № 3. С. 19-23.

ЕТИКА В МАРКЕТИНГУ: ЖИТТЄЗДАТНІСТЬ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

к.е.н, доцент Кушнір Т. М.

Львівський національний університет імені Івана Франка

(м. Львів, Україна)

Сприйняття маркетингу і, особливо, маркетологів у сучасному суспільстві неоднозначне. Існує певний дисонанс, зміст якого зводиться до того, що підприємці сприймають маркетологів позитивно, так як вони приносять результати, натомість споживачі (клієнти) сприймають маркетинг як щось нав'язливе, неправдиве, інколи гіперболізоване, таке, що робить товар значно дорожчим, не приносячи жодної додаткової корисності. Методологія вивчення етики в маркетинговій діяльності часто зводиться до певного трактування поняття «етичного» або «соціально-етичного» маркетингу. Однак, нас більше цікавлять не концепції маркетингового управління, а саме моральний контекст прийняття того чи іншого управлінського рішення.

Виходячи з сучасного розуміння маркетингу як «соціального і управлінського процесу, спрямованого на задоволення потреб окремих індивідів і груп, через створення, пропозицію й обмін товарів» [1, с. 75], бачимо, що сучасний маркетинг корелюється із поняттям саме соціально-етичного маркетингу, який «стверджує, що завданням організації є визначення смаків і вподобань споживачів, інтересів цільових ринків і забезпечення бажаної задоволеності ефективнішими та продуктивнішими, ніж у конкурентів, способами з одночасним збереженням чи укріпленням благополуччя споживача та суспільства в цілому» [1, с. 146]. Як зазначає Є.Й. Майовець, «необхідність переходу до соціально-етичного маркетингу на сучасному етапі зумовлена переходом до постіндустріального, інформаційного суспільства. Інформація про фірму, її добрі чи погані справи розповсюджується з блискавичною швидкістю» [2, с. 34].

Поширення негативної інформації про компанію відбувається значно швидше ніж поширення позитивної інформації, клієнт більш мотивований

написати десь на форумі чи в соціальній мережі негативний відгук, якщо залишився незадоволеним від процесу взаємодії із компанією, ніж написати позитивний відгук, якщо він залишився задоволеним. Крім того споживач хоче застерегти своє оточення від вчинення помилок, тому свою незадоволеність безумовно готовий переказати і їм.

В сучасній літературі ми часто зустрічаємо поняття «професійна етика», «ділова етика», «етика ділових відносин», «етика бізнесу». Ми переконані в актуальності постановки питання етики в маркетингу. Оскільки етика – це наука про мораль, то вочевидь, коли говоримо про етику в маркетингу, можемо її визначити як дотримання моральності та порядності у відносинах із тими, з ким компанія працює – постачальниками, посередниками, клієнтами, конкурентами, перевізниками, органами державної влади тощо. Чи може визнаватись моральним все те, що не заборонено законом? В сучасному суспільстві не завжди існує пряма залежність між тим, що дозволено законом і тим, що схвалюється чи засуджується суспільством. Можна не порушувати закон, але суспільство до тебе буде ставитись вороже, можна закон порушити, але суспільство тебе сприйматиме позитивно. В маркетингу вкрай важливо, крім дотримання законності, прогнозувати ставлення середовища до тих чи інших дій, які вчинятиме компанія. Чи можливо бути успішним в бізнесі, максимізувати прибутки і водночас якомога краще задовольняти потреби споживачів? Тут, безумовно, існує три альтернативи:

1) компанія працює виключно на прибуток, не дуже звертає увагу на моральні контексти своєї діяльності, часто ігнорує реальні потреби споживачів. Що буде наслідком такої ситуації? Вочевидь, в довготерміновій перспективі від такої компанії з часом споживачі відвернуться як тільки з'явиться альтернативний варіант задоволення потреби іншою компанією або взагалі іншим товаром. Споживач схильний до пошуку такого товару чи компанії, які будуть виправдовувати його очікування, якщо ж очікування ідуть в дисонанс з результатом, споживач залишиться незадоволеним. Споживач не може бути незадоволеним компанією і продовжувати купувати в неї товар, якщо на ринку

є альтернатива. Тому такий варіант роботи компаній реалістичний лише в умовах, коли компанія займає монополістичне становище на ринку і споживач не має можливості задовольняти свою потребу в іншому місці або іншим способом;

2) інший варіант – протилежний, коли компанія всіляко намагається догодити своїм клієнтам, нехтуючи інколи своїм прагматичним інтересом. Така ситуація вкрай рідкісна, бо компанія, яка задовольняючи потреби споживачів нехтуватиме своїм прибутком не зможе працювати на ринку довго. Однак, такі зусилля компанії не залишаться непоміченими споживачами, тому імовірний перехід до третьої альтернативи;

3) пошук «золотої середини» – поєднання прагматичного та морального підходів. В такій ситуації компанія працюючи чесно та прагнучи задовольнити потреби споживачів, отримує від цього вигоду, споживач залишається задоволеним, що призводить до того, що він готовий повторно звернутись до цієї компанії. З часом такий споживач стає постійним клієнтом компанії і приносить їй прибуток у довготерміновій перспективі.

Так виглядає, що вибір «бути чи не бути етичним» в маркетингу за тим, хто веде бізнес. Однак, варто відзначити той факт, що етичний, чесний, правдивий, відповідальний маркетинг приносить результат тим компаніям, які приходять працювати на ринок всерйоз і надовго. Обман, маніпуляція, дрібне шахрайство, на жаль, також можуть давати ефект у вигляді високих прибутків, але тільки в короткотерміновому часі. Тому для тих компаній, які приходять на ринок з метою довго на ньому працювати питання чесності та етичності не постає, воно є природнім та логічним. Натомість для компаній-одноденок питання доброчесності вимірюється кількістю грошей, які вони можуть отримати.

Список використаних джерел

1. Словник термінів із маркетингу: за ред. Є.Й. Майовця. Львів, ЛНУ імені Івана Франка, 2019. 228 с.
2. Майовець Є.Й. Маркетинг: теорія та методологія: навч. посібник. Львів, Львівський національний університет імені Івана Франка, 2013. 450 с.

ТРЕНДИ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ В ОЗДОРОВЧІЙ ГАЛУЗІ

к.е.н., старший викладач Летуновська Н. Є.,

к.е.н., старший викладач Росохата А. С.,

Кропива В. В.

Навчально-науковий інститут бізнесу, економіки та менеджменту

Сумського державного університету

(м. Суми, Україна)

Інтернет-маркетинг в епоху пандемії досяг нового рівня розвитку. Проаналізуємо основні тренди маркетингу в мережі Інтернет.

1. *Дані та метрики набувають важливості.* На сьогодні компанії розуміють, що якщо у певного блогера є десятки тисяч підписників, то це не означає, що всі вони справжні і що вони всі активні. Значну кількість ботів можливо купити. Соціальні мережі Instagram та Facebook дозволяють своїм користувачам отримати доступ до статистики кожного їхнього поста, а також відстежувати взаємодію з ним з боку підписників.

Ці дані забезпечують прозорість, яка дає можливість клієнтам оцінювати ефективність маркетингових зусиль, а самому блогеру – зрозуміти свою аудиторію для покращання взаємодії з нею.

2. *Відео в усіх напрямках.* YouTube втрачає монополію на відео, і цей тип контенту швидко нарощує популярність майже на всіх соціальних платформах. Причому завдяки зростанню можливостей смартфонів, створювати контент стає набагато простіше.

3. *Маркетинг впливу на мікрорівні.* Останні кілька років довели, що маркетинг впливу – це перспективний канал, який може забезпечити відмінні результати, на фоні зниження ефективності рекламних інструментів. І якщо раніше йшла мова переважно про відомих особистостей з сотнями тисяч підписників, то на сьогодні простежується зміщення до мікрорівня.

4. *Інтеграція каналів між собою.* Ключем до успіху є робота з усіма аспектами бізнесу в Інтернеті одночасно: SEO-оптимізація сторінок сайту, створення якісного контенту, таргетинг в соціальних мережах, email-розсилки та ін.

5. *Візуальний пошук.* Google Images може стати чудовим джерелом безкоштовного трафіку, якщо витратити певні зусилля на додаткову оптимізацію зображень на сайті. Останніми роками популярність саме візуального пошуку зростає.

6. *Голосовий пошук продовжує зростати.* Багато людей продовжують купувати «розумні» пристрої, управління якими здійснюється за допомогою голосу. Усі вони інтегровані зі всесвітньою мережею і дозволяють навіть робити покупки за допомогою голосових команд.

Інтернет-маркетинг вимагає все більшої уваги до аналітики. На додаток загострена стурбованість власним здоров'ям стимулює людей до більш осмисленого споживання та використання цифрових каналів з метою лікування чи профілактики захворювань.

Сучасний холістичний підхід до здоров'я розглядається не лише як відсутність хронічних захворювань у людини як таких, а як стан її загального добробуту та благополуччя у сукупності фізичних, духовних, психічних та емоційних компонентів.

І в цифровому середовищі успішні компанії вдало користуються суспільними тенденціями та інтегруються в наше життя за допомогою інструментів діджитал терапії. Наприклад, чат-боти від фармацевтичних підприємств набувають усе більшої популярності поряд із запровадженням додатків зі штучним інтелектом, застосуванням принципів Big Data та ін. Wellness став глобальним трендом.

З ним пов'язані популярні сьогодні поняття екологічної обстановки, активного ритму життя, виникнення великої кількості публікацій під хештегом #healthy. Світова wellness-структура набуває все більших обертів.

Тому доказом є неймовірне зростання кількості замовлень на спеціалізованому сайті Iherb.

У 2020 р. витрати на мобільні додатки в категорії «Здоров'я та фітнес» у Європі зросли на 70,2%.

Серед найбільш популярних за кількістю завантажень додатки для відслідковування контактів з хворими на COVID-19, але все ж активно завантажують і додатки, що стосуються підтримки стану здоров'я на належному рівні та допомагають слідкувати за душевною рівновагою.

Таким чином, значні зрушення в галузі оздоровлення вже відбулися. Вона дедалі більше оцифровується через виникнення онлайн-помічників, особистих тренерів по здоров'ю у режимі онлайн, цілодобову підтримку користувачів тощо.

В усьому цьому різноманітті пропозицій сервісів компаніям важливо не розгубитися та вдало позиціонувати себе серед конкурентів, пропонуючи унікальні торговельні пропозиції.

Список використаних джерел

1. Ata S., Sezer A. (2021). Evaluating the effects of life satisfaction on impulse buying behavior in terms of online buying. *Marketing and Management of Innovations*, 1, 38-55.
2. Us Ya., Pimonenko T., Tambovceva T., Segers J-P. (2020). Green transformations in the healthcare system: the Covid-19 impact. *Health Economics and Management Review*, 1(1), 48-59. <https://doi.org/10.21272/hem.2020.1-04>.
3. Богуславская К. В Европе расходы на приложения для здоровья и фитнеса выросли на 70%. URL. : <https://vctr.media/v-2020-godu-raskhody-na-prilozheniya-dlya-zdorovya-i-fitnessa-vyrosli-57908/>
4. Кисиль Р. Как коронавирус повлиял на онлайн-рынки и изменил привычки людей. URL: <https://nv.ua/biz/experts/trendy-koronavirusa-hto-izmenilos-na-rynkah-onlayna-i-v-povedenii-potrebiteley-novosti-ukrainy-50115142.html>.
5. Летуновська Н., Сагер Л., Сигида Л. (2019). Формування стратегії випереджального інноваційного розвитку в умовах індустрії 4.0. *Економічний аналіз*, Том 29, № 2, 53-61.
6. Федорчак В. Ключові тренди інтернет-маркетингу в 2020 році. URL: <https://ag.marketing/trendi-internet-marketingu-v-2020/>.

СЕНСОРНИЙ МАРКЕТИНГ: ВИКОРИСТАННЯ КОЛЬОРУ ЯК СКЛADOVA МЕХАНІЗМУ ДОСЯГНЕННЯ МАРКЕТИНГОВИХ ТА РЕКЛАМНИХ ЦІЛЕЙ

к.е.н. Лісеній Є. В.,

Коверга А. С.

Харківський національний університет імені Н. В. Каразіна

(м. Харків, Україна)

Сучасні маркетологи стверджують, що сенсорний маркетинг допомагає виробити у людини умовний рефлекс – чітку асоціативну базу мелодій, звуків, запахів, кольорів, пов'язану з певними брендами. Одним з найвпливовіших інструментів сенсомаркетингу (*sensorymarketing*) є колір. Вдале колірне оформлення інтер'єру приваблює покупців, створює особливу атмосферу, сприяє комфортному проведенню часу. Застосування різноманітних кольорів в рекламі має здатність істотно впливати на психоінтелектуальний стан людини, схилиючи її до прийняття рішень про покупку. Як показують спеціальні дослідження, 80% кольору і світла «поглинаються» нервовою системою і тільки 20% – зором. Сучасне сприйняття кольорів споживачами сягає початку історії людства, коли за кожним кольором закріпились певні асоціативні архетипи: жовтий – колір дня і сонця, у свідомості людей пов'язується з активністю і енергією, синій – з сутінками, ніччю, а значить, зі спокоєм та відпочинком, зелений асоціюється з рослинами, природою та викликає почуття захищеності та рівноваги тощо [1, с. 56]. З плином часу система психологічного сприйняття людей набула значних видозмінень та ускладнень. Зараз візуальне сприйняття кольорів є невід'ємною складовою механізму досягнення маркетингових та рекламних цілей. Психологія кольору є важливою частиною комунікаційних каналів між виробником та споживачем.

Сучасні вчені, що займаються детальним дослідженням цієї теми (М. Мальсагова, С. Сисоєва, О. Бучинська, М. Михайлова), наголошують, що на формування асоціацій, зумовлених кольором, впливає ряд факторів, пов'язаних

насамперед з процесом історичного та культурного розвитку суспільства в різних країнах. Відповідно, стратегії кольорового маркетингу будуть відрізнятися в залежності від особливостей менталітету та культури в різних частинах світу. Попри те, існують загальні уявлення про символіку кольорів, що розповсюджені у більшості суспільств та можуть бути описані наступним чином.

Червоний колір виступає уособленням сильних емоцій: хвилювання, пристрасі, кохання, рішучості, у негативному ключі – агресії, гніву, небезпеки. Споживачі схильні краще помічати рекламу цього кольору, що може бути вигідно використано у сфері маркетингу. Рекомендовані сфери застосування цього кольору – гастрономія, модна індустрія, спорт, а ще тотальні розпродажі.

Асоціації стосовно *помаранчевого* здебільшого позитивні. Він символізує благополуччя, тепло, радість, але також може трактуватися як символ агресії подібно до червоного. Використання помаранчевого кольору в рекламі зазвичай орієнтовано на молодих та імпульсивних споживачів.

Жовтий переважно несе в собі оптимізм і життєрадісність, але при надмірному використанні може викликати збудження та почуття тривоги. Також слід зазначити, що різні відтінки цього кольору викликають різні почуття: жовтогарячий співвідноситься з доброзичливістю, золотий – з розкішшю та владою, а лимонний, навпаки – з ненадійністю та незначністю [2, с. 24].

Зелений колір асоціюється з природою та здоров'ям, викликає відчуття спокою, гармонії та балансу. Другим асоціативним його ланцюгом співвідношення з грошима, багатством, стабільністю та впевненістю. Часто застосовується у лікарській та банківській справі, у сфері екології, туризму та освіти. Однак поодиноке використання зеленого може викликати відчуття нудьги та млявості, тож рекомендується комбінувати його з іншими кольорами.

Синій або блакитний колір стимулює увагу, допомагає зосередитись та сприяє продуктивності. Асоціюється зі спокоєм та надійністю, викликає почуття безпеки та довіри до бренду [1, с. 56]. Є одним з найвдаліших кольорів для реклами, адже здатен одночасно заспокоювати покупця та спонукати його до активних дій [2, с.26]. У використанні майже універсальний.

Фіолетовий, особливо яскраво-фіолетовий, має потужний вплив на психіку людини, викликає сильні почуття, концентрує увагу підкреслює креативність бренду. Вдалим буде його застосування у творчій, косметичній, освітній сфері.

Рожевий у суспільстві сприймається як «жіночий» колір, символ ніжності, кохання, пристрасі. Іноді рожевий співвідносять з дитинством, приємними спогадами, а також творчістю. Цей колір здебільшого використовують, орієнтуючись на дитячу та жіночу аудиторію [3, с. 159].

Білий колір у брендингу сприймається нейтрально. Текстовий матеріал на білому тлі легше сприймається і засвоюється. Однак, слід бути обережним при використанні цього кольору в маркетингу, бо він може викликати нудьгу або губитися на фоні інших рекламних матеріалів. Рекомендується для використання у медичній та релігійній сфері, а також для реклами гігієнічних товарів.

Хоча *чорний* довгий час асоціювався зі злом чи скорботою, у сучасному маркетингу він символізує владу, стабільність, розкіш, особливо в комбінації з золотим. Чорний колір приваблює покупців консервативністю, лаконічністю та вишуканістю, особливою популярністю користується серед чоловічої аудиторії.

Отже, кожний колір викликає досить неоднозначні асоціації у людини. Завдання маркетолога – використовувати цю властивість, адже правильний підбір кольорової гами спричиняє прояв тих чи інших емоцій у покупця та впливає на його рішення про покупку. Ознайомлення з властивостями кольорів дозволяє налагодити якісний зв'язок з клієнтом та підвищити обсяги продажів.

Список використаних джерел

1. Мальсагова М. И. Символика цвета и маркетинговые коммуникации. *Проблемы современного образования*. 2019. №2. С. 55-58. URL: <http://www.pmedu.ru/index.php/ru/2019-god/nomer-2>
2. Сысоева С. В. Использование цвета в рекламе. *Сибирский торгово-экономический журнал*. 2011. Вып. 12. С. 147-149. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/ispolzovanie-tsveta-v-reklame>.
3. Зубкова В. Е., Цявук А. О. Колір має значення: в чому полягає використання кольору в маркетингу та брендингу? *Молодіж. наук. вісн. УАБС НБУ, Серія: Екон. науки*, 2014, №8. С. 157-163.

ІНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГІЇ ТА ІНСТРУМЕНТИ ОНЛАЙН-ПРОСУВАННЯ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

к.е.н., доцент Мізіна О. В.

ДВНЗ «Донецький національний технічний університет»

(м. Покровськ, Україна)

Питанням розгляду реалізації маркетингової стратегії підприємств з використанням різноманітних Інтернет-технологій, перспектив розвитку Інтернет-маркетингу взагалі та його використання у соціальних мережах в останні часи приділяється все більше уваги. Серед авторів таких досліджень можна назвати наступних: Шляга О. В. [1], Андрушкевич З. М. [2], Кінаш І. А. [3]. У звіті «Цифрові технології 2020» (Digital 2020), що підготовлено сумісно компаніями We Are Social та Hootsuite, стверджується, що кількість користувачів соціальних мереж у 2020 році переткнула позначку в 3,8 млрд. (що складає 9% приросту за рік), а загальна кількість користувачів Інтернету – в 4,5 млрд. осіб (7% приросту за рік) [4]. Більшість компаній зацікавлено у своєму представництві у соціальних мережах, а компанії, які не передбачили цього у своїх маркетингових стратегіях, втрачають широкі можливості залучення цільової аудиторії.

Впровадження Інтернет-технологій грає величезну роль в підвищенні ефективності процесу управлінської діяльності фірм. Сучасна увага к інтегрованим маркетинговим комунікаціям (ІМК), які за визначенням П. Сміта являють собою «взаємодію всіх форм комплексу комунікацій, при якому кожна форма комунікацій має бути інтегрована з іншими інструментами маркетингу і підкріплена ними для досягнення максимальної економічної ефективності» [5] посилює ці тенденції, так як Інтернет-комунікації насправді являють собою ті нові сучасні інструменти, що можуть ефективно доповнити та «підкріпити» класичний комплекс маркетингових комунікацій.

Основні засоби комплексу маркетингу звичайно мають свої особливості в Інтернеті. Так, наприклад, дуже часто використовується банерна реклама (у

тому числі в банерообмінних мережах) або платне розміщення рекламних матеріалів фірми серед інформаційних матеріалів різних контент-ресурсів, форми входу на сайт з інших сайтів, текстові написи на масово відвідуваних ресурсах та інше. Стимулювання збуту в Інтернеті відбувається шляхом знижки при купівлі через сайт, проведенням конкурсів, опитуванням на власному сайті в Інтернеті й т. д. При цьому отримуються такі переваги, як оперативність в представленні рекламної інформації, зручність в пошуку та сортуванні цін та модифікацій товарів за заданими критеріями, а більш дешеве розміщення інформації в Інтернеті, надає змогу представляти більше цінових пропозицій.

Поява Інтернету призвела також до бурхливого розвитку e-commerce (електронної комерції). За даними різних досліджень обсяг продажів у цій сфері поступово поглинає світовий роздрібний ринок (за оцінками на кінець 2021 року на e-commerce буде припадати близько 17,5% загального обсягу світових роздрібних продажів). Вже зараз широке розповсюдження отримали магазини, що працюють виключно онлайн, а фізичні магазини перебудовують інфраструктуру, намагаючись перевести частину свого бізнесу з офлайн в онлайн. Тенденція, коли використовується декілька каналів (фізичних та цифрових), стає все більш популярна серед покупців та вимагає досліджень продавців на e-commerce ринку стосовно питань що, коли, де, як, навіщо покупають. Тенденцію стає також створення в соціальних мережах власних сторінок фірм та магазинів, де можна ознайомитись з товаром, задати запитання продавцю, замовити товар. Чим більше каналів продажу використовується, тим більше імовірність збільшення середньої вартості замовлення. Підвищення ефективності діяльності потребує інтегрування різноманітних онлайн та офлайн майданчиків в єдиний маркетинговий канал.

Одна з найбільш конкурентних ніш, що швидко розвиваються в онлайн-продажах – електроніка та побутова техніка. Аналіз відвідуваності українських Інтернет-магазинів електроніки та побутової техніки дозволяє наочно побачити наявні тенденції в цій сфері. Дослідження були спрямовані на наступні категорії товарів, за якими особливо помітно зростає продаж: мобільні

телефони; велика і дрібна побутова техніка; телевізори, SmartTV; комп'ютери і комплектуючі.

Щодо телевізорів та групи планшетів, комп'ютерів і комплектуючих до них (відеокарт, блоків живлення і ін.) дослідження за даними компанії «Promodo» [6] виявило, що після традиційного весняного падіння попиту найбільш піковими періодами з точки зору запитів (і, відповідно, продажів) є листопад-грудень (для комп'ютерів також січень). Причому тренд є досить рівномірним, з найменшим числом запитів у квітні-травні.

Стосовно запитів щодо мобільних телефонів, тренд не настільки рівномірний. Скоріш за все, це пов'язано з досить частим виходом оновлень та появою новинок, не розкуплені моделі морально застарівають, тому ритейлери намагаються позбавитися від них проведенням регулярних розпродажів. Загальна тенденція до пікового зростання в грудні присутня, але при цьому попит на гаджети на кінець грудня є порівняним за обсягами з січневим – багато магазинів продовжують сезон новорічних розпродажів до Різдва.

Динаміка пошукових запитів щодо великогабаритних покупок (холодильники, пральні машини, кондиціонери і т. п.) демонструє трохи іншу поведінку – вони поступово ростуть в перші літні місяці, потім обвалюються в серпні-вересні і знову починають зростати, досягаючи максимуму до кінця року. У змінах попиту на більш дрібну побутову техніку не відбувається такого значного скорочення на початку осені, проте зростання призначених для користувача запитів куди більш виражено у грудні, ніж це було в попередньому випадку.

Аналіз запитів в найпопулярніших Інтернет-магазинах електроніки та побутової техніки України в розрізі основних каналів залучення відвідувачів на сайт допомагає надати уявлення про доцільність використання тих чи інших інструментів просування товарів. За даними 2018 року в часи пікових запитів у грудні лідером по відвідуваності був сайт rozetka.com.ua (відповідного Інтернет-магазину) з відвідуваністю 1 359 000 користувачів в місяць. На другому місці знаходилось comfy.ua, foxtrot.ua закріпився на третьому місці. У

п'ятірку лідерів в цьому місяці також увійшли eldorado.ua і allo.ua. Всі лідери одночасно виявились лідерами і за динамікою прямого трафіку, що складається з відвідувачів, які здійснюють перехід безпосередньо на сам сайт, а не з інших каналів. Найбільше прямих переходів спостерігається у comfy.ua - 509 000, 2-ге місце посідає rozetka.com.ua – 493 000, 3-тє – eldorado.ua з 209 000. Всі ці магазини мають досить високий рівень довіри до себе та свою цільову аудиторію. Крім використання інструментів Інтернет-маркетингу на інтенсивність використання такого каналу також впливає реклама в оф-лайн і якість роботи в офлайн-магазинах.

Органічний трафік складають особи, що знайшли сайт за певним запитом у пошуковій системі. Вважається, що органічний трафік неоплачуваний, а трафік, який генерує контекстна реклама – платний. Дослідження виявило просідання у грудні за органічним трафіком foxtrot.ua та comfy.ua, що пов'язано з листопадним сезоном розпродажів («чорна п'ятниця», «кіберпонеділок») та новорічними розпродажами у грудні. Але разом з тим, ці магазини в даний період приділили більшу увагу контекстній рекламі із відповідним збільшенням бюджету на неї. Більшість лідерів на цьому полі розуміють необхідність збільшення бюджетів на відповідні цілі у визначенні періоди, так як втрата конкурентних позицій може привести до значно більших фінансових втрат.

На збільшення охоплення та пізнаваності компанії серед цільової аудиторії найбільше спрямована медійна або банерна реклама, що демонструє склад її користувачів з набору не самих на сьогодні відомих компаній (stell.ua, avic.ua, ttt.ua та інші). Але ця реклама також досить активно використовується рекламодавцями для повернення користувачів, які раніше вже виявляли інтерес до бренду (в складі користувачів реклами присутні eldorado.ua та allo.ua)

Якщо продавець має обмежені ресурси (бюджет, терміни і т. д.), то з точки зору ефективності краще пропрацювати SEO, PPC і Email. Серед різних інструментів digital-маркетингу однією з найнижчих є вартість транзакції в email-розсилках, так як робота іде з лояльною та підготовленою аудиторією. Цікаво, що Інтернет-магазини, які займають топ-5 позицій за обсягом трафіку,

залученого через email-розсилки займають відповідно і топ-5 позицій за загальним обсягом трафіку. Основними генераторами трафіку серед соціальних медіа є YouTube і Facebook. Популярність Youtube обумовлена тим, що люди хочуть не просто знати характеристики та ціну товару, а й почути експертну думку щодо доцільності його купівлі, переваг над аналогами і т. п.

Таким чином, на прикладі огляду однієї з найбільш конкурентних ніш в сфері e-commerce (продажі електроніки та побутової техніки) досліджено ключові тренди в онлайн-продажах українських Інтернет-магазинів та окреслено напрями розробки стратегії онлайн-просування, виходячи з цілей і обмежень. Різноманіття цілей маркетингових стратегій – від зростання пізнаванності окремого бренду до збільшення загального обсягу продажів - потребує різної уваги до складових комплексу маркетингу, але у будь-якому випадку використання окремих інструментів Інтернет-маркетингу, як і окремих каналів Інтернет-комунікацій без врахування їх особливостей та особливостей відповідної Інтернет-аудиторії не лише не призводить до підвищення ефективності діяльності, а може мати наслідком зайві фінансові та іміджеві втрати та зменшення кола покупців.

Список використаних джерел

1. Шляга О. В. Перспективи розвитку Інтернет-маркетингу. *Вісник Одеського національного університету. Серія : Економіка*, 2019. Т. 24. Вип. 6. С. 95-99. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vonu_econ_2019_24_6_18 (дата звернення 24.03.2020).
2. Андрушкевич З. М. Інтернет-маркетинг у соціальних мережах. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*, 2014. № 2(1). С. 163-166. URL: <http://elar.khnu.km.ua/jspui/handle/123456789/1858> (дата звернення 24.03.2020).
3. Кінаш І. А. Реалізація маркетингової стратегії підприємства з використанням Інтернет-технологій. *Інноваційна економіка*, 2013. № 2. С. 367-370. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/inek_2013_2_82 (дата звернення 24.03.2020).
4. Digital 2020. website. URL: <https://wearesocial.com/blog/2020/01/digital-2020-3-8-billion-people-use-social-media#> (дата звернення 24.03.2020).
5. Смит П. Маркетинговые коммуникации. Интеграционные достижения: Монография. Москва, 1993. 295 с.
6. Офіційний сайт компанії «Promodo». website. URL: <https://promodo.ua/company>.

ЕВОЛЮЦІЯ ПОГЛЯДІВ НА КОМПЛЕКС МАРКЕТИНГУ

Никитін К. О.,

д.е.н., доцент Ягельська К. Ю.

Донецький національний технічний університет

(м. Покровськ, Україна)

Перехід України до ринкових відносин зумовив перегляд принципів управління підприємством. Орієнтація виробників на запити споживачів, конкуренція, вплив науково-технічного прогресу на всі сфери життя визначили в якості основи управління господарською діяльністю підприємства маркетинг. Разом з тим, традиційні методи маркетингу, на які спирався бізнес, з роками все більше втрачають дієвість і не працюють в нестандартних ситуаціях, яких в сучасному бізнес-середовищі дедалі більше. В цих умовах спостерігається оновлення маркетингових концепцій з метою задоволення сучасного широкого діапазону інтересів.

Зміні парадигм в теорії маркетингу присвячено велику кількість робіт як зарубіжних вчених, так і вітчизняних дослідників, в яких зроблені спроби класифікації маркетингових підходів та виявлення логіки розвитку маркетингової теорії. Вагомий внесок у розроблення теоретичних засад формування та управління комплексом маркетингу підприємства здійснили Г. Армстронг, Н. Борден, Дж. Еванс, Ф. Котлер, Ж.-Ж. Ламбен, М. Портер та інші відомі вчені. Серед вітчизняних науковців, які поглибили наукові засади маркетингу, слід згадати Л. Балабанову, С. Гаркавенко, В. Герасимчука, В. Кардаша та інших дослідників. Зазначимо, що здебільшого дослідження та удосконалення методик проводилися для комплексу «4Р», у той час, як додаткові елементи комплексу маркетингу залишилися без належного опрацювання. Метою роботи є дослідження еволюції підходів до комплексу маркетингу, та систематизація та їх ключових атрибутів.

Загальновизнаним підходом до визначення сутності маркетингу є трактування його з позицій комплексу маркетингу (маркетинг-мікс), що

розглядається як концепція просування підприємства і товарів на ринку за допомогою різних маркетингових моделей. Термін «маркетинг-мікс» був уперше введеним в 1953 р. Н. Борденом (на підставі праць Дж. Каллітона) у президентському звертанні до Американської маркетингової асоціації [1, с. 145]. Класична версія такої моделі запропонована Дж. Маккарті і називається «4Р», тому що складається з чотирьох напрямків, що узагальнюють відповідні маркетингові інструменти та починаються з літери «Р»: продукт (Product), ціна (Price), місце (Place), просування (Promotion) [2, с. 362].

Product – це набір товарів або послуг, що пропонується ринку підприємством та включає технічні і комерційні характеристики продукту, що формують вигоду від його використання, тобто сюди також входять упаковка, дизайн і колірна гамма. Продукт, як елемент комплексу маркетингу, безпосередньо пов'язує маркетинг і виробництво, а також стратегію підприємства, орієнтовану на маркетинг. Price – ціна виступає єдиним елементом комплексу, що приносить прибуток, формуючи його цінність для споживача. Серед цінових стратегій можна виділяють три ключових напрямки: за рівнем цін на нові товари, за ступенем зміни ціни, за ступенем диференціації товарів і споживчих цін. Promotion – це окремий напрямок розвитку стратегічних завдань маркетингу, зокрема: стимулювання сфери торгівлі (посередників); стимулювання працівників підприємства, що займаються збутом; стимулювання покупців; стимулювання продавців. До просування відносяться всі види реклами, прямі продажі, стимулювання попиту, PR. Place (місце) або збут і дистрибуція, включає в себе багато аспектів, зокрема, це поєднання принципів маркетингу і логістики, що включає оптимізацію каналів збуту. Відповідно до цієї концепції, організації в межах маркетингової діяльності розробляють і реалізують продуктову (товарну), цінову, збутову і комунікаційну політику. Це забезпечується на основі відповідності комплексу маркетингу «4Р» виробника (продавця) комплексу «4С» споживача (клієнта): «customer needs and wants» (потреби і бажання споживача), «cost to customer» (витрати клієнта), «convenience» (зручність), «communication» (комунікація) [1,

с. 145]. На сучасному етапі розвитку економіки комплекс маркетингу є базовим в теорії та практиці маркетингової діяльності, але в умовах динамічності ринкового середовища та змін споживчих цінностей концепція «4Р» зазнала певних доповнень. Відповідно, розвиток концепцій зумовлено пошуком найбільш ефективного поєднання інструментів маркетингу, який би забезпечив конкурентні переваги на ринку. Науковці, беручи за основу сформовану концепцію, доповнюють її новими елементами, що об'єднуються у такі моделі як «6Р», «7Р», «8Р», «10Р», «12Р» тощо [3, с. 439] (табл. 1).

Таблиця 1 – Еволюція комплексу маркетингу

Модель	Елементи	Зміст
1	2	3
4Р	Продукт, Ціна, Дистрибуція / Місце, Просування	Товари і послуги, що пропонуються на ринку. Сума грошей, що необхідно сплатити споживачеві для отримання товару, послуги. Збутова діяльність. Розповсюдження інформації та переконання покупців у перевагах товарів і послуг підприємства
4Р+1S	Продукт, Ціна, Дистрибуція / Місце, Просування, Обслуговування	Підвищується значущість сервісного обслуговування
5Р	Продукт, Ціна, Дистрибуція / Місце, Просування, Персонал (Пакування або Паблік рилейшнз)	Підвищується значущість рівня кваліфікації та професіоналізму працівників
5Р+1S	Продукт, Ціна, Дистрибуція / Місце, Просування, Персонал, Обслуговування	Враховується значущість сервісного обслуговування і кваліфікації персоналу
6Р	Продукт, Ціна, Дистрибуція / Місце, Просування, Персонал, Паблік рилейшнз	Популяризація позитивних особливостей фірми через ЗМІ
7Р	Продукт, Ціна, Дистрибуція / Місце, Просування, Люди, Процес, Фізичний атрибут	Додається процес вибору товару чи надання якісних послуг та матеріальне втілення наданої послуги.
8Р	Продукт, Ціна, Дистрибуція / Місце, Просування, Люди, Процес, Фізичний атрибут, Психологічне сприйняття	Психологічні асоціації покупця з приводу підприємства та його товарів і послуг
10Р	Продукт, Ціна, Дистрибуція / Місце, Просування, Люди, Персонал, Купівля, Апробування, Паблік рилейшнз	Учасники купівлі-продажу. Засіб зберігання товару та елемент наочного відображення бренду. Передумови та наслідки ухвалення рішення про

Закінчення таблиці 1

1	2	3
		купівлю. Перевірка на практиці. Створення позитивного іміджу підприємства, продукції, послуг
12Р	Продукт, Ціна, Дистрибуція / Місце, Просування, Паблік рилейшнз, Люди, Персонал, Процес, Упаковка, Купівля, Навколишнє середовище, Прибуток	Підвищується роль енвайромент-маркетингу
	Продуктова політика, Цінова політика, Дистрибуція / Місце, Точки контакту, Внутрішній маркетинг, Процес продажів / обслуговування, Точки / канали зворотного зв'язку, Позиціонування / диференціація, Залучення споживача, Просування і паблік рилейшнз, Програми лояльності, Політика соціальної відповідальності	Враховуються умови, створені для ефективного збуту продукції. Дохід за відрахуванням витрат.

Джерело: узагальнено на основі [1; 3].

Отже, існує багато підходів до складових комплексу маркетингу, вибір яких залежить від конкретного продукту і підприємства. Однак базова система засобів маркетингу включає чотири основні складові, а нові концепції, що виникають, включають інструменти, що характеризують традиційні. На наш погляд, доцільним є використання оптимального «набору» елементів комплексу маркетингу, який є стандартним у всіх сферах і галузях – «5Р»: товар, ціна, просування, розподіл, персонал.

Список використаних джерел

1. Мамалига С. В., Лоїк І.І. Сучасні підходи до трактування маркетинг-міксу. *Збірник наукових праць ВНАУ*. 2012. №4 (70). Т. 2. С. 144-149.
2. Кадирус І. Г., Юрченко Н. І. Комплекс маркетингу: сутність, поняття та складові. *Сучасні процеси трансформації у бізнесі та виробництві: теорія, методологія, практика (фінансовий сектор, аграрна галузь та сфера послуг): монографія* / за ред. Л. М. Савчук, Л. М. Бандоріної. Дніпро, 2019. С. 360-369.
3. Язвінська Н. В., Тимченко Н. В. Еволюція в управлінні комплексом маркетингу: застосування моделі «7Р» на підприємствах промислових пралень. *Економічний вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут»*. 2016. № 13. С. 437-445.

СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО МАШИНОБУДУВАННЯ

к.е.н., зав. кафедрою маркетингу та менеджменту Павлова О.В.

Економіко-технологічний інститут ім. Роберта Ельворті

(м. Кропивницький, Україна)

В сучасних умовах посилення конкурентної боротьби між товаровиробниками для кожного підприємства невід'ємним і необхідним атрибутом сучасної успішної компанії є розробка ефективної стратегії підвищення конкурентоспроможності продукції.

Практичні питання та теоретико-методологічні основи стратегічного управління конкурентоспроможністю продукції відображені в працях вчених-економістів Р. Фатхутдінова, М. Портера, Ф. Котлера, О. Кузьміна тощо.

Проте, незважаючи на численні дослідження, недостатньо дослідженими залишаються питання стратегічного управління конкурентоспроможністю саме продукцією сільськогосподарського машинобудування.

Мета дослідження полягає у розробленні механізму підвищення ефективності стратегічного управління рівнем конкурентоспроможності продукції підприємств сільськогосподарського машинобудування.

Умови забезпечення високого рівня конкурентоспроможності на сучасному ринку техніки для АПК характеризується високими вимогами споживача до продукції, що випускається, затребуваністю додаткових, супроводжуючих продаж товарів послуг, посиленням індивідуалізації вимог споживачів.

В таких умовах система стратегічного управління на промисловому підприємстві повинна мати властивість генерації множинності управлінських реакцій на зміни зовнішнього середовища. В результаті найбільш актуальним в цій ситуації стає ситуаційний підхід до стратегічного управління, який слід використовувати в якості основного [2].

Підвищення рівня конкурентоспроможності продукції буде забезпечувати

оптимальне та ефективне використання наявних ресурсів підприємства, дозволить найбільш ефективно спланувати маркетингову діяльність щодо виходу на нові ринки збуту продукції, підвищить сервісне обслуговування, за рахунок найбільш повного забезпечення потреб споживачів.

Для того, щоб забезпечити ефективне управління рівнем конкурентоспроможності продукції необхідно виробити відповідну стратегію, яка буде ґрунтуватися на регулюванні основних показників, що визначають конкурентоспроможність продукції. В цьому випадку об'єктами управління будуть показники, які поступаються аналогічним показникам конкурентних товарів, при цьому за базові можуть використовуватися ті показники, які будуть відповідати найбільшому рівню конкурентоспроможності.

Модель стратегічного управління буде розглянута на прикладі одного з найбільших підприємств сільськогосподарського машинобудування України – АТ «Ельворті».

Так, загальна стратегія розвитку акціонерного товариства орієнтована на виконання його місії та цілі за окремими напрямками діяльності – виробничої, фінансової, виготовлення продукту, маркетингової тощо.

Проведені розрахунки, щодо оцінки рівня конкурентоспроможності сільгосптехніки визначають наступні рекомендації щодо удосконалення продукції АТ «Ельворті»:

- необхідно спрямувати ресурси підприємства саме на ті сегменти, де продукція буде найбільш конкурентоспроможною;
- розробити та впровадити заходи, які будуть підвищувати рівень якості оприскувачів виробництва АТ «Ельворті» за рахунок зниження собівартості виготовлення продукції, та за рахунок впровадження у процес виробництва інноваційних технологій;
- запровадити систему «бережливого виробництва»;
- розробити додаткові сервісні послуги для того, щоб мати додаткову перевагу у споживачів, збільшити строк гарантійного обслуговування техніки, забезпечити наявність та своєчасність доставки комплектуючих;

- більш активно займатися просуванням продукції АТ «Ельворті» у соціальних мережах та рекламувати продукцію у ЗМІ за рахунок акцентування уваги споживача на перевагах продукції, що випускається;

- систематично проводити оцінювання конкурентоспроможності продукції для виявлення можливостей її збільшення за рахунок ефективного управління її рівня; розробити комплексну програму підвищення рівня конкурентоспроможності продукції, яка буде заснована на регулюванні та управлінні основними показниками, що забезпечують певний рівень конкурентоспроможності на ринку [2; 3].

Можна виділити три види стратегій, які будуть направлені на підвищення рівня конкурентоспроможності продукції АТ «Ельворті»:

- перша стратегія буде пов'язана з оптимальним співвідношенням технічних характеристик та ціною продукції;

- друга стратегія буде направлена на регулювання сервісного обслуговування та маркетингового просування продукції на ринку;

- третя стратегія по суті буде комбінованою формою першої та другої стратегій.

Так, можна зазначити, що більшість продукції, яка випускається вітчизняними товаровиробниками не відповідає світовим нормам, щодо технічного рівня, надійності, продуктивності, та якості продукції. Тому головним напрямом роботи конструкторів АТ «Ельворті» має бути створення нового покоління сільськогосподарської техніки, яка би за своїм технічним рівнем відповідала кращим світовим аналогам.

При формуванні цінової політики необхідно враховувати не тільки техніко-економічні показники продукції, а й рівень платоспроможності споживачів того сегменту ринку на якому буде відбуватися реалізація продукції.

Крім того, для підвищення рівня конкурентоспроможності сільськогосподарської техніки необхідним є підвищення рівня технічного сервісу, який передбачає не тільки обслуговування техніки, а й надання додаткових сервісних послуг таких як, передпродажна підготовка техніки,

реалізація запасних частин, навчання операторів техніки, ремонт техніки у післягарантійний та гарантійний періоди.

Пріоритетність вибору стратегії залежить головним чином від фінансової спроможності товаровиробників соціально-економічного розвитку країни, характеристик ринків збуту та потреб потенційних споживачів. Практична реалізація впровадження стратегії повинна здійснюватися на основі розроблення конкретних заходів, спрямованих на підвищення ефективності виробництва аграрної техніки.

Таким чином, можна зазначити, що процес стратегічного управління рівнем конкурентоспроможності продукції на підприємстві має передбачати розробку заходів, щодо збільшення випуску нової сільськогосподарської техніки, яка користується підвищеним попитом у споживачів, ціни на яку будуть нижче, ніж у конкурентів, а якісні характеристики вище.

Це дозволить суттєво скоротити витрати, покращити виробничий процес, досягти високого рівня прибутковості діяльності, підвищити рівень продуктивності праці, та підвищити рівень конкурентоспроможності продукції як на внутрішньому так і на зовнішніх ринках.

Список використаних джерел

1. Аграрний сектор України. Статистика. URL: <http://agroua.net/statistics> (дата звернення: 21.03.2021).
2. Павлова О. В., Алексєєва Л. М., Педь І. В. Управління стратегіями розвитку на підприємствах сільськогосподарського машинобудування . *Приазовський економічний вісник*. 2020. №3 (20). С. 112-117. DOI: <https://doi.org/10.32840/2522-4263/2020-3-20> (дата звернення: 20.03.2021).
3. Офіційний сайт АТ «Elvorti». website. URL: <https://www.elvorti.com> (дата звернення: 21.03.2021)
4. Сучасні форми конкурентної взаємодії суб'єктів господарювання: монографія / Ж. В. Поплавська, Н. Л. Михальчишин, М. Л. Данилович-Кропивницька, О. В. Гошовська, С. О. Комаринець; за заг. ред. Ж. В. Поплавської. Львів, ТОВ «Галицька видавнича спілка», 2019. 201 с.

UX-ДОСЛІДЖЕННЯ ЯК СПОСІБ МІНІМІЗАЦІЇ РИЗИКІВ НА РИНКУ НОВИХ ПРОГРАМНИХ ПРОДУКТІВ

Пелехацький Д. О.,

к.е.н., доцент Янчук Т. В.

Донецький національний університет ім. Василя Стуса

(м. Вінниця, Україна)

Останні кілька років компанії все частіше стикаюся з неприємною тенденцією – дизайнери, при розробці продукту, схильні забувати про своїх потенційних користувачів. Це виражається в тому, що спершу вони розробляють продукт, а вже потім починають шукати його цільову аудиторію (ЦА). В результаті, користувачі, для яких в загальному-то цей продукт спочатку розроблявся, зазнають труднощів і припиняють його використовувати.

UX-дослідження дозволяють компанії перевірити базові продуктові гіпотези на самому ранньому етапі, ще до того, як до процесу підключаються розробники. В результаті компанія може скорегувати новий продукт «на стадії котловану», коли виправлення помилки не змусить створювати весь продукт з початку. UX-дослідження – це аналітика, яка допомагає зрозуміти потреби користувача, його почуття, емоції [1].

Наприклад, під час розробки нового програмного продукту, метою UX-дослідження є формування кращого уявлення про те, як користувачі сприймають інтерфейс, які у них виникають труднощі і чому. Для власників продукту це можливість упевнитися, що клієнти розуміють сенс їхнього продукту. Дизайнерам це дає швидкий зворотний зв'язок від користувачів – вони можуть наживо побачити, як реальні, непідготовлені люди взаємодіють з їх макетами. При цьому немає необхідності задіяти фронт-розробників.

Процес проведення UX-дослідження відбувається наступним чином, учасників дослідження занурюють в контекст і пропонують вирішити задачу. Далі потрібно поспостерігати за його діями – логіка користувачів може сильно

відрізнятися від уявлень розробників, і це нормально. Потрібно з'ясувати, чому людина діє так чи інакше, що його мотивує, а що заважає.[2]

Підсумок UX-дослідження – це карта взаємодії користувача з продуктом (Customer Journey Map) (рис. 1). Вона об'єднує в собі всі враження клієнта від продукту, його побажання на кожному кроці сценарію. Оформляється приблизно так – зліва опис цільового користувача, далі зібрані корисні дані про клієнтському досвіді по кожному етапу його «подорожі» [3].

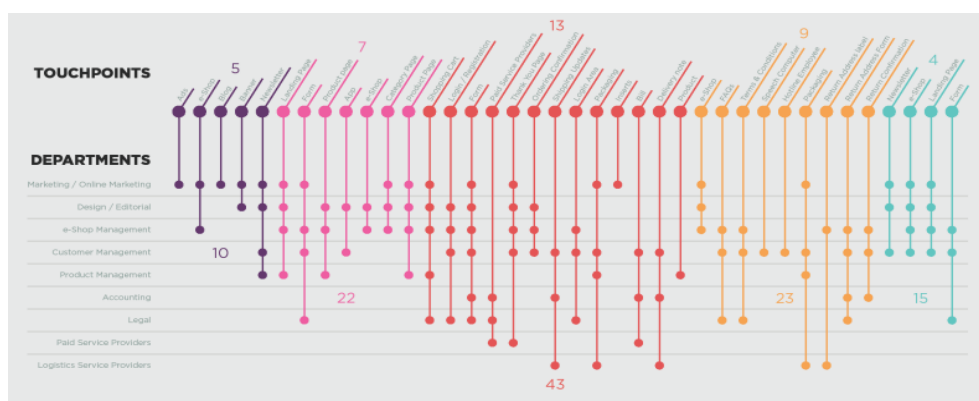


Рисунок 1 – Приклад карти взаємодії споживача

*Джерело <https://www.brightvessel.com/customer-journey-map-2019/>

На ранніх стадіях розробки найкраще використовувати якісні дослідження, які відповідають на питання «як» і «чому». Технології якісних досліджень бувають різні: глибинні інтерв'ю, фокус-групи, і т.д. Для наших цілей найбільше підходить метод юзабіліті-тестування, який проходить за наступними етапами (рис. 2):

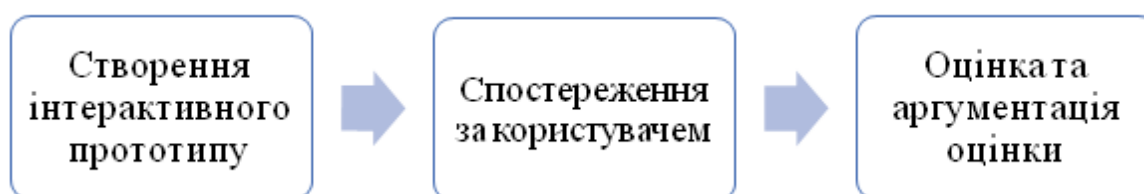


Рисунок 2 – Етапи проведення юзабіліті-тестування

Модератору будь-хто може задати питання, уточнити щось, поспілкуватися після проведення тесту. Чим більше правильних і своєчасних

питань буде задано, тим ефективнішими і цінними будуть результати тесту. Юзабіліті-тести можна проводити і без участі модератора, але - тоді результати будуть менш глибокими [4].

Сортуємо отримані дані по кроках сценарію, і завданням щоб оцінити змістовно, де і які труднощі виникали. Для кожного кроку ми підраховуємо у відсотках, скільки людей з ним впоралися, і формуємо загальну оцінку простоти. Відсоток проходження і оцінка простоти можуть і не корелювати, бували випадки, коли респонденти легко виконували поставлене завдання, але визнали, що в реальних умовах напевно забули б про ці функцію [5].

Методики UX-досліджень дозволяють швидко отримати перший зворотний зв'язок від потенційних або реальних клієнтів. А якщо продукт вже працює, зрозуміти, що можна покращити.

Отже, UX-дослідження дозволяють отримати комплексну інформацію про те, як йдуть справи в сценарії. Оцінити можливості формувати пропозиції щодо поліпшення. Розуміння про проблеми продукту надає можливість виставити пріоритети та оцінити, чи окупиться проект на етапі доопрацювання складного сценарію або від нього можна відмовитися. В загальному UX-дослідження дозволяють мінімізувати ризик, що на програмний продукт зазнає краху на етапі впровадження, що є беззаперечною конкурентною перевагою.

Список використаних джерел

1. Шевцов Е. Робимо життя користувача краще – UX-дослідження для початківців. 2020. URL: <https://tproger.ru/articles/ux-research/>.
2. Cochrane S. The Ultimate Guide to UX Research. 2020. URL: <https://maze.co/guides/ux-research/>.
3. Allen J. The 2020 UX Research Tools Map. 2020. URL: <https://www.userinterviews.com/blog/ux-research-tools-map>.
4. How UX research gets rid of costly bugs in products. 2021. URL: <https://vc.ru/design/213915>.
5. Ravi A. Creating a UX Research System: Making your work understood as a researcher. 2020. URL: <https://uxdesign.cc/creating-a-ux-research-system-making-your-work-understood-as-a-researcher-31c033caf450>.

ВИКОРИСТАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ПІДХОДІВ У МАРКЕТИНГУ В ПРОЦЕСІ ФОРМУВАННЯ ЛОЯЛЬНОСТІ СПОЖИВАЧІВ ДО ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

к.е.н., доцент Пилипенко О. С.

ДВНЗ «Донбаський державний педагогічний університет»

(м. Слов'янськ, Україна)

Динамічний і різновекторний розвиток роздрібної торгівлі в Україні визначає загострення конкуренції й зміну її характеру, обумовлює необхідність розширення області застосування засобів маркетингу в керуванні торговельними підприємствами. Водночас швидкі темпи глобалізації світової економіки, високий ступінь схожості товарів різних виробників та індивідуалізація запитів споживачів знижують ефективність цінових методів ведення конкуренції й застосування традиційних засобів маркетингу. У цьому зв'язку виникає необхідність використання інноваційних підходів у маркетингу й, зокрема, маркетингу відносин, заснованого на розвитку й підтримці довгострокових зв'язків зі споживачами, формуванні їхньої лояльності.

Слово «лояльність» у перекладі з французької або англійської («loyal») означає «вірний». Розглядаючи лояльність, у першу чергу, як вірність, можна говорити про прихильність і відданість як про синоніми лояльності. Поняття «прихильність» у словниках розглядається як відданість, схильність.

В маркетинговій літературі під «лояльністю споживача» звичайно розуміють як переважне бажання зробити повторну купівлю визначеного бренду. Механізм повторної купівлі включає в собі комбінацію багатьох складників. Стосовно природи існування лояльності споживачів існує наступна класифікація:

- транзакційна – це поведінська лояльність, яка спричинена ціновими факторами, зручністю купівлі, програмами стимулювання збуту (у такому разі споживач легко переключається на інший бренд чи продукт);

- перцепційна лояльність — лояльність відношення, яка проявляється ступенем задоволеності продуктом, ціною або споживчими властивостями;

- змішана — комплексна лояльність розглядається як комбінація двох вищезгаданих аспектів лояльності споживачів (споживачу зручно купувати бренд і він має емоційно відчувати уподобання та задоволеність) [3, с. 335].

Лояльність відображає всю систему відносин на рівні споживача, групи та суспільства і є результатом взаємодії покупця з середовищем і тими соціальними процесами, які відбуваються в суспільстві в цілому. Лояльність визначається складною, опосередкованою залежністю від цілого ряду факторів. На лояльність споживачів впливають так звані визначальні та додаткові фактори.

До визначальних факторів можна віднести наступні: асортимент товарів, рівень цін, якість товарів, місце розташування торговельного закладу.

До додаткових відносять наступні: кваліфікація персоналу, рівень сервісного обслуговування, оригінальні програми лояльності, комплекс маркетингових комунікацій та атмосфера торгового залу [5].

На визначальні фактори споживач реагує у першу чергу. Саме тому вони розглядаються більшістю фахівців у якості формуючих лояльність споживачів. Додаткові фактори характеризуються опосередкованим впливом на поведінку споживачів. Вони формують емоції і створюють переваги, які в подальшому стають стимулом, заради якого споживач буде відвідувати певні підприємства роздрібної торговельної мережі.

Чітке розуміння сутності та характеристик товарного асортименту дає змогу компанії найбільш вигідно для себе працювати на ринку, уникаючи недобросовісної конкуренції.

Застосувавши діагностику своєї асортиментної політики, підприємство може визначити перспективи подальшого розвитку асортименту на найближчий період, знайти резерви підвищення ефективності функціонування, розробити індивідуальні стратегії для різних груп товарів [2].

Для задоволення потреб споживача і отримання прибутку підприємства використовують різні стратегії знижок, а ціна і цінність товару базуються на його корисності, або задоволенні, що їх здобуває споживач і підприємство, що виробляє і пропонує товар.

Залежно від цінової системи заохочення клієнтів виділяють два основних види програм підвищення лояльності споживачів: дисконтні та бонусні програми.

Дисконтні програми надають своїм учасникам суцього матеріальну вигоду у вигляді повернення частини оплаченої вартості товару безпосередньо в момент покупки. Різновидом дисконтних програм є накопичувальні дисконтні програми. У цих програмах вигода учасників залежить від їхньої купівельної активності: чим частіше й на більшу суму вони купують, тим більшу вигоду одержують.

Однак, сама вигода при цьому залишається суцього матеріальною – економія грошей. На зміну дисконтним програмам приходять бонусні програми заохочення споживачів.

Суть їх полягає в тому, що споживач, здійснюючи покупки, одержує призові бонуси. Накопичивши обумовлену кількість бонусів, він може одержати приз. У даних програмах присутня не тільки матеріальна, а й емоційна вигода, що має прояв при одержанні потрібного й бажаного призу, оскільки споживач може вибрати його самостійно, у відповідності зі своїми потребами.

Одним із факторів впливу на лояльність споживачів до торговельного підприємства є якість товару. Під якістю продукції, як економічною категорією, розуміють відповідність властивостей та ознак товару вимогам і потребам кінцевих споживачів.

Наступний фактор впливу на лояльність споживачів до торговельного підприємства – це його місце розташування. Відомо, що вибір правильного місця розташування торговельного підприємства є ключовим чинником успіху [4].

Чинники, які притягують покупців у центр торгівлі:

- наявність різноманітних торговельних підприємств, що пропонують всеохоплюючий асортимент і вибір товарів та послуг;
- наявність банківських структур і відділень;
- гарні та не завантажені під'їзні шляхи, а також добре функціонуючий комунальний транспорт;
- наявність місця для відпочинку та розваг.

Маркетингові комунікації є одним із основних факторів визначення ефективності діяльності підприємства. Соціально-етичний напрямок діяльності обмежує можливість підприємств у виборі засобів просування продукції.

Тому, розробляючи маркетингові комунікації, доцільно розподілити їх на інструменти соціальної діяльності підприємства та інші засоби просування [7, с. 228].

Якщо говорити про заходи з просування, що сприяють здійсненню соціально-етичного впливу та, зокрема формуванню лояльності споживачів, ефективними є такі: реклама та PR, корпоративний сайт, виставки, періодичні акції для споживачів, мерчандайзинг, POSM, власні видання [7].

Практика свідчить про те, що при формуванні атмосфери в магазині в цілому або в кожній секції (відділі) необхідно враховувати вплив стимулів, що сформували поведінку відвідувача до входу в магазин. Атмосфера магазину – сукупність зовнішніх чинників, що присутні в торговому залі, роблять певний вплив на сенсорні рецептори і формують психологічний стан відвідувача.

Для формування атмосфери магазину використовують архітектуру, планування, візуальні компоненти, освітлення, кольори, музику, запахи, емоційний стан, адаптивні здібності, позитивне сприйняття товарів покупцями, що створюють в свідомості покупців певний образ торгового підприємства, підкреслюють його індивідуальність.

Візуальні компоненти атмосфери магазину використовуються як додаткові джерела інформації для полегшення сприйняття і пошуку потрібних товарів [1].

Для забезпечення високої якості результатів діяльності підприємства, підвищення лояльності клієнтів важливу роль відіграє професіоналізм торговельного персоналу. Співробітникам контактної зони важливо володіти вмінням входити в контакт зі споживачем, здатністю ненав'язливо з'ясувати його запити і запропонувати потрібний товар чи послугу.

Таким чином, у рамках маркетингу відносин для втримання споживачів за допомогою їхнього повного задоволення використовують програми підвищення їхньої лояльності.

Під програмою підвищення лояльності споживачів (loyalty programs) маємо на увазі набір дій, організованих таким чином, щоб стимулювати споживачів і відповідати їхнім вимогам, а також щоб звести до мінімуму втрати, а саме втрати в кількості споживачів і збільшити кількість продажів. Основним мотивом програм лояльності є надання покупцям вигід: матеріальних, емоційних, психологічних.

Список використаних джерел

1. Атмосфера торгового залу: як вплинути на збільшення обсягу продажів. URL: http://toplutsk.com/articales-article_529.html.
2. Березовська В. О. Значення асортименту при визначенні лояльності споживачів до роздрібних торговельних мереж. *Економічні науки*. 2011. № 7. URL: http://www.nbuv.gov.ua/portalsoc_gum/znepen/2011_71.
3. Богоявленський О. В. Управління лояльністю споживачів на вітчизняних і закордонних ринках як фактор підвищення конкурентоспроможності продукції. *Вісник економіки і промисловості*. 2011. № 36. С. 331-336.
4. Бориславська Н. О. Формування лояльності споживачів в контексті управління торговим маркетингом. *Сталий розвиток економіки*. 2011. № 2. С. 255-259.
5. Діброва Т. Г. Основні засади розробки програми лояльності на підприємстві. URL: http://probl-ekonomy.kpi.ua/pdf/2008_20. Pdf.
6. Райхельд Ф. Ефект лояльності: рушійні сили економічного зростання прибутку та цінності. Москва: Вільямс. 2013. С. 187-199.
7. Сержук А. В. Комплекс маркетингових комунікацій у соціально-етичній діяльності підприємства. *Інноваційна економіка*. 2011. № 3. С. 228-231.

БЕНЧМАРКІНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ ДЛЯ АНАЛІЗУ НАЙКРАЩИХ ПРАКТИК ПІДПРИЄМСТВ

Попенко А. М.,

к.е.н., доцент Буга Н. Ю.

Донецький національний університет ім. Василя Стуса

(м. Вінниця, Україна)

В сучасних умовах у будь-якій галузі відбувається досить жорстка боротьба за споживацьку прихильність. Не говорячи вже про відкриття малого бізнесу «з нуля», де через високий рівень монополізації в країні, увійти в галузь з кожним роком стає все складніше. Саме бенчмаркінг є засобом, який дозволить проаналізувати приклади ведення бізнесу вітчизняними й закордонними підприємствами та використати найкращі варіанти, знайти конкурентні переваги, що стануть в нагоді конкретному суб'єкту господарювання. Метою роботи є визначення переваг використання бенчмаркінгу, як інструменту для аналізу найкращих кейсів та виявити труднощі у його застосуванні на українських підприємствах.

Сфера бенчмаркінгу, а також можливість його застосування описані в працях О. Є. Шандрівської, А. О. Мартинюк, С. П. Крамарук та ін. [1-3].

Маркетинг використовує різні методи для того, щоб компанія могла зайняти певне місце серед конкурентів та успішно функціонувати шляхом активної взаємодії з клієнтами. Фахівці цього напрямку супроводжують бізнес від початку його функціонування й впродовж його діяльності. Універсальним методом, який принесе цінність у будь-який період життєвого циклу компанії є бенчмаркінг. Бенчмаркінг – це аналітична розвідка, яка за допомогою набору даних більш успішної компанії допомагає поліпшувати показники й визначити пріоритети в діяльності. Не варто плутати цей напрям з шпіонажем, адже його метою є координація шляху й покращення вже існуючих практик, що має великий ефект для забезпечення споживачів найкращими товарами та послугами. Основну користь бенчмаркінг надає для відносно нових

підприємств, але також може використовуватись на: фірмах, які мають кризові показники; компаній, які хочуть ввести інновації та оптимізувати бізнес-процеси. Серед видів бенчмаркінгу можна виділити [2]:

- внутрішній – застосовується для корпорацій, асоціацій та інших господарських об'єднань. Основна мета: порівняння показників підприємств, які є членами угруповання;

- конкурентний – застосовується для аналізу діяльності підприємств-конкурентів;

- функціональний – порівняння функціонування конкретної опції, властивості організації чи продукту;

- процесуальний – включає функції порівняння подібних процесів;

- загальний – функції для порівняння, незалежно від галузі підприємства;

- асоціативний – для організацій у бенчмаркінговому альянсі;

- глобальний – розширення стратегій, включає в себе асоціативний.

Тобто, бачимо, що бенчмаркінг може також бути застосований для спілки підприємств та підвищення загальної ефективності функціонування об'єднання.

Прикладом вітчизняного досвіду ефективного використання інструментів бенчмаркінгу є «Асоціація свинарів України» (АСУ) [4]. Здавалось, харчова галузь відстає від наших західних конкурентів. Однак це хибне твердження, адже ця спілка постійно покращує якість, спираючись на показники кожного з членів та може похизуватись чудовими результатами діяльності. Враховуючи те, що АСУ підтримує усі компанії, які входять у її склад, фермери, що відстають по показникам, матимуть «мапи» для руху й будуть рости до більш-успішних колег. Для інтенсифікації використання та вивчення цієї технології на підприємствах, «західні сусіди» України створюють відповідні інститути. Зокрема, Американський центр продуктивності та якості є світовим осередком бенчмаркінгу, який займається створенням методологічних основ застосування, допомагає із пошуком та аналізом даних у глобальній мережі і т. д. У світових масштабах діє Глобальна мережа бенчмаркінгу, започаткована з метою пошуку колег для співпраці. Сьогодні до неї належать: Chinese Productivity Center

(Taiwan); Centre for Organizational Excellence Research, Massey University (New Zealand); Benchmarking Club Business Excellence of Russian Organization for Quality (Russia); Information Centre Benchmarking, Fraunhofer IPK (Germany); TECTEM Benchmarking Centre (University of St. Gallen Switzerland); Dubai Quality Group, Dubai (UAE), а також створені осередки з Австралії, Італії, Індії, ПАР, Словаччини, Великобританії, Польщі, Швеції, що також є її членами [5].

В умовах українських реалій цей інструмент має ряд недоліків. Основним можна виділити суттєву різницю у функціонуванні бізнесу закордоном і всередині країни.

На жаль, Україна характеризується високим рівнем корумпованості та низьким рівнем фінансової стабільності. Також складно пропустити небажання суб'єктів господарювання відкрито відображати діяльність, через наявність «чорної» бухгалтерії деяких підприємств. Це впливає на адекватність даних та достовірність подальших результатів.

Отже, бенчмаркінг на сьогодні є потужним маркетинговим інструментом. Він здатний підняти конкурентоспроможність діючих підприємств та надати дороговказ «новачкам», однак варто ретельно обирати підприємства для аналізу, щоб отримати реальні результати.

Список використаних джерел

1. Шандрівська О. Є., Мартинюк А. О. Особливості застосування бенчмаркінгу в Україні. *Сучасні проблеми економіки і менеджменту*: тези доповідей міжн. наук.-практ. конф., Львів, 2011. С. 140–141.
2. Крамарчук С. П. Методичні аспекти здійснення бенчмаркінгу. *Видав.-поліграф. центр Тернопільського націон. економічного ун-ту "Економічна думка"*. 2013. №3. С. 77–82.
3. Микитюк М. В. Бенчмаркінг як інструмент підвищення конкурентоспроможності підприємства. *Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту "Економічні науки"*. 2012. №3. С. 204–206.
4. Офіційний веб-сайт «Асоціація свинарів України». URL: <http://www.asu-ua.org> (дата звернення: 27.03.2021).
5. Яців І., Боровик Є. Імплементация зарубіжного досвіду реалізації бенчмаркінгу в діяльності вітчизняних підприємств аграрної сфери. *Зб. наук. праць Тернопільського націон. економічного ун-ту "Економічний аналіз"*. 2019. №2. С. 120–126.

СЕКЦІЯ 3

РОЗВИТОК ФІНАНСОВОЇ НАУКИ В УКРАЇНІ І У СВІТІ

CORPORATE FINANCIAL FLOW MANAGEMENT

Amelnyska M. I.,

Ph.D. in Economics, Associate Professor Antonenko V. M.

Donetsk National Technical University

(Pokrovsk, Ukraine)

In today's rapidly changing operating conditions, large Ukrainian companies build their business according to international business standards, in particular, joint stock companies form a single business structure on the terms of horizontal or vertical integration.

The positive aspect of this structuring is the possibility of obtaining a synergistic effect from the merger, in a sense, the negative requires the owners to increase funding for the combined structure.

The study of problems and characteristics of financial flow management of corporations becomes particularly relevant.

The results of theoretical research allowed to form the main characteristics of corporations, namely: the vast majority of industrial corporations have a vertical nature of integration, i. e. at the heart of their business is a single closed supply chain, which allows holdings to obtain a synergistic effect from the operation; subsidiaries of the holding have a close economic relationship, therefore, the business units of the holding structure operate according to uniform corporate standards of financial accounting, analysis, budgeting, controlling, etc.; the general management of the holding is carried out by a management company that owns controlling stakes in all subsidiaries.

This company is given all the powers of the executive bodies of subsidiaries: a single financial, production, commercial and economic management. Sometimes

there are several other branch management companies between the parent management company and its subsidiaries, whose tasks include the operational management of only one business area of the holding. [1]

The financial resources which a corporation may dispose of are generally directed to the construction or acquisition of equipment, buildings, and structures, financial investments, the purchase of raw materials for the production of goods, the payment of wages, the introduction of staff training programs and the hiring of new employees purchasing or renting land, acquiring other capital assets, etc. [2]

Corporate finance is the basis for the development of a market economy, which produces a wide range of goods and services, as well as the micro level of the financial system of the state.

They cover monetary relations with the founders of corporations, the workforce, suppliers, customers, the budget, banks, extra-budgetary, insurance and other organizations.

The objects of corporate financial management are cash flows and financial resources [3].

Experts distinguish the following functions of corporate finance: formation of capital, cash income and funds of financial resources; distribution and use of capital, cash income and funds of financial resources; control over the formation, distribution and use of capital (regulation of cash flows).

The formation of financial flows of corporations' resources are influenced by certain factors (Fig. 1).

Classification of financial flows for investors of the corporation is carried out using the following tools: financial, credit and stock; redistributed, borrowed and attracted; regional.

The study of the practice of formation and redistribution of financial flows between enterprises, integrated into a single holding structure, allows to form and generalize three mechanisms to ensure the management of financial, material and information flows within the holding corporation.

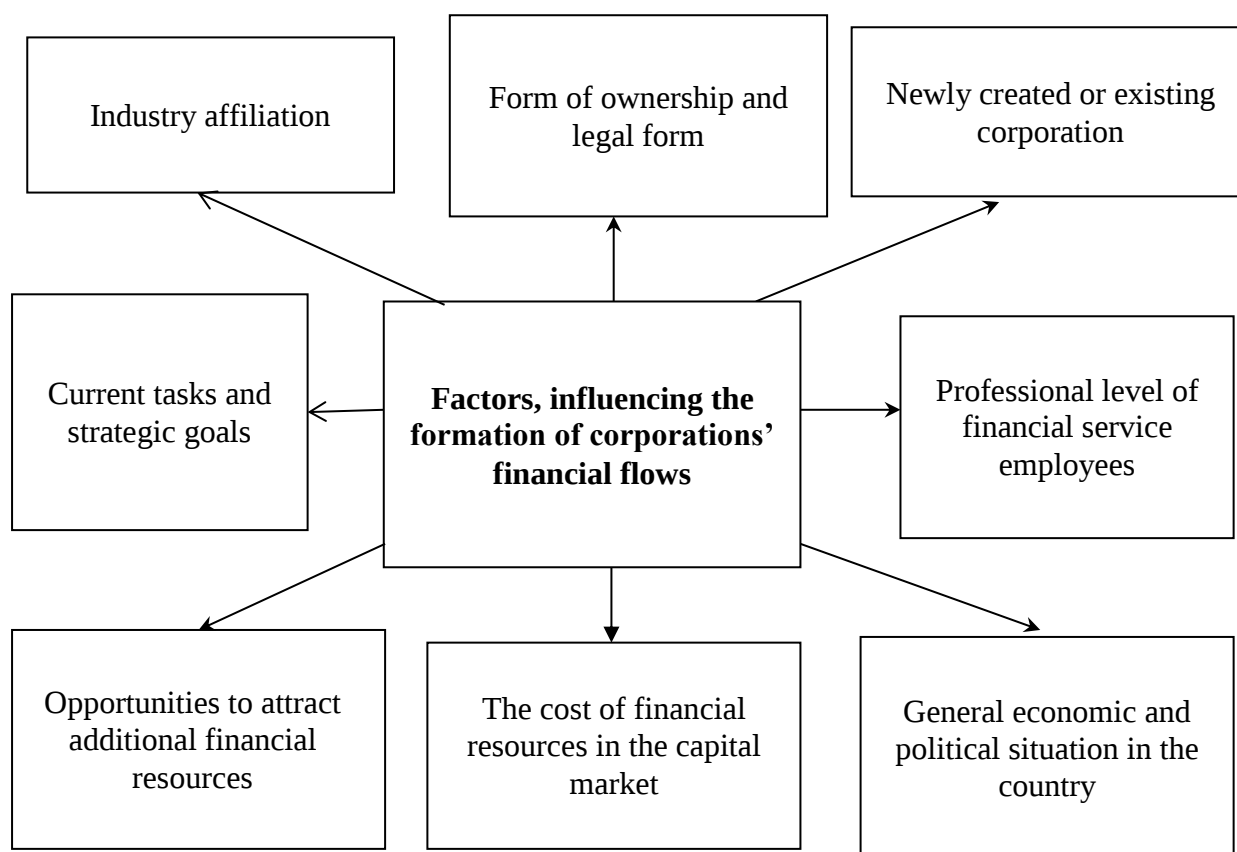


Fig. 1 – Factors, influencing the formation of financial flows of the corporation [4]

The first mechanism – «cross-financing», its essence is as follows: financing in the holding is carried out by repurchasing the management company of corporate shares and bonds of subsidiaries.

A further increase in the authorized capital of the business units of the holding structure is due to the repurchase by one subsidiary and/or the management company of corporate securities of other subsidiaries.

Approximate cross-financing scheme: subsidiaries - producers of products issue corporate bonds and place them among other members of the holding. Processing companies or trade and logistics network can be both issuers of securities and investors of other subsidiaries and / or management company.

The second mechanism of redistribution of internal financial flows of the holding is «contract financing».

Subject to the application of this mechanism, various types of internal business contracts are used – contracts for the provision of certain types of production or commercial services. In this case, contracts are concluded not for the supply of goods but for services, and ownership of material resources is not transferred.

Material supply contracts are replaced by services in the area of operations with them (production, storage, processing, etc.).

The mechanism of internal business contracting provides the corporation with the ability to effectively regulate transfer prices, redistribute costs, optimize taxation, manage the budgets of subsidiaries.

Contracting of production and commercial services is used in order to build an optimization model of interaction of production, processing, logistics, service and sales business units of the holding.

The third mechanism of redistribution of internal financial flows of holding structures is «centralized financing», which allows to build a transparent, investor-friendly model of corporate governance, as well as to respond adequately and quickly to changes in the external market environment.

References

1. Котьялова-Литвин І. В. Теоретична модель управління фінансовими потоками корпорацій. *Ефективна економіка*. 2013, № 11.
2. Романенко О. А. Проблеми аналізу формування фінансових ресурсів підприємств в сучасних умовах в Україні. *Удосконалення системи обліку, аналізу та аудиту як складової інформатизації суспільства : Збірник матеріалів міжнародної міжвузівської науково-практичної конференції*. Тернопіль-Мукачеве. 2014. С. 311-315.
3. Рупняк М. Я. Фінанси акціонерних товариств. *Фінанси України*. 2012. № 5. С. 105-110.
4. Хрущ Н. А., Приступа Л. А. Фінансові ресурси підприємства: дослідження ознак і класифікація. *Науковий журнал. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. Том 3. Хмельницький, 2015. С. 223-227.

FINANCIAL ASPECTS OF DEVELOPMENT OF NATURE RESERVE FUND OF DONETSK REGION

Dyakova Ya. Yu.

Donetsk Regional State Administration

(Kramatorsk, Ukraine)

The economic development of Donetsk region and business image largely depends on the state of the environment. In this case, the level of development of objects of ecological status is of fundamental importance in the formation of the regional budget.

An important place among such objects is occupied by the territories of the nature reserve fund, which ensure the restoration and maintenance of ecological balance, growth of ecological safety of the region, preservation of natural complexes, which directly affects the economic well-being of the region.

As of January 1, 2020, 173 objects of the nature reserve fund (NRF) of national and local significance with a total area of 99996.69 hectares, which is 3.77% of its territory, have been created in the Donetsk region. PZF of the region is represented by: part of the Ukrainian steppe nature reserve (area – 3033.2 hectares); national nature parks – 2 (area – 61326.5 hectares); regional landscape parks – 6 (area – 28927.31 hectares); reserves of national importance – 7 (area – 4628.6 hectares) and local importance – 100 (area – 17036.15 hectares); natural monuments of national importance – 10 (area – 236 hectares) and local importance – 31 (area – 469, 4 hectares); botanical garden of national importance – 1 (area – 203 hectares); parks-monuments of landscape art of local significance – 3 (area – 30 hectares); protected tracts – 12 (area – 800.7 hectares).

The NRF of Donetsk region is formed by the following objects.

1. Nature reserves (Ukrainian steppe (Stone graves), Ukrainian steppe (Cretaceous flora), Ukrainian steppe (Chomutov steppe)).
2. National natural parks (Holy Mountains, Meotida).

3. Regional landscape parks (Donetsk ridge, Kleban-Byk, Meotida, Polovtsian steppe).
4. Reserved tracts.
5. Nature reserve fund of national importance:
 - 5.1. Reserves (geological, landscape, forest, ornithological)
 - 5.2 Natural monuments (botanical, geological, hydrological)
 - 5.3 Botanical gardens.
6. Nature reserve fund of local significance.
 - 6.1. Reserves (botanical, entomological, general zoological, landscape, forest, ornithological).
7. Monuments of nature (botanical, geological, hydrological, zoological, complex).
8. Parks-monuments of garden and park art.

According to Article 3 of the Law of Ukraine «On the Ecological Network of Ukraine» eco-network is a single territorial system formed to improve conditions for the formation and restoration of the environment, conservation of landscape and biodiversity, migration of animals through a combination of territories and objects of nature reserves, as well as other areas of special value for environmental protection.

The maintenance and development of ecological networks requires the constant involvement of funding sources used to achieve environmental and social effects.

The lack of direct economic effect is a distinctive feature of such sources of funding. However, NRF's are business entities. Therefore, they can provide a certain list of services at the expense of users of relevant services. Yes, there is a «product» of NRF is a specific product or service of socio-environmental nature, the sale of which is subject to the laws of market pricing. In this way, NRF entities can sell their own products, thus ensuring the formation of their own sources of funding. In particular, such types of products are conducting excursions, offering places for recreation and parking, organizing exhibitions, festivals, granting permission to use the logo, emblem, other symbols, charity events and more. At the level of local authorities, the financing of NRF entities can take place through the introduction of

specific fees and penalties aimed at financing the development projects of the relevant NRF entity.

Financing of measures for the maintenance and development of the NRF of Donetsk region is in accordance with Article 46 of the Law of Ukraine «On Nature Reserves of Ukraine» [1].

Sources of financing the development of the NRF of Donetsk region are the state budget of Ukraine, local budgets, funds of individuals and legal entities, extra-budgetary funds, charitable organizations, target environmental funds, grant programs, foreign investment [2-4].

The financial support of the nature reserve fund of the Donetsk region will be aimed at: maintaining the ecological balance in the region; strengthening the coherence of the activities of central and local executive bodies, local governments, public environmental organizations in solving environmental safety problems; ensuring balanced and inexhaustible nature management in a large part of the region; prevention of irreversible loss of biological diversity in the region and preservation of certain species of animals and plants, valuable natural communities; renaturalization of land withdrawn from agricultural and industrial use; development of a resource base for ecological tourism, recreation and health improvement of the population; raising the level of environmental awareness of the population.

References

1. Про природно-заповідний фонд України : Закон України № 2456-XII від 16.06.1992. Офіційний веб-портал Верховної ради України. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua>.
2. Програма розвитку ООН в Україні «Зміцнення фінансової стійкості природоохоронних територій України». Київ, 2011. URL: <http://www.ua.undp.org>.
3. Таратула Р. Аналіз фінансового забезпечення процесів управління ландшафтами природоохоронної території. *Економіст*. 2014. № 4. С. 28–31.
4. Аналітичний звіт «Базове дослідження стану та напрямів розвитку екологічної політики України та перспектив посилення участі організацій громадянського суспільства у розробці та впровадженні політик, дружніх до довкілля» (період: 2018 — січень 2019). Київ. 2019. URL: https://www.irf.ua/wp-content/uploads/2019/12/baseline-research_report_publishing-dec-2019.pdf.

OPTIMIZATION MECHANISM OF EFFECTIVE DISTRIBUTION OF ADVERTISING BUDGET

Hassan Ali Qasem Al-Ababneh
PhD in Technicals PhD in Economics
Irbid National University
(Irbid, Jordan)

Evaluating the effectiveness of the advertising budget faces in practice a number of limitations, primarily related to the uncertainty of the relationship between costs and the result obtained. As the cost of advertising activities of an industrial enterprise in the work it is recommended to consider the cost of billboard advertising (within the participation in exhibitions of industrial goods), as well as the remuneration of staff participating in the exhibition and attracting visitors to the stand with the necessary information. The criterion indicator is the maximum coverage of the target audience of consumers of industrial products.

The problem of determining the effect of advertising is one of the most difficult in advertising practice for a number of reasons:

1. Advertising is one of the many arguments that determine the final marketing results, but other elements of the marketing complex play an important role;
2. The final result is influenced by many factors that are almost impossible to formalize or successfully model, in particular, the behavior of competitors;
3. The difficulty of assessing the advertising impact is due to the behavior of the buyer, which can be compared to a «black box» with its unpredictable processes.
4. Market factors can be explained by random events that can determine the success or failure of the product. For example, a great advertising campaign coincides with the accidental release of a product defect, as a result of which all the work is in vain.

There are many factors that affect the result of advertising. For example, there are such as controlled (quality of goods / services, price, service, availability of points of sale of goods / services, etc.). There are also uncontrolled, independent of the

advertiser (exchange rate, national legislation, psychological characteristics of the consumer, force majeure, etc.). Thus, when assessing the effectiveness of a set of components of the advertising event, which includes the distribution of the advertising budget, we have to deal with multi-criteria optimization [1-3].

The problem of choosing a universal way to solve the problem of evaluating the effectiveness of the distribution of the advertising budget remains partially solved. At the same time, the number and range of tools and techniques offered today is simply huge. The negative phenomenon of this situation is that the choice of evaluation method depends on the perception of the final picture of the results of the advertising campaign and management decisions, and the results when using different methods are very different. To solve the problem of efficient distribution of the budget of an advertising event at an industrial enterprise, it is necessary to take into account that the following advertising media will be used: outdoor advertising (billboards), audio advertising (use of loudspeaker in product information waiting areas). With this modeling system, the criterion is the maximum coverage of the audience. Based on this, the function will look like this:

$$C = \sum b_i * g_i + \sum \sum m1_h * g1_h + \sum m2_h * g2_h \rightarrow \max , \quad (1)$$

where C – audience coverage, thousand people;

b_i – number of i -media outdoor advertising (billboards);

g_i – empirical coverage of the audience by the appropriate billboard, thousand people;

$m1_h$ – number of issues of the h -th advertising audio message on the business day (restriction $0 \leq m1_h \leq 1$);

$m2_h$ – number of issues of the h -th advertising audio message on the weekend (restriction $0 \leq m2_h \leq 1$);

$g1_h, g2_h$ – empirical coverage audiences with the appropriate audio advertising medium, thousand people.

The optimization model of effective distribution of the advertising budget can be presented as:

$$R = \sum b_i(k_i + p) + \sum \sum m1_h * s * x1_h * y1 + \sum m2_h * s * x2_h * y2 + c + d, \quad (2)$$

where k_i – market value of the corresponding billboard, UAH,

p – cost of printed materials of outdoor advertising,

s – duration of advertising audio message, sec;

$x1_h, x2_h$ – cost of 1 unit (seconds) airtime on the relevant days, UAH,

$y1, y2$ – the number of working days and weekends in the study period, UAH.

The following restrictions are required:

$$1 \leq i \leq q, R \leq R_{\max}, \quad (3)$$

where q – is the total number of circles;

$R_{\max}$ – advertising budget restrictions.

The application of the modeling method allows to obtain a holistic picture of indicators taking into account their mutual influence in the conditions of influence of a specific set of factors. Based on the results of calculating the effectiveness of the advertising campaign with the help of statistical modeling, you can determine the time of reaching the break-even point and maximum efficiency, plan the budget of the advertising campaign from the standpoint of achieving maximum efficiency. The method of modeling can serve as a basis for adjusting and refining the advertising budget from the standpoint of the need for optimal differentiation of costs for different types of advertising media and choosing the most optimal option for the distribution of financial investments over time.

References

1. Espinosa J., Vandewalle J., Wertz V. Fuzzy logic, identification and predictive control. London: Springer-Verlag, 2005. 263 p.
2. Al-Ababneh H. A. Relevance of fuzzy logic in the economy. International scientific journal. 2016. № 4. Т. 2. С. 104–105.
3. Корж М. В., Аль-Абабнех Х. А. Оптимізаційний механізм ефективного розподілу рекламного бюджету. Прогнозування та моделювання соціально-економічних процесів сьогодення»: збірник матеріалів Всеукраїнської науково-практичної конференції (Київ, 13-14 січня 2017 р.). Київ: ГО «Київський економічний науковий центр», 2017. С. 66–67.

FINANCIAL MECHANISMS TO ENSURE THE GREENING OF PRODUCTION

Bachelor Student Svitlana Popova
Otto-von-Guericke-University
(Magdeburg, Germany)

The study of the evolution of scientific views on determining the place and role of natural resources in the activities of economic entities shows that existing economic doctrines consider natural resources and elements of the environment, mainly as factors in ensuring economic development. Today it can be stated that the reverse effect of nature management processes on the level and pace of changes in economic activity is practically not taken into account [1-3].

Ensuring the greening of production should correlate with the tasks of rationalizing the use of natural resources, the reproduction of natural resource potential. This is possible only if the development and organization of effective financial mechanisms to ensure it. Financial mechanisms to ensure the environmental focus of development are represented by two groups - resource and organizational.

The resources should include financial, informational, personnel and technical support, the group of organizational mechanisms - institutional, infrastructural and technological support. The main purpose of developing financial mechanisms to ensure the greening of production is to create conditions for rational use of natural resources while smoothing existing differences between economic and environmental results, which in the processes of production and consumption manifest themselves as contradictions between growing needs of society and depletion of natural resources.

Taking into account the close intra-system links and dependencies between the financial mechanisms to ensure the greening of production leads to the need to develop an appropriate concept. The concept in general is a form and means of scientific knowledge, which are a way of understanding, explaining, interpreting the basic idea of the theory.

A concept is a scientifically sound and at least a proven expression of the basic content of a theory, but, unlike a theory, it cannot yet be embodied in a clear logical system of exact scientific concepts. The concept is not only a three-dimensional, but also a meaningful set of views on the object (fragment) of reality. It is not only a way of understanding, but also an interpretation of any phenomena and processes. At the same time, the concept is a leading idea in the system of theoretical and methodological knowledge (characteristics, parameters).

It organically combines and implements cognitive and methodological functions, providing businesses with knowledge about the surrounding reality, methods and facts of cognition, developing schemes for its interpretation and explanation. In another way, the concept is a leading idea that determines the life of the individual, the strategy of human action in the implementation of plans, programs, reforms.

The purpose of financial mechanisms of greening production is to identify, evaluate, attract the main sources of funding for enterprise development projects, taking into account the state of natural resource potential and trends in the impact of its state on resource and organizational opportunities for economic activity. The implementation of the proposed financial mechanisms is based on the idea of harmonizing the tempo of economic development with the ability to meet the needs of consumers in compliance with reasonable, taking into account the interests of society, environmental standards, protection and reproduction of natural resource potential in socio-economic development.

The strategy of functioning of financial mechanisms envisages substantiation of the system of measures for acceleration of economic development of economic entities, aimed at achieving parity between the growth of the level of satisfaction of public needs and the degree of disturbances in the environment. The main condition is a guarantee of quality and safety of production and consumption processes in economic, social, environmental indicators, taking into account the specifics of business entities. Therefore, possible scenarios for the greening of production should

be determined by a conscious initiative strategy of the owners of financial sources and their borrowers.

At the same time, it is important to reach a compromise between independence and control - a high level of independence of an individual entity. This can improve one's own economic and environmental performance, but at the same time have a negative impact on the performance of the entire structure to which the entity belongs. On the contrary, the increased control over the activities of the entity by the corporation may hinder the development of the entire structure due to the unsatisfactory performance of this individual entity.

In the future, the practical implementation of financial mechanisms for the greening of production requires a revision of key guidelines in the system of environmental management, the creation of a system of methodological and scientific-practical tools to ensure the environmental direction of development.

This system optimally combines economic and environmental interests of producers and consumers on the basis of the formation of appropriate models of behavior of economic entities through the introduction of new tools of financial, informational nature, active integration of economic and environmental parameters of economic activity, implementation of measures to standardize development management, organization of cooperation of enterprises in order to green production.

References

1. Baines T., Brown S., Benedettini O., Ball P. (2021). Examining green production and its role within the competitive strategy of manufacturers. *Journal of Industrial Engineering and Management*. Vol 14, No 2 (2021). P.53-87.
2. Ovchinnikova S., Borovkov A., Schneider E. and Kalinichenko A. (2021). Optimal ways to improve the greening of the production sector. XXII International Scientific Conference Energy Management of Municipal Facilities and Sustainable Energy Technologies (EMMFT-2020). Volume 244. 01013 (2021). DOI: <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202124401013>.
3. Green Finance and Investment Sustainable Infrastructure for Low-carbon Development in the EU Eastern Partnership Hotspot Analysis and Needs Assessment: Hotspot Analysis and Needs Assessment (2021). OECD Publishing. 150 p.

ПРОГРАМНО-ЦІЛЬОВИЙ МЕТОД ЯК МЕХАНІЗМ ЕФЕКТИВНОГО ВИКОРИСТАННЯ БЮДЖЕТНИХ КОШТІВ

к.е.н., доцент Амбарчян М. С.

ДВНЗ «Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана»
(м. Київ, Україна)

Упродовж останніх шести років у секторі загального державного управління України відбуваються докорінні зміни, пов'язані з удосконаленням бюджетного планування, реформуванням місцевого самоврядування і територіальної організації влади та підвищенням прозорості бюджетного процесу. Всі ці процеси стали можливими завдяки запровадженню в 2002 році у бюджетному процесі України програмно-цільового методу.

Програмно-цільовий метод – це метод управління бюджетними коштами, орієнтований на досягнення конкретних результатів за рахунок бюджетних коштів, заключним етапом якого є оцінка ефективності використання бюджетних коштів на всіх стадіях бюджетного процесу [1]. Програмно-цільовий метод охоплює чотири складові, а саме: бюджетні програми, відповідальних виконавців бюджетних програм, паспорти бюджетних програм та результативні показники бюджетних програм [2].

Бюджетна програма (БП) – це систематизований перелік заходів, спрямованих на досягнення єдиної мети і завдань, виконання яких здійснює розпорядник бюджетних коштів відповідно до покладених на нього функцій [1]. У залежності від виду бюджету, який здійснює фінансування БП, бюджетні програми поділяються на бюджетні програми Державного бюджету та бюджетні програми місцевих бюджетів.

Відповідальним виконавцем (ВВ) бюджетної програми є юридична особа, що має окремий рахунок та бухгалтерський баланс і визначається головним розпорядником бюджетних коштів за письмовим погодженням з Міністерством фінансів України (МФУ). ВВ бюджетної програми забезпечує виконання однієї

або низки бюджетних програм та несе відповідальність за їх виконання [2]. Відповідальним виконавцем може бути:

- 1) головний розпорядник – за бюджетними програмами, виконання яких забезпечується його апаратом;
- 2) розпорядник коштів нижчого рівня, який відповідає за виконання бюджетних програм у системі головного розпорядника.

Відповідальні виконавці:

- а) забезпечують складання бюджетних запитів за кожною БП, за виконання якої вони відповідають;
- б) подають головному розпоряднику складені бюджетні запити;
- в) мають право брати участь разом з головним розпорядником в обговоренні та узгодженні БП, що пропонуються головним розпорядником для включення до проекту відповідного місцевого бюджету [3].

Паспорт БП – документ, що визначає мету, завдання, напрями використання бюджетних коштів, відповідальних виконавців, результативні показники БП та інші характеристики відповідно до бюджетного призначення, встановленого законом про Державний бюджет України (рішенням про місцевий бюджет), та цілей державної політики у відповідній сфері діяльності.

Головні розпорядники розробляють проекти паспортів БП і подають їх на погодження до МФУ / місцевого фінансового органу протягом 30 днів після набрання чинності законом про Державний бюджет України / рішенням про місцевий бюджет. МФУ / місцевий фінансовий орган здійснює погодження проекту паспорта БП протягом 10 днів з дня його отримання та направляє його головному розпоряднику для затвердження [4; 5].

Результативні показники – це кількісні та якісні показники, підтверджені статистичною, бухгалтерською та іншою звітністю, які характеризують результати виконання БП і дають можливість здійснити оцінку використання коштів, виділених для виконання БП [2]. Профільними міністерствами розроблені типові переліки результативних показників для місцевих бюджетів у низці галузей, зокрема у галузях охорони здоров'я, освіти, культури, фізичної

культури і спорту, соціального захисту та соціального забезпечення, державного управління, у молодіжній сфері. Визначені у типових переліках результативні показники розкривають специфіку сфери діяльності відповідального виконавця, для якої вони розроблені (табл. 1).

Таблиця 1 – Деякі типові результативні показники бюджетних програм місцевих бюджетів у галузях освіти, культури та охорони здоров'я

Група показників	Освіта	Культура	Охорона здоров'я
Затрат	кількість закладів, од.; кількість класів, од.; середньорічне число ставок, од.	кількість музичних колективів, од.; середнє число окладів художнього персоналу, од.	кількість штатних одиниць, од.; кількість ліжок у денних стаціонарах, од.
Продукту	кількість випускників, осіб; кількість працевлаштованих випускників за напрямками підготовки, осіб; кількість заходів з позашкільної роботи, од.	кількість концертів, од.; кількість глядачів, осіб; плановий обсяг валового доходу, тис. грн; кількість реалізованих квитків, шт.	кількість пролікованих хворих у стаціонарі, осіб; кількість лікарських відвідувань, осіб; кількість ліжко-днів у денних стаціонарах, тис. од.
Ефективності	середні витрати на 1 учня, грн; діто-дні відвідування, днів; середня вартість виготовлення одного примірника навчально-методичної літератури, грн.	середні витрати на одну виставу, грн; середня кількість слухачів на одному концерті, осіб; середня ціна одного квитка, грн.	завантаженість ліжкового фонду у денних стаціонарах, днів; середня тривалість лікування в стаціонарі одного хворого, днів.
Якості	забезпеченість установ освіти навчально-методичною літературою, %; відсоток працевлаштованих випускників, %	середня завантаженість залів, %; динаміка збільшення чисельності глядачів на одному спектаклі в плановому періоді відповідно до фактичного показника попереднього періоду, %.	зниження рівня захворюваності порівняно з попереднім роком, %; рівень покращення стану здоров'я на момент виписки з санаторію, %

Джерело: згруповано автором на основі [6-8].

Таким чином, застосування програмно-цільового методу управління бюджетними коштами у бюджетному процесі України дозволяє забезпечити прозорість та ефективність використання бюджетних коштів як на державному, так і на місцевому рівнях, а також оцінити якість суспільно необхідних послуг, що надаються розпорядниками бюджетних коштів громадянам.

Список використаних джерел

1. Бюджетний кодекс України : Кодекс України від 08.07.2010 № 2456-VI. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2456-17/conv#Text>.
2. Концепція застосування програмно-цільового методу у бюджетному процесі : Розпорядження Кабінету Міністрів України від 14.09.2002 р. № 538-р. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/538-2002-%D1%80#Text>.
3. Про деякі питання запровадження програмно-цільового методу складання та виконання місцевих бюджетів : Наказ Міністерства фінансів України від 26.08.2014 № 836. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1103-14>.
4. Про паспорти бюджетних програм : Наказ Міністерства фінансів України від 29.12.2002 № 1098. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0047-03#Text>.
5. Правила складання паспортів бюджетних програм місцевих бюджетів та звітів про їх виконання : Наказ Міністерства фінансів України від 26.08.2014 № 836. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1104-14>.
6. Типовий перелік бюджетних програм і результативних показників їх виконання для місцевих бюджетів у галузі «Освіта» : Наказ Міністерства освіти і науки України від 10.07.2017 № 992. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0956-17#Text>.
7. Типовий перелік бюджетних програм та результативних показників їх виконання для місцевих бюджетів у галузі «Культура» : Наказ Міністерства фінансів України, Міністерства культури і туризму України від 01.10.2010 № 1150/41. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/card/z0952-10>.
8. Типовий перелік бюджетних програм і результативних показників їх виконання для місцевих бюджетів у галузі «Охорона здоров'я» : Наказ Міністерства фінансів України, Міністерства охорони здоров'я України від 26.05.2010 № 283/437. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0403-10#Text>.

ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЄКТІВ, НАПРАВЛЕНИХ НА ПІДТРИМКУ ПРОМИСЛОВИХ ПОТУЖНОСТЕЙ

к.е.н., доцент Антоненко В. М.,

Альохін В. В.

ДВНЗ «Донецький національний технічний університет»

(м. Покровськ, Україна)

На теперішньому етапі розвитку промисловості в Україні важливе місце займають питання реконструкції та відновлення обладнання підприємств. Для розвитку та зберігання наявних потужностей необхідне виконання своєчасних ремонтів, обслуговування обладнання та головне – обґрунтування його заміни або модернізації. На сьогоднішній день існує проблема оцінки вигід та доцільності реалізації підприємствами інвестицій у капітальні ремонти. Ця проблема виникає через неможливість використання класичних методів оцінки інвестиційних проєктів та розрахунку дисконтованих критеріїв, бо більше: наразі взагалі немає спеціальної методики оцінки доцільності інвестування капітальних ремонтів обладнання.

У світовій практиці найбільш вживані наступні дисконтовані критерії (з урахуванням зміни грошей в часі): чиста поточна вартість (NPV); індекс прибутковості (PI); відношення вигід до витрат (B/C ratio); внутрішня норма прибутковості (IRR); період окупності (PB).

Ключовим з них є чиста поточна вартість (NPV):

$$NPV = \frac{B_1 - C_1}{1+r} + \frac{B_2 - C_2}{(1+r)^2} + \dots + \frac{B_n - C_n}{(1+r)^n} + \sum_{t=1}^n \frac{B_t - C_t}{(1+r)^t}, \quad (1)$$

де B_t – вигоди проєкту за рік t ; C_t – витрати проєкту за рік t ;

t – роки від початку реалізації проєкту згідно графіка проєкту, $t = 1, \dots, n$.

Оскільки не завжди можливо і досить складно прямим чином виділити економічні вигоди від капітального ремонту, то замість прямих доходів можна використовувати альтернативні вигоди у вигляді запобігання (усунення)

збитків. Економічна сутність цих показників однакова, що надає можливість визначити NPV для проєктів, вигоди від яких раніше були складно оцінити.

Використання запропонованого підходу до оцінки ефективності капітальних ремонтів (шляхом порівняння альтернативних вигід та альтернативних витрат) забезпечується наступною формулою:

$$NPV = \frac{(B * _1 - B_{\text{НМП1}}) * A - C_1}{1 + r} + \frac{(B * _2 - B_{\text{НМП2}}) * A - C_2}{(1 + r)^2} + \dots + \frac{(B * _n - B_{\text{НМПn}}) * A - C_n}{(1 + r)^n} =$$

$$= \sum_1^n \frac{(B * _t - B_{\text{НМПt}}) * A - C_t}{(1 + r)^t}, \quad (2)$$

де A – імовірність усунення збитків, наприклад: 1 – оптимістичний, 0,5 – прагматичний, 0,25 – песимістичний варіанти;

$B * _t$ – розмір усунених збитків;

$B_{\text{НМПt}}$ – недоотриманий підприємством маржинальний прибуток за період капітального ремонту.

При застосуванні такого підходу треба враховувати наступне: через постійне накопичення після кожного капітального ремонту залишкового зносу, фізична довговічність (тривалість міжремонтного циклу) обладнання скорочується на 10-15% після першого капітального ремонту, другий ремонтний цикл експлуатації техніки коротше в середньому на 10,9%, після другого – на 20,5%, і після третього – на 32,6%, його продуктивність падає на 5-10%, а витрати на ремонт збільшуються на 5-7% [1, с. 156-157].

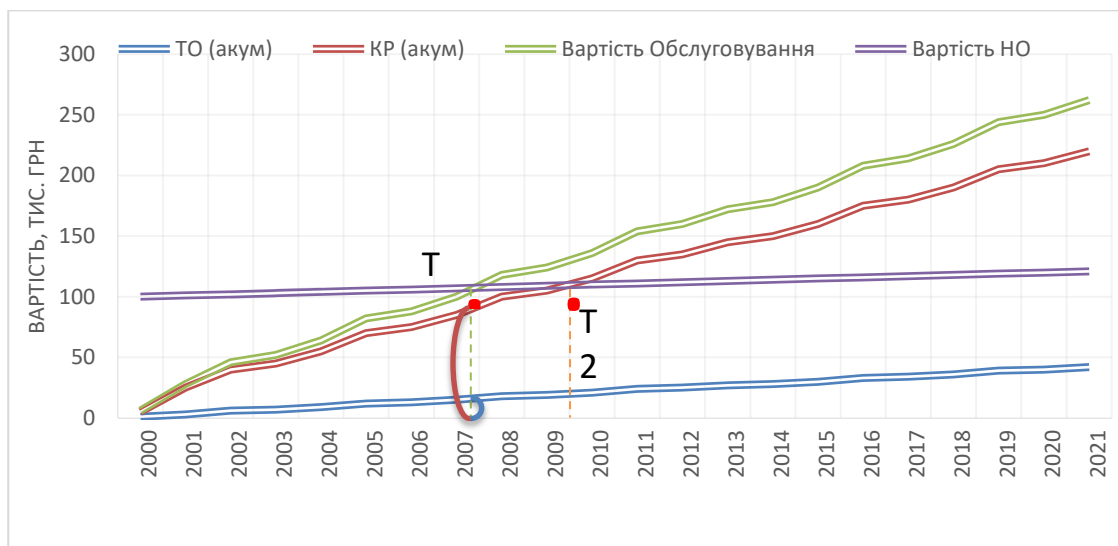
Наочно такий підхід інтерпретується графіком, поданим на рис. 1.

Йдеться про порівняння вартості обслуговування обладнання ($B_{\text{КР}} + B_{\text{ТО}}$):

$$B_{\text{НО}}^{T_1} \leq B_{\text{КР}}^{T_1} + B_{\text{ТО}}^{T_1}. \quad (1)$$

$$B_{\text{КР}}^{T_1} = B_{\text{КР}_1} (1 + R)^{T_1} + B_{\text{КР}_2} (1 + R)^{T_1-1} + \dots, \quad (2)$$

$$B_{\text{ТО}}^{T_1} = B_{\text{ТО}_1} (1 + R)^{T_1} + B_{\text{ТО}_2} (1 + R)^{T_1-1} + \dots, \quad (3)$$



ТО – акумульована вартість технічного обслуговування обладнання; КР – акумульована вартість капітальних ремонтів обладнання; Вартість обслуговування – акумульована вартість технічного обслуговування та капітальних ремонтів обладнання (ТО + КР).

Рисунок 1 – Обґрунтування пролонгації проведення капітальних ремонтів
Побудовано авторами

Отже, коли в будь-якому році вартість обслуговування обладнання ($V_{\text{КР}} + V_{\text{ТО}}$) стає більшою за ринкову вартість такого нового обладнання ($V_{\text{НО}}$), то подальші капітальні ремонти та ТО стають недоцільними, через скорочення тривалості ремонтних циклів та постійно зростаючу вартість обслуговування, що подано на графіку (рис. 1) як T1.

Застосування формули (1) та відповідне порівняння її лівої і правої частин дають наступні висновки: якщо $V_{\text{НО}} > V_{\text{КР}} + V_{\text{ТО}}$, то подальші ремонти мають сенс; якщо $V_{\text{КР}} + V_{\text{ТО}} > V_{\text{НО}} > V_{\text{КР}}$, то ефективність ремонтів значно зменшується; якщо $V_{\text{НО}} < V_{\text{КР}}$, то подальші ремонти недоцільні.

Отже, для проєктів, економічну доцільність яких було складно оцінити, за допомогою використання альтернативних вигід і витрат тепер є можливість розрахувати основні дисконтовані критерії і дати їм оцінку.

Список використаних джерел

1. Погорелова Л. В. Ремонтное производство как фактор интенсификации производства. *Вестник национального технического университета «ХПИ»* : сборник научных трудов. Темат. вып. : Технический прогресс и эффективность производства. – Харьков : НТУ "ХПИ", 2009. – № 6. – С. 151-165.

АНАЛІЗ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ

Ареян Л. Р.,

к.е.н., доцент Мирошніченко Г. Б.

ДВНЗ «Донецький національний технічний університет»

(м. Покровськ, Україна)

Вирішальну роль у стійкому розвитку та функціонуванні будь-якого підприємства відіграє його прибутковість. Ефективна система збалансованого розвитку діяльності всього підприємства націлена на отримання позитивної динаміки прибутковості підприємства, передумовою чого є побудова ефективної системи управління прибутком.

Система управління прибутком відіграє значну роль у розвитку підприємства, забезпечує інтереси його власників та персоналу, а також держави, що зумовлює необхідність дослідження питань ефективного управління розподілом та використанням прибутку підприємств [1].

На рівень прибутку, як на основне джерело фінансування розвитку підприємства та зростання доходів його працівників і власників, прямо і опосередковано впливає прийняття управлінських рішень у будь-якій сфері діяльності. Тому необхідно правильно інтегрувати систему управління прибутком із загальною системою управління підприємством [2].

Такі дії, як аналіз і моніторинг зовнішнього середовища, розробка стратегії підприємства, підготовка аналітичної інформації, прийняття рішення, аналіз і коректування рішення, у випадку необхідності – застосовуються в рамках механізму управління прибутком [2].

Система управління прибутком на підприємстві включає в себе наступні елементи [1]:

- методи аналізу та планування прибутку;
- політика підприємства щодо управління прибутком;
- принципи управління прибутком;
- концепція управління прибутком;

- механізм управління прибутком;
- інформаційна база.

Забезпечення ефективності діяльності підприємства з точки зору власників та працівників – це мета системи управління прибутком.

Завдання, які система управління прибутком дає змогу вирішити, наведено на рис. 1.

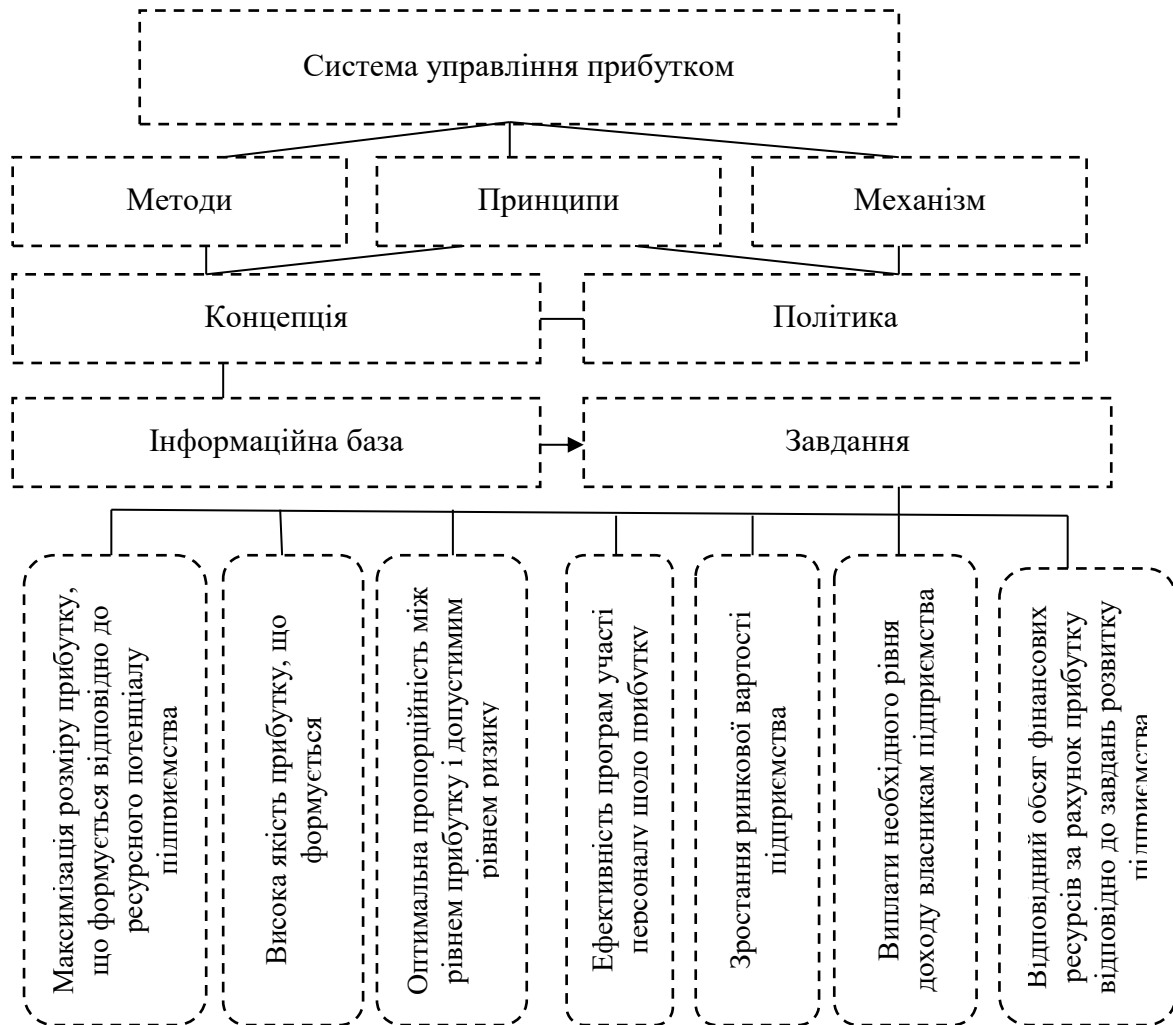


Рисунок 1 – Елементи система управління прибутком підприємства

Для того, щоб забезпечити досконалий механізм управління прибутком, для українських суб'єктів господарювання можна запропонувати наступні заходи [3]:

1. Проводити ефективну кадрову політику. Це повинно зменшити для підприємства витрати часу на виробництво одиниці продукції (послуги), за умови забезпечення максимально продуктивного та кваліфікованого персоналу.

2. Підвищувати ефективність збутової політики підприємств. Оскільки від реалізації продукції залежить отримання доходу, необхідно приділяти їй більше уваги.

3. Уникати непродуктивних витрат шляхом їх нормування, планування та аналізу.

4. Підвищувати якість продукції (послуги) підприємства. На дохідність підприємства впливає модернізація продукції або зняття з виробництва неконкурентоспроможних товарів. Підприємство не зможе отримати максимальний прибуток, який був попередньо запланований, внаслідок необґрунтованого росту витрат на виробництво неконкурентоспроможної продукції.

5. Підвищувати ефективність маркетингу. Багато нових видів виробів не купуються на ринку саме через відсутність дієвого механізму рекламування та заохочування покупців.

Таким чином, необхідно застосовувати ефективні підходи до управління прибутком підприємства задля підвищення рентабельності виробництва та інвестиційної привабливості підприємства, зміцнення його конкурентоспроможності. Ефективна система управління прибутком підприємства дозволяє в повному обсязі реалізувати намічені цілі та завдання, сприяє стійкому розвитку підприємства та забезпечує його ефективну діяльність.

Список використаних джерел

1. Попович Д. В., Славчаник О. Р. Удосконалення системи управління прибутком як умова ефективного функціонування підприємств. *Молодий вчений*. 2018. №2 (54). С. 746-749. URL: <https://financial.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2015/10/PDF-23.pdf>.

2. Бабяк Н. Д. CVP-аналіз: традиційний та управлінський підходи. *Бізнес Інформ*. 2015. № 8. С. 272-276.

3. Бланк И. А. Управление прибылью. НикаЦентр. Эльга. 2007. 602с.

ПОДАТОК НА ВИВЕДЕНИЙ КАПІТАЛ: ПЕРСПЕКТИВИ ФУНКЦІОНУВАННЯ В УКРАЇНІ

Власенко О. С.,

к.е.н., доцент Юрчишена Л. В.

Донецький національний університет імені Василя Стуса

(м. Вінниця, Україна)

На сьогодні в Україні існує оподаткування прибутку підприємств. Цей податок є визначальним податком для юридичних осіб, так як основна мета діяльності будь-якого підприємства – прибуток. Проте світова практика зумовлює заміни існуючого податку на прибуток підприємств податком на виведений капітал.

Податок на виведений капітал – різновид корпоративного податку (податку на прибуток), яким оподатковується виведення коштів з обороту підприємства (дивіденди, роялті, відсотки, фінансова допомога тощо).

Ідея впровадження податку на виведений капітал обговорюється в Україні вже кілька років. Багато експертів наводять аргументи як позитивних, так і негативних наслідків впровадження такої моделі оподаткування. За останні три роки підготовлено декілька проєктів стосовно даного податку, а саме: законопроект № 8557 (2018 р.); законопроект № 1185 (вересень 2019 р.); законопроект № 3665 (червень 2020 р.) [3].

Законопроект передбачає, що прибуток, отриманий підприємством, не оподатковується та залишається у розпорядженні підприємства на його розвиток (нові об'єкти будівництва, транспорт, модернізація виробництва, депозит тощо). Проте в разі прийняття рішення підприємством вивести капітал на користь неплатників ПВК необхідно, нарахувати та сплатити ПВК.

Податок на прибуток відрізняється від податку на виведений капітал базою оподаткування, тобто тим, що саме оподатковується. Об'єктом оподаткування податком на прибуток підприємств є прибуток із джерелом походження з України та за її межами, який визначається шляхом коригування (збільшення

або зменшення) фінансового результату до оподаткування (прибутку або збитку), визначеного у фінансовій звітності підприємства відповідно до національних положень (стандартів) бухгалтерського обліку або міжнародних стандартів фінансової звітності, на різниці, які виникають відповідно до положень ПКУ [6].

Проте запровадження нового принципу оподаткування прибутку суттєво зменшить надходження до бюджету. За даними, опублікованими «Українським інститутом майбутнього», бюджет України може недорахувати за 2 роки після запровадження податку на виведений капітал близько 23 мільярдів гривень, у 2021 - 2022 роках додатково можливе залучення близько 222 мільярдів гривень до того, що могло би надійти від податку на прибуток. Виведення з тіні економіки внаслідок таких змін можуть становити 70% обсягу тіньового прибутку [2]. Прогнозується, що загальні втрати бюджету протягом першого року складуть 1,2 - 1,3 % ВВП.

Проте одночасний перерозподіл на користь підприємств призведе до модернізації, що в майбутньому забезпечить зростання надходжень від податків (див. рис. 1).

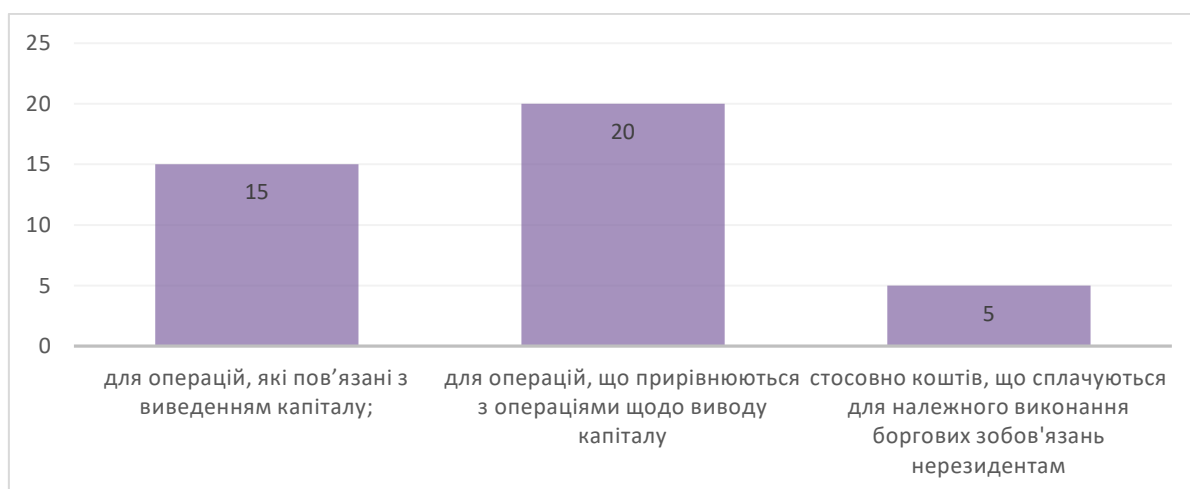


Рисунок 1 – Планові ставки податку на виведений капітал, % [3]

Внаслідок відмови від класичної моделі оподаткування нарахованого бухгалтерського прибутку на користь моделі оподаткування прибутку, що

розподіляється підприємством оптимізувати витрати або виводити прибуток в офшори більше не матиме сенсу. Це означає, що акціонери, які отримують вже оподаткований розподілений прибуток або дивіденди від підприємства, не повинні платити додатковий податок на одержаний дохід. Тому підприємства показуватимуть реальні фінансові результати.

Проте, податок на виведений капітал не можна назвати популярним. З-поміж розвинутих юрисдикцій він застосовується в Естонії, де позитивно сприймається інвесторами, які там працюють. Також податок на виведений капітал запровадили в Латвії, Македонії, Молдові, Грузії тощо (рис. 2). Варто зауважити, що переважна більшість країн Європи використовують податок на прибуток.

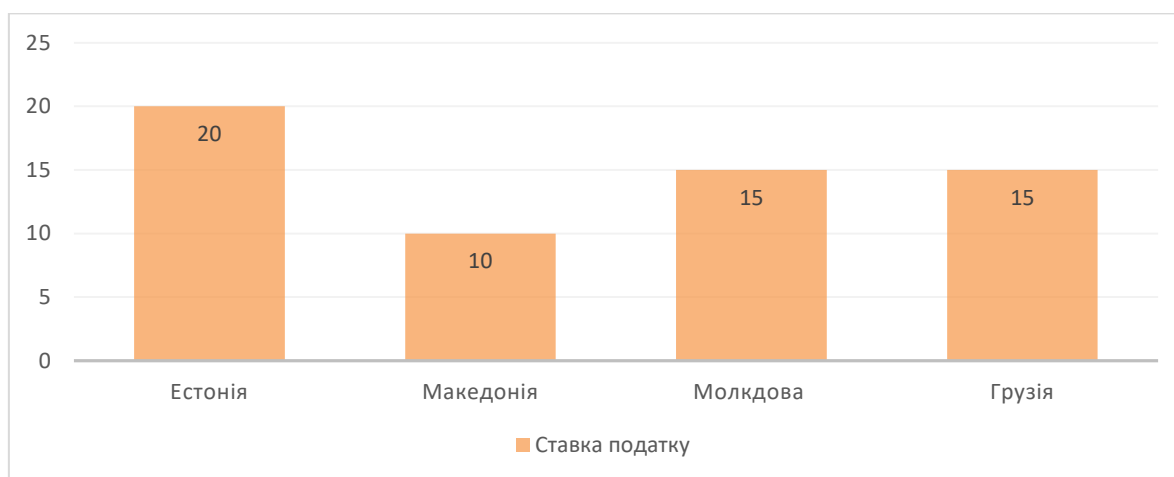


Рисунок 2 – Ставка податку на виведений капітал за кордоном, % [5]

В цілому міжнародний досвід впровадження податку на виведений капітал або його аналогів є неоднозначним, оскільки такі зміни спричинили як позитивний, так і негативний вплив на різні економічні процеси в Естонії, Македонії, Молдові та Грузії.

Міжнародний досвід впровадження податку на виведений капітал продемонстрував, що суб'єкти господарювання знаходять шляхи ухилення від сплати ПВК. Це здійснюється у вигляді виведення грошей з компаній за

нецільовим призначенням. Податок не сплачується при здійсненні платежу, пов'язаного з веденням господарської діяльності.

Деякі компанії скористалися цією умовою і маскують платежі, які не пов'язані з веденням бізнесу, як такі, що здійснюються саме в цих межах. Наприклад, надання інвестицій або позик, які ніколи не будуть виплачуватися або коли компанії нібито продають продукцію один одному, але фактично постачання не відбувається, а гроші просто переправляються з однієї компанії в іншу [4].

Вивчення міжнародного досвіду впровадження цього податку свідчить, що при його введенні у вітчизняну систему оподаткування доцільно оцінити напрями позитивного та негативного впливу такого заходу і забезпечити можливості для використання шляхів підвищення ефективності впровадження таких змін. Новий податок створить певні перешкоди для українських інвестицій за кордон: передбачається оподаткування внеску в створення підприємства за кордоном податком на виведений капітал.

Проте є недоліки адміністрування податку на виведений капітал. Виплату дивідендів має адмініструвати банківська система, але механізм не вироблений. Як наслідок доведення невідповідності бази ПВК звичайним цінам будуть здійснювати податкові органи, відповідно адміністративне навантаження збільшиться. Тобто запровадження податку на виведений капітал ускладнить облік [5].

Позитивним моментом введення податку на розподілений прибуток є створення єдиних умов для оподаткування підприємств. Крім того, цей податок скасував економічне подвійне оподаткування прибутку підприємств. Податок стягувався тільки один раз: при розподілі прибутку на рівні підприємства, а дивіденди на рівні фізичної особи, яка їх отримала, не обкладалися прибутковим податком.

Головною проблемою податкової системи України є недосконала система адміністрування податків. Саме тому вкрай важливими є заходи щодо покращення потенціалу та інституційної культури ДПС України.

Необхідною умовою є впровадження компенсаційних заходів щодо загального впливу введення ПВК, щоб зменшити додатковий тиск на бюджетну систему України. Тож та сьогоднішній день варто прорахувати вплив зазначеного податку на стан бюджету, вплив на інвестиційну активність підприємств [3].

Отже, необхідність реформування системи оподаткування прибутку підприємств зумовлена як наявністю проблем у межах безпосередньо механізму нарахування податку, так і його низькою фіскальною ефективністю для державного бюджету, а також низьким регуляторним потенціалом на відміну від інших країн світу.

Вирішення означених проблем дасть змогу підвищити фіскальну ефективність податку на прибуток, зменшити процес тінізації підприємницької діяльності та виведення капіталу, поліпшити інвестиційний клімат у країні, тобто повною мірою реалізувати не лише фіскальну, а й регулюючу функцію податку на прибуток.

Відповідні заходи у короткостроковій перспективі не матимуть ефективних результатів, проте у майбутньому подібні реформи сприятимуть переходу до стимулюючої системи оподаткування підприємств.

Список використаних джерел

1. Проект Ліберального Податкового кодексу України. URL: <http://appu.org.ua/>.
2. Офіційний сайт Державної служби статистики. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua//2017/>.
3. Податок на виведений капітал URL: <https://www.epravda.com.ua/rus/publications12/12/1632051/#comments> (дата звернення 22.04.2021).
4. Головбук. Податок на виведений капітал. URL: <https://www.golovbukh.ua/article/ru/8180-nalog-na-vyvedennyu-kapital-2020> (дата звернення 22.04.2021).
5. Оподаткування розподіленого прибутку : міжнародний досвід. URL: http://www.ier.com.ua/files/publications/Policy_papers/German_advisory_group/2017/PB_03_2017_ukr.pdf (дата звернення 22.04.2021).
6. Що є об'єктом оподаткування податком на прибуток підприємств? URL: <https://dp.tax.gov.ua/media-ark/news-ark/418453.html> (дата звернення 26.04.2021).

ОЦІНКА ВИДАТКІВ ДЕРЖАВНОГО БЮДЖЕТУ УКРАЇНИ НА ОСВІТУ

Головатий А. Ю.,

к.е.н., доцент Марина А. С.

ДВНЗ «Донецький національний технічний університет»

(м. Покровськ, Україна)

Освіта є невід'ємною частиною соціального розвитку країни, тому одним із завдань держави є забезпечення достатнього рівня фінансування розвитку освіти на усіх її рівнях для належного формування освіченої молоді й перспектив розвитку держави. Метою роботи є дослідження динаміки витрат на освіту в структурі видаткової частини державного бюджету та виділення проблемних аспектів фінансування системи вищої освіти в країні.

В Україні система освіти представлена кількома рівнями: дошкільна, загальна середня, професійно-технічна, вища освіта. Така система послідовного навчання має сприяти формуванню освіченої, кваліфікованої молоді, яка забезпечить стратегічний розвиток країни. Останньою ланкою в системі освіти є вища освіта. Відповідно до Закону України «Про вищу освіту», вища освіта це «сукупність систематизованих знань, умінь та практичних навичок, способів мислення, професійних, світоглядних та громадянських якостей, морально-етичних цінностей, інших компетентностей, здобутих у закладі вищої освіти (науковій установі) у відповідній галузі знань за певною кваліфікацією на рівнях вищої освіти, що за складністю є вищими, ніж рівень повної загальної середньої освіти» [1]. Право на вищу освіту для громадян України гарантовано Конституцією.

Видатки на освіту є однією з головних складових бюджету України, до цієї статті відносяться витрати на заробітну плату наукових та науково-педагогічних працівників, вдосконалення матеріально-технічної бази закладів освіти, позашкільної освіти та заходів позашкільної роботи з дітьми, виплати стипендіального забезпечення, впровадження дистанційних та дуальних форм освіти, фінансування фундаментальних та прикладних досліджень і розробок у

сфері освіти. Незважаючи на загальне збільшення абсолютного значення витрат на освіту, у загальній структурі видатків зведеного бюджету частка витрат на фінансування галузі скорочується протягом останніх п'яти років і становить лише 4 % загальнодержавних видатків (табл. 1).

Таблиця 1 – Видатки державного бюджету України за функціональною класифікацією, станом на 31 грудня відповідного року

	Структура видатків, %				
	2016	2017	2018	2019	2020
Загальнодержавні функції	17,22	16,97	16,53	15,68	12,72
у т. ч. обслуговування боргу	13,99	13,16	11,71	11,11	9,29
Оборона	8,67	8,86	9,84	9,94	9,35
Громадський порядок, безпека, судова влада	10,47	10,47	11,86	13,06	12,24
Економічна діяльність	4,59	5,60	6,45	6,74	13,11
Охорона навколишнього середовища	0,70	0,56	0,53	0,59	0,52
Житлово-комунальне господарство	0,00	0,00	0,03	0,01	0,01
Охорона здоров'я	1,82	1,99	2,29	3,59	9,70
Духовний та фізичний розвиток	0,72	0,94	1,03	0,93	0,76
Освіта	5,09	4,90	4,50	4,81	4,10
Соціальний захист та соціальне забезпечення	22,19	17,22	16,62	20,38	25,06
Міжбюджетні трансферти	28,54	32,48	30,32	24,26	12,44

Сформовано за даними [2]

Сукупні витрати на освіту зросли протягом досліджуваного періоду на 52 % – з 34,8 млрд грн у 2016 р. до 52,8 млрд грн у 2020 р. У структурі видатків галузі переважає фінансування вищої освіти (рис. 1). Обсяги видатків на вищу освіту складають від 71% до 83% сукупного фінансування галузі, а в 2020 р. склали 75%. На другому місці за обсягами фінансування з державного бюджету фахова передвища освіта, хоча частка видатків на даний напрям скорочується протягом досліджуваного періоду. Найменше коштів виділяється на фінансування дошкільної та позашкільної освіти, зокрема в структурі видатків державного бюджету з 2017 р. відсутня стаття видатків на фінансування дошкільної освіти. Незначними за обсягами є програми фінансування

фундаментальних та прикладних досліджень, матеріального забезпечення закладів освіти.

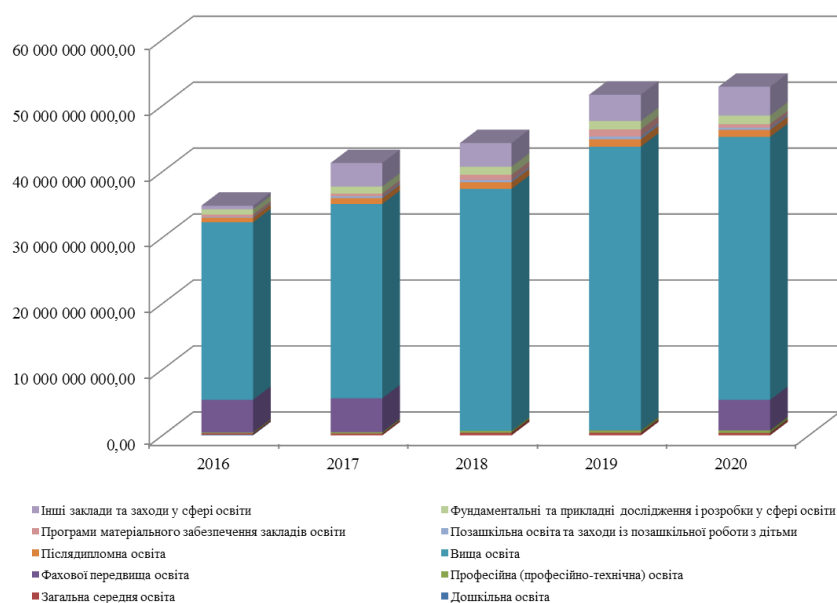


Рисунок 1 – Структура видатків на освіту у 2016-2020 рр., грн

Побудовано за даними [3]

За даними міністерства фінансів [4], високі видатки на вищу освіту обумовленні високою вартістю підготовки одного студента денної форми. В середньому підготовка одного студента за державним замовленням обходиться державі в 56 тис. грн на рік, натомість середні витрати на підготовку студента, що навчається за контрактом, становлять 40 тис. грн (рис. 2). Такий розбіг обумовлений високою вартістю підготовки спеціалістів стратегічного призначення, наприклад, курсантів Льотної академії Національного авіаційного університету (233,7 тис. грн на одного студента за держзамовленням). Високою є й вартість підготовки фахівців у закладах освіти, підпорядкованих Міністерству культури України через необхідність проведення індивідуальних занять зі здобувачами вищої освіти.

В усіх закладах вищої освіти спостерігається перевищення вартості підготовки студентів за державним замовленням над витратами на підготовку студентів за контрактом. Це обумовлено тим, що у переважній більшості

закладів освіти студенти не поділяються на окремі групи за формами фінансування здобуття освіти.



Рисунок 2 – Витрати на підготовку одного студента в закладах вищої освіти

Наявність проблем у фінансуванні галузі освіти пов'язана також зі значною мережею закладів освіти, нецільовим використанням бюджетних коштів деякими установами, відсутністю механізмів залучення альтернативних джерел фінансування. Впровадження фінансової автономії для закладів освіти певним чином дозволяє шукати шляхи вирішення проблеми браку фінансових ресурсів для повноцінного розвитку освіти на усіх рівнях. Проте держава має забезпечити повноцінне фінансування наявних та перспективних освітніх програм відповідно до передового досвіду Європейських держав та з урахуванням вимог сучасного інформаційного середовища.

Список використаних джерел

1. Про вищу освіту. Закон України від 01.07.2014 №1556-VII (в редакції від 18.04.2021). Верховна рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1556-18#Text>.
2. Видатки держбюджету України. URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/finance/budget/gov/expense>.
3. Офіційний сайт державної казначейської служби України URL: <https://www.treasury.gov.ua/>.
4. Видатки на освіту. Офіційний сайт Міністерства фінансів України. URL: <https://mof.gov.ua/uk/the-reform-of-education>.

ДЕРЖАВНО-ПРИВАТНЕ ПАРТНЕРСТВО ЯК ЧИННИК ФІНАНСОВОЇ ПІДТРИМКИ НАСЕЛЕННЯ

д.е.н., професор Дейч М. Є.

ДВНЗ «Донецький національний технічний університет»

(м. Покровськ, Україна)

Сучасному світовому устрою притаманна така основна риса, як глобалізованість існування. Глобалізація, як звісно, має свої як позитивні, так і негативні наслідки. В умовах пандемії на Covid загострюються основні сторони суспільно-економічного життя країни. Це чисельна втрата населення через підвищення смертності, велика кількість захворювань з частковою втратою працездатності, зниження рівня добробуту населення, велике навантаження на медичну сферу, яке потребує кваліфікованих кадрів, обладнання, великих затрат на фінансування. І, як наслідок, відбувається зниження розвитку національної економіки. Так, в другому кварталі 2020 року національна економіка втратила 11,4 % ВВП у порівнянні з аналогічним періодом 2019 року. Це наслідки пов'язані зі світовою пандемією, в умовах, коли потерпають більш розвинуті країни світу, і наша країна втрачає за багатьма економічними показниками. За деякими оцінками падіння світової економіки в 2020 році становить 2,7 трлн доларів США.

Спадна хвиля загального розвитку актуалізує питання відновлення та стабілізації економіки країни через налагодження можливих ефективних механізмів суспільного відтворення. Це стосується підтримки здоров'я кожного члена суспільства, як основного виробника матеріального продукту та суспільного виробництва, тому, першочерговою метою для держави має стати підтримка здоров'я населення.

Але реформування системи охорони здоров'я в попередні роки значно погіршило стан всієї системи, знизило доступність до безкоштовних медичних послуг населення. Видатки на систему охорони здоров'я в Україні за період 2014 - 2019 рр. в середньому на рік становили 7,7 % ВВП. Це не сильно

відрізняється від світового тренду, де загальні витрати складають на рівні 8,6 %, але через низький рівень ВВП, цей показник для України складає лише близько 200 дол. США (наприклад в Польщі – 809 дол. США). В цій складній ситуації треба шукати нові форми фінансування з метою підтримки населення, створення програм вакцинації, лікування та реабілітації після перенесення COVID-19.

Доцільно розробити програми, які б були в змозі підтримати і не закласти бізнесу, які б були націлені на підтримку здоров'я суспільства. Основні принципи майбутньої системи охорони здоров'я: орієнтованість на людей. Система охорони здоров'я має дослухатися до потреб громадян (працівників, пацієнтів); головними показниками системи охорони здоров'я повинні бути безпека та якість послуг, здатних адаптуватися в змінних умовах (в даному випадку пандемія COVID); робота соціальних інституцій, які здатні трансформувати систему охорони здоров'я.

Велике значення має залежність стосунків між різними учасниками системи (покупців послуг, постачальників, управлінців, дослідників). Від формування взаємоповаги, діалогу, довіри між цими учасниками залежить процвітання системи, від якості таких стосунків – ефективність роботи, і як наслідок, здоров'я суспільства.

Сучасна ситуація потребує пошуку та запровадження нових моделей фінансування системи охорони здоров'я.

Однією з таких програм підтримки на державному рівні могла би стати програма сумісного фінансування реабілітації після перенесеної інфекції COVID.

Як ми знаємо, відтворення після інфекції дуже часто буває складним. Створити програму можливо через залучення державних, або кількості приватних, банківських установ. Зараз, у багатьох банківських установах є послуга повернення частки використаних на покупки грошей за умови визначених сумарних витрат у закладах-партнерах.

Таким чином, запровадивши програму, може бути отримано багато переваг, а алгоритм може бути такий:

1. Людина, якій необхідна реабілітація після перенесеного захворювання вносить кошти на банківську картку банку, визначеного в державній програмі.

2. Банк, який приймає участь в державній програмі реабілітації населення, перераховує кошти на лікування певним закладам реабілітації, які теж приймають участь в цій програмі.

3. Після проведеної успішної реабілітації пацієнт протягом місяця отримує часткове повернення своїх грошей від банку в розмірі, можливо 5 % - 10 %.

В рамках цієї програми можлива участь держави, не тільки як регулятора цієї програми, а і інвестора, який вкладає гроші в систему охорони здоров'я, тоді повернення частки грошей для кожної вилікуваної людини може бути більшим. Якщо держава не в змозі достатньо фінансувати цей проект, то банківським установам цей проект буде цікавим за рахунок того, що буде великий обсяг платежів проходити через певні банки. Затримка в поверненні кеш-беку (до місяця) дозволить банківським установам користуватися місяць безкоштовно позиковими грошима. Все це дасть змогу підтримки економіки:

1. Підтримка медично-лікувального бізнесу.

2. Підтримка транспортної інфраструктури, так як треба буде дістатися до місця реабілітації.

3. Розвиток оздоровчих закладів, створення нових робочих місць.

4. Підтримка банківського сектору, через активацію платежів.

Ця програма, яка передбачає участь людини, бізнесу, держави є одним із прикладом принципу корпоративної соціальної відповідальності, який є справедливим і ефективним в різних соціально-економічних умовах.

Список використаних джерел

1. Долбієва Д. В. Вплив COVID-19 на економіку країн світу. *Проблеми економіки*. 2020. № 1 (43).

2. Коронавірус в цифрах: як змінилася світова економіка. URL: [https://www.bbc.com/Ukrainian/features-51994936..](https://www.bbc.com/Ukrainian/features-51994936)

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ РИЗИКАМИ ПІДПРИЄМСТВА

Драченко А. І.,

д.е.н., доцент Лактіонова О. А.

Донецький національний університет ім. В. Стуса

(м. Вінниця, Україна)

На сучасному етапі розвитку економіки ризики виникають практично в усіх сферах господарської діяльності. Особливо вразливою до ризиків є підприємницька діяльність. Для неї в більшості характерними є фінансові ризики. Ступінь впливу таких ризиків на результати діяльності достатньо висока. Саме тому актуальним є питання щодо можливості передбачити виникнення ризику та прагнення мінімізувати його. Вчасна та ефективна реакція на ризики – це запорука стабільного розвитку та позитивного фінансового результату кожного підприємства.

Проблемі управління фінансовими ризиками на підприємстві присвячували свої дослідження відомі українські науковці, зокрема, І. Бланк, О. Грачова, Л. Донець, Р. Пікус, Н. Сирочук, Н. Скопенко, О. Таран, М. Турко. Такі вчені як Л. Донець, М. Турко, О. Грачова визначали складові системи управління фінансовими ризиками; І. Бланк, Р. Пікус, Н. Скопенко займалися питаннями формулювання цілі, завдань і принципів управління фінансовими ризиками підприємства.

Результати проведених ними досліджень охоплюють теоретичні засади та розкриття сутності понятійного апарату управління фінансовими ризиками.

Метою роботи є систематизація та узагальнення теоретичних підходів до управління фінансовими ризиками на підприємствах.

Поняття ризику асоціюється з усвідомленням небезпеки, загрози, ненадійності, невизначеності, невпевненості, випадковості, збитку. В найбільш загальному вигляді під ризиком розуміють вірогідність виникнення збитків або недоотримання прибутків в порівнянні з прогнозованим варіантом.

Фінансовий ризик – це ймовірність виникнення непередбачених фінансових втрат у ситуації невизначеності умов фінансової діяльності підприємства. Фінансовий ризик виникає під час фінансової діяльності чи виконання фінансових угод.

До основних видів фінансових ризиків підприємства належать: ризик зниження фінансової стійкості, ризик неплатоспроможності, інвестиційний, відсотковий, валютний, депозитний, кредитний, податковий та ін.

За джерелами виникнення всі види фінансових ризиків поділяють на дві основні групи: систематичні (ринкові ризики) та несистематичні (специфічні ризики). [1]

Для успішної діяльності підприємствам необхідно здійснювати управління ризиками. Управління ризиками передбачає прогнозування можливості настання потенційно ризикової події, а тому дає можливість вчасно вжити заходів із запобігання або зниження ступеня наслідків від ризику, який не можна локалізувати.

Управління фінансовими ризиками на підприємстві можна розглядати як певний управлінський процес, що складається з декількох етапів, як наведено на рис. 1. [2]

Відповідно до цього, процес управління ризиками на підприємстві повинен мати безперервну циклічну структуру і складатися із процедур, які можуть повторюватися, частково збігатися і взаємодіяти між собою. Лише за такої побудови на підприємстві може бути сформована єдина система управління ризиками. [3]

У системі управління фінансовими ризиками підприємства основна роль належить внутрішнім механізмам їх нейтралізації. Внутрішні механізми нейтралізації фінансових ризиків являють собою систему методів мінімізації їх негативних наслідків, які обираються і здійснюються в рамках самого підприємства.

Підготовчий етап: попередній збір інформації; постановка цілей управління ризиками.

Ідентифікація ризиків: ідентифікація ризиків відповідно до вибраних методів; документування виявлених ризиків.

Оцінка ризиків: якісний аналіз ризиків; кількісний аналіз ризиків; ранжування і вибір найбільш вагомих ризиків.

Планування нейтралізації ризиків: визначення методів впливу на вагомі ризики; складання плану дій на випадок виникнення непередбачуваних наслідків.

Моніторинг і контроль ризиків: аналіз ефективності прийнятих рішень; складання плану протидії ризикам відповідно до поточного стану справ на підприємстві.

Рисунок 1 – Процес управління фінансовими ризиками

Система внутрішніх механізмів нейтралізації фінансових ризиків передбачає використання наступних основних методів:

- диверсифікація ризиків;
- лімітування;
- хеджування;
- страхування ризиків. [4]

Диверсифікація підприємницької діяльності полягає в розподіленні зусиль і капіталовкладень між різними видами діяльності, які не пов'язані один з одним.

Диверсифікація може здійснюватися за такими напрямками:

- вертикальна диверсифікація,
- горизонтальна диверсифікація.

Лімітування фінансових ризиків здійснюється шляхом установлення відповідних фінансових нормативів, тобто верхньої межі коштів чи ресурсів, за

окремими напрямками фінансової діяльності з метою фіксації можливих фінансових втрат на допустимому для підприємства рівні.

Хеджування – це використання фінансових інструментів, які дозволяють уникнути або обмежити ризик фінансових операцій у результаті несприятливих змін курсів валют, цін на товари, відсоткових ставок у майбутньому за допомогою купівлі або продажу термінових контрактів. На практиці використовуються два види хеджування: на підвищення і на зниження.

Сутність страхування фінансових ризиків полягає в захисті майнових інтересів підприємства при настанні страхової події страховиками. [5]

Фінансово-економічну діяльність підприємства супроводжують фінансові ризики. Для упередження або мінімізації фінансових ризиків необхідно їх ідентифікувати, виявляти, розраховувати ймовірність настання, тобто здійснювати ефективне управління. Управління фінансовими ризиками підприємства ґрунтується на передбаченні та нейтралізації їх негативних наслідків.

Основна мета управління фінансовими ризиками – мінімізація пов'язаних з ними фінансових втрат. Створена система управління фінансовими ризиками повинна бути простою, прозорою, практичною і відповідати стратегічним цілям підприємства.

Список використаних джерел

1. Бланк І. А. Управління фінансовими ризиками: навчальний посібник. Київ : Ніка-Центр, 2015. 600 с.
2. Донець Л. І. Економічні ризики та методи їх вимірювання: навчальний посібник. Київ : Центр навч. літератури, 2016. 312 с.
3. Пікус Р. В. Управління фінансовими ризиками: навчальний посібник. Київ : Знання, 2015. 598 с.
4. Турко М. О. Теоретичні основи управління ризиками підприємства. *Економіка розвитку*. 2017. № 4. С. 85-89.
5. Лактіонова О. А. Управління фінансовими ризиками: навчальний посібник. Вінниця : ДонНУ імені Василя Стуса, 2020. 256 с.

ПРОБЛЕМИ ФІНАНСУВАННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ ІННОВАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ

д.е.н., професор Коверга С. В.,

к.е.н. Павлович Р. В.

ДВНЗ «Донбаський державний педагогічний університет»

(м. Слов'янськ, Україна)

Інноваційна діяльність держави напряму пов'язана з інвестиційною. На рис. 1 наведено основні актуальні джерела фінансування національної інноваційної системи. Існує чотири основних види інвестицій: власні кошти підприємств, державна підтримка, вітчизняні недержавні та іноземні інвестиції.



Рисунок 1 – Джерела фінансування національної інноваційної системи

Розглянемо перший варіант інвестування інноваційної діяльності підприємств за рахунок власних коштів. Це найчастіше самий важкий і довгий шлях до інноваційних змін, так як власних коштів одноразово і в повному обсязі не вистачає, а процес розвитку і впровадження інновацій стає повільним і поетапним. Відзначимо, що в період економічного спаду або криз даний вид джерела фінансування спрямовується на підтримку основного виду діяльності підприємства, а не на інноваційну. Але, якщо підприємство тверезо враховує

фактор «часу» і прогнози кон'юнктури ринку, то отримати фінансові кошти воно може через власні фонди, до яких найчастіше відносять фонд амортизаційні відрахування та інші фонди спеціального призначення (наприклад, фонд розвитку виробництва). Фонди формуються за рахунок амортизаційних відрахувань і прибутку відповідно.

Наступне джерело інвестицій – державна підтримка. Але бюджетні кошти на інноваційну діяльність вельми обмежені та складають в середньому 0,6 % видатків державного бюджету України. При цьому підприємство може звернутися до різних форм державної підтримки: програм бюджетного фінансування; державних конкурсів; державних замовлень [1].

Наступна група джерел інвестиційних коштів представлена вітчизняними недержавними фондами та компаніями. Венчурні фонди і компанії спеціалізуються на допомозі підприємствам, які знаходяться на різних етапах процесу комерційної реалізації інновацій. Особливістю венчурного фінансування є те, що результати інноваційної діяльності не можуть дати гарантії успіху і, отже, пов'язані з високими ризиками втрат [2]. Але венчурне фінансування дозволяє отримати приплив коштів для реалізації інноваційних проектів на порівняно довгий термін (середнє значення – 5-7 років) і на безповоротній основі. Венчурний інвестор практично завжди стає учасником статутного капіталу підприємства. Підгрупа даного джерела фінансування представлена інвестиційними організаціями, такими, як інвестиційні фонди та компанії, які концентрують різних інвесторів, починаючи від звичайних громадян, які бажають прибутково вкласти свої кошти, закінчуючи організаціями, які орієнтовані на інвестиційну діяльність (незалежно від територіальної приналежності інвестора). До цієї категорії інвесторів включаються і банківські організації, які вкладають свою кошти, а іноді і державні органи і структури. Причина такої популярності інвестиційних організацій полягає в тому, що вони можуть виконувати довірену їм інвесторами функцію поручителя. Відзначимо, що в Україні інвестиційні фонди

і компанії відіграють дуже важливу роль в стимулюванні інноваційної діяльності підприємств.

Ще одна категорія інвесторів, яка відносяться до вітчизняних недержавних об'єднань, націлених на фінансування інновацій, – «бізнес-ангел». Даний термін, як і явище, на вітчизняному ринку не поширений, на відміну від західної практики, але заслуговує на увагу. Крім фінансової підтримки, бізнес-ангел може надавати допомогу в просуванні інноваційного підприємства на ринок. Бізнес-ангел – це приватний інвестор, який вкладає кошти в інноваційне підприємство на основі повернення. Як правило, такі інвестори отримують назад вкладені кошти і частку в капіталі організації. Частка в статутному капіталі підприємства, яка згодом відійде інвесторові, формує блокуючий пакет акцій, розмір якого становить в середньому 25-49 %, в залежності від обсягу вкладених коштів, але не більше. Також частка пакета акцій інвестора залежить і від стартових прогнозів по інноваційному проекту:

- якщо прогноз успіху незначний і високий ризик втрати вкладених коштів, то інвестор, вкладаючись в такий проект, має можливість у разі успіху розраховувати на 34-49 % від усіх акцій;

- якщо на початковому етапі прогнозуються часткові втрати вкладених коштів, але вихід до точки окупності, то інвестор може розраховувати на пакет акцій в розмірі 28-20 %;

- якщо прогнозується невисока прибутковість, то середній розмір пакета акцій інвестора складе 17 %;

- якщо прогнозується прибутковість інноваційного проекту більше 25 %, але не перевищує 50 % на рік, то пакет акцій інвестора складе 10-15 %;

- якщо прогноз прибутковості перевищує 50 % річних, то в середньому пакет акцій інвестора складе 23-25 % [2].

Іноземні джерела фінансування представлені такими ж формами, як і розглянуті вище джерела фінансування інноваційної діяльності вітчизняними недержавними об'єднаннями. На даний момент сформувалася чітка тенденція іноземної участі в вітчизняній НІС. Пояснюють цю тенденцію політичними і

економічними процесами в Україні. А часткова обмеженої затребуваності іноземних інвестицій з боку підприємств обумовлена нестабільністю валютного курсу гривні по відношенню до іноземних валют, внаслідок чого інвестиційні потоки з-за кордону стають важкодоступними і дорогими.

Звернемо увагу на те, як розвивається фондовий ринок в мережі. Цифрові та електронні рішення являють собою платформи для безпосередньої взаємодії інвестора та підприємства. Такі платформи дозволяють економити на транзакційних і комісійних операціях [3]. Ще одним плюсом такого інвестування є часткове залучення приватного інвестора незалежно від його територіального розташування. Мінус даного джерела фінансування полягає в недостатньому рівні правового та юридичного регулювання процесів. Відбувається конфлікт централізованих усталених систем і зручних нових децентралізованих рішень. Отже, фінансування інноваційної діяльності в Україні є проблемою, що робить надзвичайно важливим формування ефективної інноваційно-інвестиційної стратегії країни полягає у виявленні найбільш ефективних джерел фінансування інноваційної діяльності. Інвестування в розвиток національної інноваційної системи, що забезпечує науково-технічний розвиток країни та реалізацію інноваційної діяльності. Створення сприятливого інвестиційного клімату, що підвищує інноваційну привабливість країни для іноземних інвесторів. Інвестування в кадрові ресурси, що сприяє підвищенню інтелектуального потенціалу країни.

Список використаних джерел

1. Мищерина Т. В. Инвестиции частных профессиональных инвесторов в инновационные проекты. *Журнал экономической теории*. 2015. № 1. С. 169-172.
2. Ильина С. А. Формирование стратегий коммерциализации инновационного проекта в условиях сетевой организации бизнеса. *Интернет-журнал «Наукovedение»*. 2016. Т. 8, № 3. URL: <http://naukovedenie.ru/PDF/75EVN316.pdf>.
3. Купревич Т. С. Цифровые платформы в мировой экономике: современные тенденции и направления развития. *Экономический вестник университета: сб. науч. тр. ученых и аспирантов*. 2018. № 37-1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovye-platformy-v-mirovoy-ekonomike-sovremennyyetendentsii-i-napravleniya-razvitiya>.

СУТНІСТЬ ФІНАНСОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА

д.е.н., професор Мартиненко В. П.

Національний технічний університет України

«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

(м. Київ, Україна)

Висока динаміка основних макроекономічних показників, часті коливання кон'юнктури фінансового і товарного ринків, нестабільність державної економічної політики і форм регулювання фінансової діяльності не дозволяють ефективно управляти фінансами підприємства на основі раніше накопиченого досвіду і традиційних методів фінансового менеджменту.

В цих умовах відсутність фінансової стратегії, адаптованої до можливих змін факторів зовнішнього середовища, може призвести до зниження ефективності функціонування суб'єктів господарювання. Варто зазначити, що в українській та зарубіжній літературі можна зустріти багато підходів до визначення сутності фінансової стратегії і на даний час сучасна економічна наука не має однозначного визначення даної категорії. Беручи до уваги вищезазначене, тема дослідження вимагає наукового осмислення, а, відповідно, є актуальною.

Методологічні підходи в науці вимагають комплексного дослідження фінансової стратегії з врахуванням її подвійного характеру. Комплексність в даному випадку означає сукупний облік характеристик, притаманних категорії «стратегія», а також тій специфіці, яка привноситься визначенням «фінансова». Стратегія передбачає, перш за все, орієнтацію на довгострокову перспективу або на вирішення ключової пріоритетної задачі в конкретному періоді часу. Визначення «фінансова» вказує на економічну природу базових категорій: фінансів, кредиту, капіталу, а також на необхідність обліку часового фактору. Адже вирішення кожної фінансової проблеми як в теорії, так і на практиці пов'язано з фактором часу, дія якого коригує наповненість і направленість фінансових потоків.

Як зазначають вітчизняні науковці, фінансова стратегія повинна вписуватись в загальну стратегію підприємства, бути адекватною їй по цілях та задачах [1-3]. Разом з тим цілі та задачі визначаються її фінансовою природою, економічними відносинами між суб'єктами ринку, між ними та державою стосовно формування і використання фінансових ресурсів. Характерною особливістю фінансової стратегії виступає її зв'язок із державними фінансами на макрорівні і фінансами підприємств на мікрорівні. Беручи до уваги результати дослідження вітчизняних науковців, фінансову стратегію варто розглядати в декількох аспектах:

- як складову загальної стратегії підприємства поряд з маркетинговою, конкурентною, інноваційною, виробничою та іншими;
- як важливий компонент, що забезпечує формування і реалізацію кожної із названих складових загальної стратегії (наприклад, фінансове забезпечення інноваційної стратегії підприємства).

Необхідність виокремлення фінансової складової при створенні загальної стратегії підприємства обумовлена:

- диверсифікацією діяльності великих компаній в плані охоплення ними різних ринків, в тому числі і фінансових;
- потребами в дослідженні джерел фінансування стратегічних проєктів;
- наявністю єдиної для всіх підприємств кінцевої мети при виборі стратегічних орієнтирів – максимізації фінансового результату;
- стрімким розвитком міжнародних і внутрішніх фінансових ринків, що сприяє залученню фінансових ресурсів і одночасно прибуткового розміщення капіталу.

Розглядаючи в теоретичному аспекті сутність фінансової стратегії, можна зазначити, що в різних господарських ситуаціях і на різних рівнях управління підприємством фінансова стратегія може виступати як в ролі функціональної стратегії, так і в ролі базової.

Згідно результатів досліджень науковців, фінансова стратегія являє собою одну із функціональних стратегій [2; 3]. Виходячи із даної концепції,

формування фінансової стратегії неможливе, якщо відсутня загальна стратегія розвитку підприємства. Саме в ній відображені основні напрямки розвитку підприємства в стратегічному періоді. Під ці напрямки і формується функціональна фінансова стратегія, в якій відображені певні фінансові показники.

Але, якщо розглядати стратегічне управління як систему, можна відмітити, що фінансова стратегія має силу зворотної дії, оскільки саме наявність чи відсутність необхідної кількості фінансових ресурсів виступає вирішальним фактором при виборі, а в подальшому реалізації стратегічних цілей і задач. В такому випадку фінансову стратегію можна розглядати як базову.

Теоретичний розгляд фінансової стратегії базується на чотирьох головних поняттях і її важливих складових. Такими поняттями для фінансової стратегії виступають: оточуюче середовище, місія (головні цілі), ситуаційний аналіз та планування використання ресурсів

Формування фінансової стратегії пов'язано з постановкою цілей і задач суб'єкта господарювання, підтриманням фінансових відносин між підприємством і суб'єктами оточуючого середовища (фінансовим ринком, державними регулюючими органами, спеціалізованими фінансовими інститутами, діловими партнерами та іншими).

Підприємство досягає своїх стратегічних фінансових цілей, коли такі відносини відповідають його внутрішнім фінансовим можливостям, а також дозволяють залишатись сприйнятливим до зовнішніх соціально-економічних вимог. Значні і швидкі зміни зовнішнього середовища при рості нестабільності умов підприємництва вимагають не тільки оперативних реакцій, але і створення перспективних моделей розвитку, тобто стратегій, зокрема фінансової стратегії.

Для розуміння сутності фінансової стратегії значимим є її зв'язок і взаємодія з фінансовим менеджментом.

Фінанси – це економічні відносини, фінансовий менеджмент – це управління фінансовими відносинами. Фінансова стратегія в цьому сенсі є модель цілей, дій, можливостей підприємства на стратегічну перспективу, в

основу створення якої покладено управління фінансовими ресурсами. Враховуючи вищевикладене, можна зазначити, що фінансова стратегія являє собою узагальнюючу модель дій, необхідних для досягнення поставлених цілей в межах визначеної місії шляхом планування, формування, розподілу та використання фінансових ресурсів підприємства.

Варто зазначити, що для фінансової стратегії, як і для загальної стратегії підприємства, характерні три основні відмінні риси: необоротність, перманентність і довгостроковість наслідків, тобто з її реалізацією змінюється потенціал підприємства і стає неможливим повернення до попереднього стану. Притаманний стратегії перманентний характер проявляється в тому, що підприємство постійно перебуває в стані розробки, коригування, реалізації своєї стратегії. Перманентність стратегії визначається мінливістю оточуючого ділового середовища, партнерів, конкурентів, нестабільністю підприємницького клімату, ринкової ситуації.

Таким чином, розкриті аспекти фінансової стратегії дозволяють зробити висновок, що вона суттєво впливає на загальну стратегію суб'єкта господарювання і її цілі та функції завжди направлені на досягнення головних стратегічних задач щодо розвитку підприємства. Застосування фінансової стратегії дозволяє забезпечити максимальне використання внутрішнього фінансового потенціалу суб'єкта господарювання, реально оцінити його фінансові перспективи, забезпечує можливість швидкої реалізації перспективних інвестиційних проектів, що позитивно вплине на фінансову стійкість та конкурентоспроможність підприємства на ринку.

Список використаних джерел:

1. Бас Ю. В., Зикова Г. В. Теоретичні основи формування фінансової стратегії підприємства. *Наука й економіка*. 2016. № 1 (41). С. 73-77.
2. Пашенко О. В. Генезис сутності фінансової стратегії. *Вісник ЖДТУ*. 2015. № 1 (71). С. 247-254.
3. Гончаренко О. М. Фінансова стратегія: теоретичні питання розробки та реалізації. *Вісник соціально-економічних досліджень*. 2015. Випуск 1 (56), с. 35-40.

ФІНАНСОВА ОБІЗНАНІСТЬ МОЛОДІ ЯК ШЛЯХ ДО ФІНАНСОВОГО МАЙБУТНЬОГО УКРАЇНИ

Піліна А.

Навчально-виховний комплекс №1 Покровської міської ради,

к.е.н., доцент Антоненко В. М.

ДВНЗ «Донецький національний технічний університет»

(м. Покровськ, Україна)

Проблема фінансової грамотності (чи фінансової обізнаності) населення є досить актуальною і затребуваною щодо її практичного вирішення, особливо вона зачіпає майбутнє покоління нашої незалежної України. У зв'язку із сучасною глобалізацією, фінансові ринки у світі стають все більш складними, з'являються нові фінансові продукти та послуги. Як наслідок, люди часто не підготовлені до вирішення сучасних фінансових завдань. Наслідки низького рівня фінансової грамотності населення особливо зросли в останні десятиліття, бо значно загострилися проблеми відсутності заощаджень, нездатності вживати ефективних заходів, спрямованих на захист власного добробуту. На жаль, попри таку її актуальність, вона є надто далекою до свого бажаного вирішення.

У чому важливість і навіщо потрібна фінансова обізнаність, чому цьому питанню приділяється так багато уваги. За своєю сутністю фінансова обізнаність розглядається як знання і навички, які допомагають людині приймати зважені і розумні фінансові рішення у певних життєвих чи підприємницьких ситуаціях. Фінансово обізнана людина знається на основних фінансових поняттях, орієнтується в системі фінансових послуг, усвідомлює їх переваги, недоліки й ризики, вміє управляти особистими і родинними фінансами: вести бюджет, планувати витрати, накопичувати заощадження, уникати боргів, – і забезпечує себе від будь-якого фінансового шахрайства.

Ця проблема має і глобальне значення для всієї країни, бо чим вищий рівень обізнаності населення у фінансових питаннях, тим вищий рівень розвитку економіки і добробуту суспільства в цілому.

Наразі все більше й більше в світі, а не тільки в нашій країні, приділяється уваги поширенню фінансових знань, бо до цього спонукає швидко плинне середовище, в якому живе сучасна людина. Фінансова грамотність необхідна, щоб убезпечити себе і свою сім'ю від непередбачуваних обставин та підвищити якість власного життя. Це, так би мовити, той вантаж знань і навичок, які формують правильне ставлення до особистих грошей і дозволяють людині приймати вигідні для себе фінансові рішення. Тому фінансові знання потрібні кожній людині (і не обов'язково фінансисту за фахом), щоб ефективно користуватися грошима й швидко досягати нових рівнів матеріального добробуту та прийняттого результату у розв'язанні фінансових задач чи вирішення фінансових ситуацій. Найважливішими питаннями для сучасних пересічних українців (наголошуємо: не фінансистів за фахом), на нашу думку, є: планування сімейного бюджету, управління власними грошима, створення пасивного доходу, управління витратами, розумне користування банківськими послугами, забезпечення майбутнього для дітей та достойної пенсії.

Україна значно відстає від багатьох інших країн у розповсюдженні фінансових знань серед населення, про що свідчать загальні репрезентативні дослідження, проведені серед різних верств населення [1; 2]. Попри величезну важливість фінансової грамотності, в Україні похвалитися нею можуть дуже небагато. Велика частина населення виховувалася в централізованій економіці і не звикла дбати про фінансове благополуччя та планувати доходи і витрати на тривалий період, що підтверджується цілою низкою фактів [1; 2]. Майже 50% українців зберігають кошти вдома і не мають звички прагнути до примноження капіталу. Фінансові кризи створили стійку недовіру до банків. Понад 50% українців не використовують ніякі фінансові послуги, хоча потреба в них є, але відсутнє розуміння принципів їх роботи. Деякі громадяни навіть не знають про певні способи отримання доходу. Про те, що в Україні діє система страхування вкладів, знає менше ніж 50% громадян. Багато українців не розуміють дію сучасної пенсійної системи, а саме в неї пропонує фінансувати капітал держава.

Тому можна стверджувати, що є вірогідність того, що не вся молодь буде «тягнутися» до реалізації себе та своїх знань у фінансовій сфері, оскільки беруть приклад із сім'ї. То вважаємо, що фінансові знання в першу чергу необхідні молоді, бо саме вона згодом відчує важіль дорослого життя.

Фінансово обізнані громадяни ухвалюють відповідальні фінансові рішення і почуваються захищеними, адже піклуються про особистий фінансовий добробут і фінансову незалежність на кожному етапі життя, завчасно формують фінансову подушку безпеки на випадок криз та форс-мажорних ситуацій. Завдяки належному рівню фінансової грамотності люди будуть приймати більш свідомі рішення про те, яким чином розпорядитися своїми фінансами, як скористатися тими чи іншими можливостями фінансового сектору. Це, з одного боку, дасть поштовх розвиватися банківській системі, небанківським установам, реальному сектору економіки, а з другого, – створюватиме засади для зростання добробуту родин. Крім того, фінансово грамотні люди не панікують навіть при настанні криз, оскільки у них завжди є подушка безпеки, яка дозволяє впоратися з форс-мажорними ситуаціями. Саме тому пріоритетним стає формування знань про фінанси у повсякденному житті родини, місцевої громади, українського суспільства, а саме молоді.

Але, однією з причин незацікавленості молоді у фінансовій обізнаності є відсутність в навчальному процесі загальної середньої освіти обов'язкових або факультативних занять з фінансової грамотності. Натомість за кордоном дітей ще з юного віку вчать як управляти особистими фінансами, уміло використовувати новітні фінансові продукти, технології та послуги.

Аби молодь була обізнаною, треба впроваджувати спеціальні заняття, тренінги, лекції, програми для цього. Наприклад, під час тренінгу можуть розглядатися різноманітні питання, зокрема, види основних банківських та небанківських послуг: кредити, платіжні картки та рахунки; безпечне користування банківськими картками; ефективне управління особистими фінансами; особливості ведення особистого бюджету у кризовий період; виявлення шкідливих фінансових звичок; способи уникнення фінансового

шахрайства. Нарешті, у 2012 році в Україні було започатковано проєкт з підвищення рівня фінансової грамотності населення, до реалізації якого залучено органи влади, банки, громадські організації, вищі навчальні заклади. Його мета – заохотити громадян до прийняття зважених фінансових рішень відповідно до життєвих обставин. Учасники тренінгу також можуть отримати знання, які допоможуть їм набути навичок у прийнятті свідомих, обізнаних та виважених рішень під час користування сучасними фінансовими послугами. Адже люди, які вміють грамотно планувати свій особистий бюджет, більш ефективні і в роботі, незалежно від того, на яких позиціях і в якій сфері вони працюють. Тому підвищення рівня фінансової грамотності – це ключ до фінансового добробуту громадян і підвищення продуктивності праці та запорука здорового розвитку економіки в цілому.

Сто відсотків, що вище перелічене є неймовірно необхідним для сучасного молодого покоління.

Отже, зазначимо на останок, що зараз Україна на правильному шляху розвитку, оскільки фінансова обізнаність набуває поширення серед молоді. До того ж, не секрет, що саме фінансова обізнаність вигідна, престижна і досить корисна.

Якщо людина навчиться застосовувати в житті основні її правила, її життя поступово зміниться на краще. Вона навчиться рухатися до успіху і буде вмотивована на подальшу роботу над собою. А це є саме те, що потрібно сучасному молодому поколінню!

Список використаних джерел

1. Бонд Р., Куценко О., Лозицька Н. Фінансова грамотність та обізнаність в Україні: Факти та висновки. USAID Проєкт розвитку фінансового сектору (FINREP). Київ. 2010. 42с. URL: http://www.fst-ua.info/wp-content/uploads/2019/02/finlit_survey_6dec2010_ua.pdf.
2. Фінансова грамотність, фінансова інклюзія та фінансовий добробут в Україні: Результати дослідження. USAID Проєкт розвитку фінансового сектору (FINREP). Київ. 49с. URL: http://fst-ua.info/wp-content/uploads/2019/06/Financial-Literacy-Survey-Report_June2019_ua.pdf?fbclid=IwAR2AlpnGNn8big9d0_v6YEhNBwL69ErT0ToDVmY5Rq8dIJqSvLVndCm5u.

АНАЛІЗ КАДРОВОГО РЕСУРСУ БАНКУ (НА ПРИКЛАДІ АТ «ОЩАДБАНК»)

Пушкарьова І. О.,

к.е.н., доцент Катранжи Л. Л.

ДВНЗ «Донецький національний технічний університет»

(м. Покровськ, Україна)

На сьогодні АТ «Ощадбанк» (повна назва банку українською мовою – приватне акціонерне товариство «Державний ощадний банк України») є одним з найбільших державних банків України. Банк є правонаступником Державного спеціалізованого комерційного ощадного банку України, зареєстрованого НБУ 31.12.1991 р. Засновником банку є держава в особі Кабінету міністрів України. Дана банківська установа є найстарішим українським банком, чия історія веде свій відлік від ощадних кас, що почали свою діяльність на території України у ХІХ ст. Свою діяльність банківська установа провадить на комерційній основі, має статус спеціалізованого ощадного банку і входить до банківської системи України. Крім того, АТ «Ощадбанк» є системно важливим банком.

Команда АТ «Ощадбанк» за період з 2014 по 2020 рр. – це майже 28 тис. осіб, що здатні змінювати себе, змінювати банк, у якому працюють. Співробітники банку щоденно працюють над інноваційним розвитком з метою покращення іміджу фінансово-кредитної організації, а також змін на краще внутрішніх процесів і якості обслуговування своїх клієнтів. На сьогоднішній АТ «Ощадбанк» завершено централізацію служби HR і стандартизовано її організаційну структуру.

АТ «Ощадбанк» посідає 6 місце у рейтингу «Найкращі роботодавці 2019/2020» у галузевому розрізі («Фінанси, банки, інвестиційна діяльність»). [1]

Банк, маючи розгалужену територіальну мережу (РУ, ТВБВ), залишається одним із найбільших роботодавців не тільки серед банків, а й у фінансовому секторі в цілому. Середній відсоток плинності кадрів у 2020 році становив 1,2 %. Для порівняння, найбільшого значення середній відсоток плинності кадрів

досягав у 2008 і 2013 рр. – 14,5 % і 14,7 % відповідно [2]. Даний показник поступово зменшується, що можна оцінювати позитивно – табл. 1.

Таблиця 1 – Динаміка чисельності персоналу і фонду оплати праці АТ «Ощадбанк»

Показник	2018	2019	Темп приросту, (+/-) %	2020	Темп приросту, (+/-) %
1. Середньооблікова чисельність штатних працівників облікового складу, осіб	26367	25436	-3,53	25084	-1,38
2. Середньооблікова чисельність працюючих за цивільно-правовим договором, осіб	507	423	-16,57	376	-11,11
3. Середньооблікова чисельність працівників, які працюють за сумісництвом, осіб	17	14	-17,64	11	-21,43
4. Чисельність працівників, які працюють на умовах неповного робочого часу, осіб	850	592	-30,35	444	-25
5. Середній відсоток плинності кадрів, %	2,1	1,9	-9,52	1,2	-36,84
6. Фонд оплати праці, тис. грн.	3802675	4438059	+16,71	4811884	+8,42

Побудовано авторами на основі [2]

Досить цікавим у контексті вивчення плинності банківського персоналу є аналіз причин незадоволеності працівників своєю працею в банках. Проведене у роботі [2] опитування (у анкетуванні прийняло 45 % банківського персоналу різних категорій) щодо ставлення персоналу АТ «Ощадбанк» до своєї праці виявило наступне (рис. 1). Керівництву АТ «Ощадбанк» слід взяти до уваги факт недостатності матеріального і нематеріального стимулювання праці своїх співробітників, оскільки саме мотивація є вагомим чинником розвитку і прогресу банку. Роль мотивації банківського персоналу зростає в умовах організаційних змін.

Як видно з табл. 1, у 2019 році відбулося зменшення як середньооблікової чисельності працюючих за цивільно-правовим договором – на 11,11 %, за сумісництвом – 21,43 %, на умовах неповного робочого часу – на 25%, а також

середньооблікової чисельності штатних працівників облікового складу – на 1,38 %. Вікову і гендерну структуру команди банку представлено на рис. 2.

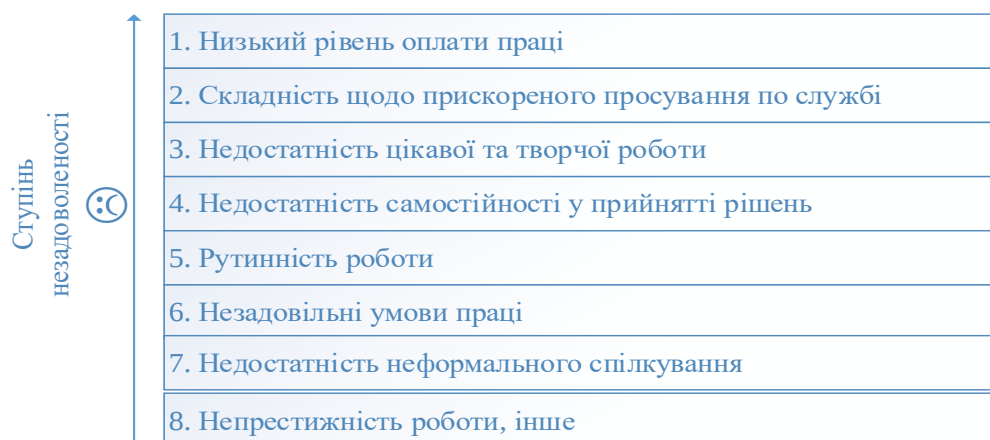


Рисунок 1 – Впорядкування причин незадоволеності працівників АТ «Ощадбанк» за ступенем незадоволеності

Побудовано авторами на основі [3, с. 123]

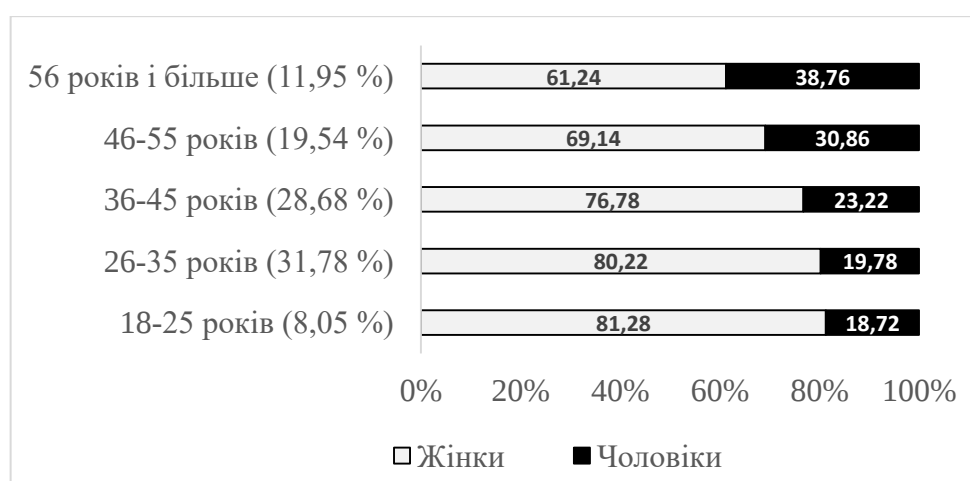


Рисунок 2 – Структура персоналу АТ «Ощадбанк» за гендерно-віковою ознакою станом на 01.01.2021 р.

Побудовано авторами на основі [2]

Команда банку представлена різними віковими групами працівників. При цьому, частка персоналу віком від 18 до 35 років становить 39,83 %, а старше 36 років – 60,17 %. Частка банківського персоналу жіночої статі є суттєво більшою у кожній віковій групі і коливається від 61,24 % до 81,28 % (загальна гендерна структура АТ «Ощадбанк» є нерівномірною: 75 % жінок і 25 %

чоловіків, структура Наглядової ради (6 осіб): 33 % жінок і 67 % чоловіків, структура Правління (8 осіб): 25 % жінок і 75 % чоловіків). Банк послідовно розвивається у напрямку інклюзії: на кінець 2020 року серед банківського персоналу налічувалось 1151 особи з інвалідністю, а також 3600 працівників пільгових категорій (одинокі матері / батьки, опікуни, прийомні батьки, вдови / вдівці, декретні працівники). На сьогодні майже 88 % співробітників АТ «Ощадбанк» має вищу освіту, 6 % – професійно-технічну освіту, 6 % – середню освіту. Узагальнення інформації щодо структури кадрового ресурсу банку за віком, статтю, рівнем освіти та досвідом роботи дозволив визначити профіль співробітника АТ «Ощадбанк», який представлено на рис. 3.

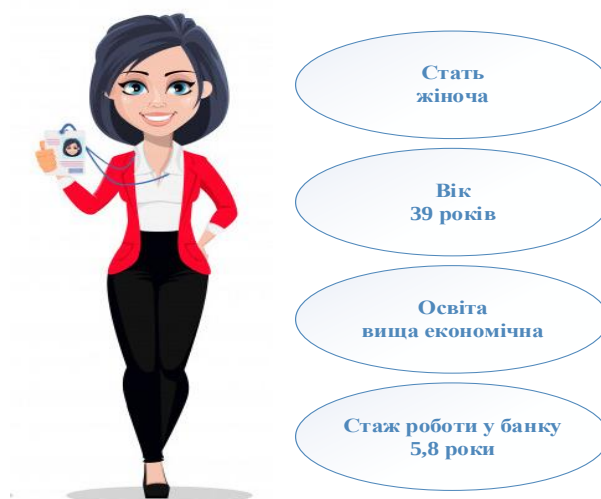


Рисунок 3 – Профіль співробітника АТ «Ощадбанк»

Складено авторами на основі [2]

У 2020 році банком продовжувалася робота щодо оновлення команди, удосконалення і автоматизації процесів добору персоналу. Розвиток добору, що ґрунтується на компетентнісному підході, залишається пріоритетним для фінансово-кредитної установи. Протягом 2020 року АТ «Ощадбанк» було відібрано 3356 співробітників, у тому числі: центральний апарат банку – 274, регіональні управління – 3082. Впроваджена керівництвом банку система навчання, оцінки і розвитку персоналу забезпечує достатній рівень професійних знань і навичок співробітників на постійній основі. Здійснюється системний і послідовний відбір, а також підготовка кадрових резервістів для оперативного

закриття вакансій. Серед основних щорічних досягнень у даному напрямку – створення нових програм у рамках корпоративного банківського університету. Розроблені програми забезпечують отримання професійних навичок як у дистанційному, так і очному форматі (школа навчання новоприйнятих працівників, навчання за напрямками: «комплаєнс», «операційні ризики» і «інформаційна безпека»). Протягом 2020 року АТ «Ощадбанк» було проведено навчання у формах: базового навчання (19657 співробітників / 1636 заходів), вузькоспеціалізованого професійного навчання (17966 співробітників / 1539 заходів), модульних програм розвитку управлінського потенціалу, учасників кадрового резерву (172 співробітники / 24 заходи) і тестування знань (23197 учасників / 670841 тестувань).

Ощадбанк ставить перед собою достатньо амбітну ціль, що полягає у створенні додаткової переваги серед конкурентів через надання персоналу програм професійного і бізнес-навчання високої якості. Банком за останні роки сформовано вертикальні і горизонтальні комунікації, які дозволяють якісно каскадувати основні сили організації своїм співробітникам. Продовжується розвиток і здійснюється підтримка внутрішнього корпоративного порталу як єдиного інформаційного простору для співробітників, формування нової філософії стосунків із співробітниками із зосередженням на результативність і підтримку залученості, з оптимальним урахуванням інтересів і потреб кожного. Для підтримки і подальшого розвитку корпоративних традицій АТ «Ощадбанк» розроблено і втілено в життя такі проекти, як: «Пригоди з Ощадменом», «Допоможемо разом», SmartTime, прямий ефір на порталі Ощадlife, «День банкіра», «День Незалежності» та низку сезонних тематичних конкурсів тощо.

Список використаних джерел

1. Рейтинг роботодавців 2019/2020. URL: <https://hhcdn.ru/file/16886619.pdf> (дата звернення: 29.04.2021).
2. Річні звіти АТ «Ощадбанк». Офіційний сайт АТ «Ощадбанк». URL: <https://www.oschadbank.ua/ua/about/reporting> (дата звернення: 29.04.2021).
3. Розкошна О. А., Бакшеева С. О. Мотивація діяльності персоналу в системі банківського менеджменту. Інвестиції: практика та досвід. Київ. 2014. № 4. С. 121-125.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ БЛОКЧЕЙН В СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ. ПРЕИМУЩЕСТВА И ПЕРСПЕКТИВЫ БЛОКЧЕЙНА В СЕЛЬСКОМ ХОЗЯЙСТВЕ

Свитич А. А.,
ассистент Крюков Д. Е.
УО БГСХА
(г. Горки, Республика Беларусь)

В современных условиях одной из актуальных тем является использование блокчейн в сельскохозяйственных предприятиях.

Многие сельскохозяйственные и агропродовольственные компании заинтересованы в технологии блок-цепи, но мало кто может объяснить простым способом, как работает блочный агроиндекс. До сих пор для проведения каких-либо операций этим компаниям всегда требовалась третья сторона (посредник), которой они доверяли гарантию подлинности транзакций. Этим посредником могли быть, например, банки, аудиторы, нотариусы.

Блокчейн обеспечивает решение этой проблемы с двойными расходами, комбинируя технологию одноранговой сети P2P с криптографией, и тем самым создавая новый способ связи и цифровой обмен. Система блок-цепочек децентрализована из-за сети узлов или компьютеров, которые связаны друг с другом и которые используют один и тот же протокол связи.

Запрограммированные команды отвечают за проверку транзакций в системе блокчейн, сохраняя актуальную копию всех транзакций, которые выполняют участники сети. Сделки совершаются с участием электронных кошельков, которые являются зашифрованными файлами, которые работают аналогично банковскому счету. Все кошельки имеют открытый и закрытый ключи.

Если говорить о технических сложностях в связи с внедрением блокчейна, то можно отметить проблему с базовыми криптографическими инструментами на рынке Республики Беларусь. В частности, имеется существенный недостаток

производительности. Необходимо обратить внимание еще на такой момент. Ключ можно получить только на физическое лицо, на организацию либо на сервис этого сделать невозможно. Возникают неудобства, которые можно решить с помощью определенных организационных подходов [1, с. 60].

В Беларуси внедрение технологии начинается с реестра банковских гарантий. Национальный банк Республики Беларусь создал на основе технологии блокчейн информационную сеть, которая может использоваться для решения широкого спектра современных и перспективных банковских и небанковских задач. Регулятор обозначил первые шаги по внедрению технологии, отметив, что на начальном этапе сеть блокчейн будет практически внедрена в рамках банковской системы страны.

Открытым акционерным обществом «Центр банковских технологий», как сообщалось ранее, был разработан и впервые в Беларуси реализован госпроект по внедрению технологии блокчейн в национальную банковскую систему. В Национальном банке считают, что данный проект является первым шагом к легализации крипто валют и использованию передовых технологий защиты данных.

Новая система создана в рамках программы по изучению новых банковских технологий и позволяет хранить распределенные списки реестра выданных банковских гарантий.

Основными преимуществами технологии блокчейн для агропромышленного сектора являются: обмен продукцией без посредничества третьей стороны; безопасность и надежность совершаемых операций; высокое качество данных; работа с квалифицированными пользователями; целостность процесса; прозрачность и неизменность системы; упрощенная система учета; эффективные транзакции.

Блокчейн может предложить открытость и прозрачность данных, полученных от производства продовольствия, потребителю сельскохозяйственной продукции.

С помощью этой технологии мы можем обнаруживать зараженные продукты в считанные секунды, используя QR-код, который можно сканировать с мобильного устройства, получая доступ ко всему процессу производства и к информации об обработке и сбыте рассматриваемого продукта [2].

Перспективы блокчейн в сельском хозяйстве: в существующих сегодня поставках сельхозпродукции необходима передача финансовой и сопроводительной документации одновременно с партией товара. Блокчейн производит запись данных, сделанных каждым из участников этой цепи, добавляет их в запись о транзакции и затем – в базу данных.

Фермер может видеть сохраненную в блокчейн информацию о времени и месте заключения договора, предпочтениях потребителей, что очень удобно для планирования его дальнейшей работы. Продавцы и покупатели, в свою очередь, могут больше узнать о процессе производства продуктов, о том, где они выращиваются и каким образом. Все данные, внесенные в блокчейн, легко проверить.

Система блокчейн против контрагентов и споров: при проведении каждого платежа существует риск контрагента, другими словами – вероятность неоплаты товара.

В ходе сделки в блокчейне наличие средств у покупателя проверяется заранее, а передача товара осуществляется в одно время с оплатой. В связи с этим для фермерских хозяйств и агрохолдингов появляется масса возможностей сотрудничать с потребителями, к которым изначально нет достаточного доверия, или с теми, где проверка платежеспособностей и гарантии стоят очень дорого.

Использование распределенных баз данных в блокчейн значительно упрощает процессы согласований, отчетности, что очень удобно и для производителей, и для переработчиков продукции. Если ранее требовалась тщательная сверка и перекрестная проверка бумажной документации из многих источников, то сегодня технология позволяет договариваться обо всех деталях

сотрудничества непосредственно в ходе заключения контракта, значительно сужая круг источников отчетности.

Таким образом, блокчейн дает возможность изменить способ, которым оцифрованная агропродовольственная компания подходит к информации (более безопасно и качественно).

Впоследствии благодаря IoT (Интернете вещей) появится возможность сможет автоматизировать записи в блокчейн тем самым уменьшить вероятность ошибок.

Однако необходимость взаимного доверия как основы сотрудничества всегда будет приоритетной. Это очень важно для фермеров, так как до последнего времени отслеживаемость была минимальной, без описания технологии и других сведений о продукте.

Более масштабно новая технология работает при поставках продукции животноводства из Китая в США и из Мексики в США. Данными проектами занимается крупнейшая сеть магазинов Walmart совместно с IBM. В настоящее время список компаний агротехнического сектора, тестирующих блокчейн, ежедневно увеличивается. В ближайшем будущем многие из них начнут принимать оплату в биткоинах и альткоинах.

Для достижения высоких результатов технология требует привлечения всех звеньев цепочки, а она просто огромна: это фермерские хозяйства, поставщики энергоресурсов, торговые и перерабатывающие организации, транспортные и логистические компании и т. д. [1].

Список использованных источников

1. О практике применения технологии блокчейн в проектах для финансового сектора Беларуси, Роман Кирпичников, 2017 год. URL: <https://www.nbrb.by/bv/articles/10451.pdf>. (дата звернения: 30.04.2021).
2. Технологии блокчейн в сельскохозяйственных предприятиях, 2020 год. URL: <https://altcoinlog.com/tehnologii-blokchain-v-selskohozyaistve/> (дата звернения: 30.04.2021).
3. Перспективы блокчейн технологии в сельском хозяйстве, 2018 год. URL: <https://coinmania.com/blokchejn-v-selskom-hozyajstve-chto-dast-progressivnaya-tehnologiya-agrariyam/> (дата звернения: 30.04.2021).

ФІНАНСОВА НАУКА В УКРАЇНІ: СУТНІСТЬ І ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ

Семенов Д. Р.,

к. держ. упр., доцент Ляшко І. І.

Донецький державний університет управління

(м. Маріуполь, Україна)

В сучасному світі у вітчизняній фінансовій літературі з економіки приділяється зосереджене розкриття проблем історії розвитку фінансової науки. Науковці відмічають дуже глибоку її історію, яка існує дуже довго, коли тільки починалось будівництво передумови з'відки та які виникли фінанси.

Кожна ступінь розвитку цивілізації в сфері фінансів відрізняється розширенням різних за суттю наукових знань про царство фінансів, методів і технологій їх вивчення, формуванням різноманітних концепцій і гіпотез їх природної економічної сутності, ролі і розвитку.

Отже, для дослідження постання і еволюції фінансових знань необхідно визначити і провести аналіз щодо основних етапів її розвитку. Слід проаналізувати визначальні закономірності й особливості кожного з них, розкрити суть та риси провідних теорій і концепцій в галузі фінансів. Для того, щоб це зробити, треба дослідити видатних людей того часу, що зробили великий вклад в розвиток фінансової науки в Україні, а також проаналізувати формування цієї фінансової системи в світі в цілому.

Відомо, що в вузькому розумінні, фінансова наука – це наука про багатоструктурну частину глибокої сфери фінансової системи. Фінансова наука у широкому понятті включає в себе зібраність досвіду про закономірний розвиток, який стосується всього світу, усієї цивілізації, всіх національних держав, які з певної пори функціонують та взаємодіють у масштабі не тільки двох, або декількох країн, а всьому світі в цілому. [1]

Фінансова наука у вузькому і широкому розумінні знаходиться в межах здійсненого нами розрізнення між фінансовою думкою та фінансовою наукою і

разом з тим змістовно збагачує це розрізнення. Зокрема, долається обмеження розвитку фінансової науки лише рамками ринкової парадигми, в залежності від неї розширюються можливості для трактування розвитку національної фінансової науки.

У зв'язку з глобалізацією, її тенденціями та закономірностями, наслідками тощо фінансова наука у широкому розумінні виступає у єдності національного і наднаціонального, як глобальна, а національна фінансова наука постає у вузькому розумінні, як локальна. Остання співвідноситься з першою як часткове з цілим, а отже входить до складу фінансової науки у широкому розумінні. [1]

Слід наголосити, що велика кількість відомих людей була зацікавлена в тому, щоб фінансова наука в Україні мало того, щоб зароджувалась, але й ще б розвивалася, мала вірний шлях та робила нашу країну кращою для населення.

Підштовхнув фінансову науку в Україні письменник І. Франко.

Він опублікував роботу, яка називається «Сила податкова Галичини», де він розповідав про податки імперії, її систему та їх недосконалість. Також там писалося про державний бюджет, дуже стрімке збільшення податків для звичайних людей. Він розумів, що господарське життя буде залежати від того, як розвиваються фінанси та які цілі будує для себе країна. За своє життя він написав понад 40 праць.

Значну роль у розвитку фінансової науки відіграла праця М. І. Туган - Барановського «Промислові кризи в сучасній Англії, їх причини і вплив на народне життя».

Цей рукопис розійшовся багатьма мовами. В ньому він сформулював перший в світі інвестиційну теорію циклів, відповідним чином до якого фази промислового циклу визначають активністю вкладення інвестицій. Якщо буде збільшення інвестицій у галузях, які виробляють засоби виробництва, це призведе до мультиплікаційного процесу всіх елементів економічної активності. Він вважав, що в стадії застою стане виникати надмірна кількість грошей, що зумовлює низький відсоток на позиковий капітал, це означає що цей самий відсоток на фінанси буде давати життя в економіці. [2]

Також, якщо говорити про пожертви у розвиток фінансової науки, треба виділити таку людину, як М. Добриловський. Він дотримувався європейських традицій ототожнення фінансів держави із господарством держави, тим самим, він вважав, що потрібно робити дослідження в сфері способів одержання задоволення державних потреб, шляхом одержання коштів. [2]

На нашу думку, формування основ фінансової науки відбулось у процесі дослідження науковцями проблем взаємодії ринку і держави, їх ролі в економіці, чинників, від яких залежить посилення ринкових або державних методів регулювання.

Розвиток бюджетного менеджменту супроводжувався перерозподілом сфер економічної діяльності відповідно до принципу забезпечення суспільної ефективності, а держава за допомогою податків та бюджету концентрувала основні економічні важелі регулювання. забезпечував відтворення економіки та соціальної справедливості.

На сучасному етапі розвитку державних фінансів на органи державної влади та місцевого самоврядування покладені завдання щодо визначення характеру і механізму розвитку бюджетної системи, сприяння дотриманню бюджетно-правових норм із метою забезпечення соціально-економічного розвитку та добробуту населення країни.

Завдяки всім цим працям наша фінансова наука була зроблена такою, якою вона є і по цей час.

Список використаних джерел

1. Фінансова наука: генеза, еволюція та розвиток. *Ринок цінних паперів України*. № 1-2. Київ, 2017 : веб-сайт. URL: <http://securities.usmdi.org/?p=22&n=95&s=993> (дата звернення: 23.04.2021).
2. Розвиток фінансової науки в Україні. Київ. 2010-2021. URL: https://pidru4niki.com/12810419/finansii/rozvitok_finansovoyi_nauki_ukrayini (дата звернення: 23.04.2021).

ПУБЛІЧНІ ЗАКУПІВЛІ В БЮДЖЕТНОМУ ПРОЦЕСІ В ДВНЗ «ДОННТУ»

Сервачук М. О.,

к.е.н., доцент Антоненко В. М.

ДВНЗ «Донецький національний технічний університет»

(м. Покровськ, Україна)

Недосконалість діючої політики управління бюджетними коштами, їх нецільове чи нераціональне витрачання, зростання корупції в країні породили необхідність розробки заходів з підвищення ефективності, контрольованості та прозорості їх витрачання. Для подолання існуючих проблем у цій сфері, в контексті європейського вектору розвитку, урядом розпочалося активне впровадження реформ в сфері державного управління та організації публічних фінансів. Однією з найважливіших реформ стала реформа публічних закупівель, впровадження якої є невід'ємною частиною діяльності будь-якої бюджетної установи, що здійснює закупівлі товарів, робіт та послуг для забезпечення потреб населення та розвитку окремих міст і держави в цілому.

Питання закупівель за державні кошти (публічних закупівель) досліджувало багато вчених, зокрема, Батенко Л. П. [1], Науменко С. М. [2], Смирчинський В. В. [3], Ткаченко Н. Б. [4]. Модернізація державних закупівель за допомогою електронної системи, особливості її функціонування та досвід впровадження є предметом дослідження: Акімової Л. М. [5], Уманців Ю. М. [6], Міняйло О. І. [7] та інших.

Від початку запровадження системи Prozorro, ДВНЗ «ДонНТУ» є учасником публічних закупівель. Навчальний заклад здійснює закупівлі товарів, робіт, послуг відповідно до річного плану, а також змін до нього. З 2014 року ДВНЗ «ДонНТУ» є переміщеним навчальним закладом, тому увага до його діяльності є визначною. В травні 2021 р. університет святкує своє сторіччя. До цієї дати університету надавалися грантові кошти ЄС, тому вважаємо за потрібне дослідити їх реалізацію. За період 2019-2020 рр

навчальним закладом було проведено 1046 процедур, загальною оголошеною вартістю 51°1830°79 млн грн. [8]. Динаміка проведення вищезгаданих процедур у розрізі очікуваної вартості закупівлі зображено на рис. 1. Відкритих торгів



Рисунок 1 – Процедури закупівель у розрізі очікуваної вартості закупівлі у 2019-2021 рр (I кв. – II кв.)

Розроблено автором на основі даних: [8].

було проведено в 40 разів більше, ніж у відповідному кварталі попереднього року. У перших двох кварталах 2019 року найбільша загальна очікувана вартість була за процедурою закупівлі без використання електронної системи – у відсотковому відношенні їх оголошена вартість відповідно до загальної очікуваної вартості закупівель становила 69,4% у першому та 53% у другому кварталі. Враховуючи те, що укладання договорів без використання електронної системи виключає можливість конкуренції та потенційної економії коштів, на відміну від конкурентних процедур, вважаємо, що після проведення торгів за конкурентними процедурами частка прямих договорів буде ще більшою. Третій та четвертий квартали 2020 року відзначились значно більшою оголошеною вартістю закупівель, ніж у попередні періоди: питома вага вартості за процедурою відкритих торгів у III кварталі 2020 року була найбільшою і складала 86%, а в IV кварталі 76%. У IV кварталі 2020 року показники

оголошеної вартості за всіма процедурами закупівель були найбільшими за увесь досліджуваний період. Отже, можна сказати, що найбільша частка в 2019 році припадає на переговорну процедуру, а в 2020 році на процедуру відкритих торгів. Частка допорогових закупівель була незначною. Результати екстраполяції, реалізованої за методом середнього абсолютного приросту, показують, що у перших двох кварталах 2021 р. відбудеться суттєве скорочення проведення відкритих торгів. Це обумовлюється тим, що після святкування сторіччя відбудеться зменшення джерел надходження коштів.

Важливим принципом здійснення публічних закупівель є максимальна економія, що обумовлює ефективність та пропорційність у розподілі і використанні бюджетних коштів, тому актуальним є аналіз практичної реалізації цього принципу (табл. 1).

Таблиця 1 – Частка економії у загальній сумі оголошених закупівель

Період	Оголошена вартість закупівель, тис. грн.	Фактична сума, на яку укладено договір за результатами аукціону, тис. грн.	Економія, тис. грн.	Економія, %
I квартал 2019	1 340 794	1 256 513	84 281	6,29
II квартал 2019	2 789 920	2 722 449	67 472	2,42
III квартал 2019	2 564 565	2 564 565	0	0,00
IV квартал 2019	5 963 334	5 930 254	33 080	0,55
I квартал 2020	3 635 422	3 562 422	73 000	2,01
II квартал 2020	3 064 509	2 398 727	665 782	21,73
III квартал 2020	10 163 708	9 749 488	414 220	4,08
IV квартал 2020	21 660 826	21 303 958	356 868	1,65
I квартал 2021 (II)	6 862 222	6 313 250	548 978	8
II квартал 2021 (II)	5 529 245	5 130 586	398 658	7,21

У 2020 році спостерігалось збільшення частки економії коштів. Загальна оголошена вартість закупівель була більшою за попередній рік, все ж таки вдалося досягти суттєвої економії в 29,46 %. Такому покращенню ситуації сприяло збільшення кількості процедур відкритих торгів та процедур спрощених закупівель, які дозволяють досягти більшої економії бюджетних коштів, а також контролювати їх витрачання. Проведена екстраполяція на I-II кв. 2021 р. показує, що оголошена вартість суттєво знизиться, а економія

досягатиме високого рівня у 8% та 7,21% відповідно. Це пояснюється проведенням невеликої кількості конкурентних процедур та тим, що замовники вже добре опанували техніку роботи із системою електронних закупівель. Слід також зазначити, що кошти, які виникли в результаті економії, були направлені на проведення додаткових робіт, надання послуг та придбання необхідних матеріалів. Отже, навчальний заклад підвищує не лише кількісне, а й якісне використання коштів, що, безумовно, є позитивним моментом.

Список використаних джерел

1. Батенко Л. П., Загородніх О. А., Ліщинська В. В. Управління проектами : навч. посіб. К. : КНЕУ, 2014. 231 с.
2. Науменко С. М. Система тендерних закупівель: теоретико-методологічні підходи до дефініції і класифікації. *Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності*. 2014. Вип. 1(2). С. 242-247. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Tpaeiv_2014_1%282%29__41.
3. Смиричинський В В. Прок'юремент як механізм формування конкурентоспроможного ринку державних закупівель європейського типу в Україні *Конкуренція. Вісник Антимонопольного Комітету України*. 2014. № 4. С. 11-16. URL : www.journals.urau.ua/index.php/2225-6407/article/download/36419/32596/.
4. Ткаченко Н. Б., Уманців Ю. М. Макроекономічні аспекти державних закупівель. *Фінанси України*. 2009. № 8. С. 82-88. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Fu_2009_8_9.
5. Акімова Л. М. Практика електронних державних закупівель у країнах ЄС. *Новітні інформаційно-комунікаційні технології в модернізації публічного управління: зарубіжний і вітчизняний досвід* : матеріали V наук.-практ. семінару, 20 березня-20 квітня 2017 р., м. Дніпропетровськ / за заг. ред. Дрешпака В. М. ДРІДУ НАДУ при Президентові України. Дніпропетровськ 2017. URL : http://www.dridu.dp.ua/konf/konf_dridu/itis%20seminar%202017/pdf/akimova-3.pdf.
6. Уманців Ю. М., Міняйло О. І. Еволюція ролі та функцій держави в економіці. *Економічний вісник університету*. 2016. Вип. 28(1). С. 140-148. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecvu_2016_28%281%29__20.
7. Міняйло О. І., Костенко А. М. Сучасний стан та перспективи розвитку електронних державних закупівель в Україні. *Економічний вісник університету*. 2016. Вип. 29(1). С. 135-144. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecvu_2016_29%281%29__18.
8. Офіційний сайт ДВНЗ ДонНТУ. URL: <https://donntu.edu.ua/publicinfo>.

МЕТОДИ ВАРТІСНОЇ ОЦІНКИ ЕКОСИСТЕМНИХ АКТИВІВ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД ЯК СКЛАДОВА ЕНВАЙРОНМЕНТАЛЬНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

к.е.н., ст. наук. співробітник Сухіна О. М.

Державна установа «Інститут економіки природокористування
та сталого розвитку Національної академії наук України»;

доктор геологічних наук, доцент Улицький О. А.

Навчально-науковий інститут екологічної безпеки та управління
Державної екологічної академії післядипломної освіти та управління
Міністерства захисту довкілля та природних ресурсів України

(м. Київ, Україна);

магістр Єланська Н. О.

ДВНЗ «Донецький національний технічний університет»

(м. Покровськ, Україна)

В умовах вступу України до ЄС та задля збереження легкоранимих екосистем, забезпечення конкурентоспроможності підприємств впроваджуються екологічні інновації енвайронментального менеджменту. На сьогоднішній вартісна оцінка екосистемних активів територіальних громад може стати ефективним інструментом для прийняття зважених управлінських рішень для раціонального їх використання. Якщо в Україні це лише вивчають, то «в США ж міські насадження оцінюються з точки зору їх потенціалу з очищення повітря, захисту від повеней і підвищення вартості нерухомості, яка розміщена поруч» [1]. Тому на даний час важливим є визначення тих методів вартісної оцінки екосистемних активів територіальних громад як складової енвайронментального менеджменту, які були б найбільш прийнятними для здійснення відповідного оцінювання. Екосистемні послуги, й у тому числі асиміляційні, часто не можуть бути оцінені за допомогою монетарного способу. Методики оцінки існують давно, з їх допомогою визначають вартість природних ресурсів, оцінюють їх як товар, проте асиміляційний потенціал (АП)

екосистем – це зовсім інше, й діючі методики оцінювання його не враховують, тобто існуючими методами не можна його оцінити. Чинні методики не дають можливості оцінити екосистему в цілому. Й необхідно розробляти й застосовувати нові методи, які були б направлені на оцінювання екосистем як об'єктів, що забезпечують життєдіяльність людей з точки зору екологічної безпеки, та їх АП.

Сутнісні ознаки методу оцінки екосистемного активу територіальних громад – це власне методологія оцінювання та фінансово-економічний інструментарій, який застосовується для здійснення вартісного оцінювання – досягнення однієї цілі – отримання числового значення вартості екосистемного активу територіальних громад, тобто для практичної реалізації методології. Проте фінансово-економічний інструмент і визначає метод оцінки та відрізняє один метод від іншого, й одночасно є вихідними даними. У кожного методу є своя методологія оцінювання, і методологія базується на своїх фінансово-економічних інструментах. Кожен метод за своєю економічною суттю відрізняється методологією та інструментами, за допомогою яких реалізується.

Зробивши аналіз методів оцінки екосистем, екосистемних активів територіальних громад та екосистемних послуг, нами визначено, що для вартісної оцінки екосистемних активів (капіталу, адже атмосферне повітря не може вважатися активом територіальної громади), які надають асиміляційні та киснепродукуючі послуги населенню й територіальним громадам зокрема, доцільно в першу чергу використовувати *витратні* методи оцінки. Але використовувати варто розміри витрат, пов'язані тільки з наданням екологічних послуг. Наприклад, вартість квот на викиди парникових газів, у тому числі CO₂, адже ліс виконує роботу [2].

Якщо для оцінювання природних ресурсів як товарів одним із найбільш точних та об'єктивних є метод рентної оцінки, то для оцінювання екосистемних активів (капіталу) територіальних громад такий метод не є прийнятним. Метод рентної оцінки – це і є метод дисконтування грошових потоків. Він не може застосовуватися для оцінювання АП екосистем, тому що сутнісними ознаками

(інструментами) цього методу є річний чистий грошовий потік, норма дисконту та термін дисконтування. Рентний метод – це різновид методу дисконтування грошових потоків, за допомогою якого природні ресурси оцінюються як товар. Тому прибуткові методи в даному випадку не підходять для використання: метод ринкових цін, метод тіньових цін, рентний метод, кадастровий метод, метод виробничих функцій. Порівняльні методи (метод аналогій та метод заміщуючих товарів) не підходять для здійснення вартісної оцінки. Визначення вартості екосистемних активів (капіталу), які надають асиміляційні та киснепродукуючі послуги суспільству, не може бути точним при застосуванні соціологічних методів – методів умовної оцінки: методу суб'єктивних переваг (готовність платити); методу транспортно-дорожніх витрат; методу гедоністичного ціноутворення.

Необхідно наголосити, що методи вартісного оцінювання екосистемних активів (капіталу) територіальних громад, які надають асиміляційні та киснепродукуючі послуги населенню, АП екосистем можуть бути застосовані не лише на місцевому рівні, а й районному, обласному й державному рівнях як екосистемних активів територіальних громад, районів, областей, держави. Вклад екосистемних послуг в доходи місцевого бізнесу та місцевого населення може зрости після їх вартісної оцінки й збереження ранимих локальних екосистем. Раціонально підібрані методи вартісного оцінювання екосистемних активів (капіталу), які надають асиміляційні та киснепродукуючі послуги населенню, та АП екосистем дозволять здійснювати адекватну вартісну оцінку та сприятимуть збереженню рівноваги між техногенним навантаженням та відновним потенціалом екосистем. Нами відзначається, що вартість екосистемних активів (капіталу) територіальних громад доцільно визначати через визначення їх (послуг) вартості. Отже, економічна сутність запропонованого нами методологічного підходу оцінювання вартості екосистемного активу полягає в тому, що згідно з цим методом його (активу) вартість має визначатися вартістю (дорівнювати вартості) екосистемних послуг, які він (актив) надає суспільству протягом свого життєвого циклу. Необхідна

така методологія, за якою можна встановити точну вартість екосистемного активу (капіталу). Тобто, повинна бути здійснена адекватна оцінка. Для цього необхідно знати: скільки CO_2 поглинає ліс та скільки виділяє кисню протягом свого існування, тобто знати кількість років. Якщо ліс перетворився у сухостій, він у якості екосистемного активу (капіталу) дорівнює нулю. Не можна використовувати ті методи вартісної оцінки природних ресурсів, за якими вони оцінюються як товар, а. навпаки – необхідні нові методи.

Нами здійснюється вартісна оцінка екосистемного активу (капіталу) територіальної громади не для того, щоб визначити: яка територіальна громада є більш багатшою, чи біднішою, а для визначення економічно обґрунтованих ставок екологічного податку чи в майбутньому екологічних рентних платежів.

Задля збереження ранимих локальних екосистем в умовах децентралізації владних повноважень у нашій державі доцільно здійснювати вартісну оцінку АП екосистем як активу територіальних громад, в т. ч. об'єднаних, та інших екосистемних послуг, які сприяють поліпшенню навколишнього природного середовища. Нами зроблений висновок, що з точки зору екобезпеки, екосистеми чи екосистемні активи територіальних громад слід оцінювати як об'єкт, який забезпечує життєдіяльність населення шляхом надання останньому екологічних послуг. Необхідно в майбутньому визначати розмір екологічної ренти, і тоді буде сенс. Доцільно отримати на виході максимально достовірні дані внаслідок розрахунків за авторськими методиками вартісної оцінки екосистемного активу (капіталу), який надає асиміляційні та киснепродукуючі послуги, а потім зробити прив'язку до розмірів екологічного податку чи в майбутньому – екологічних рентних платежів, правильно отриманих. І тоді все буде в діалектичній єдності.

Список використаних джерел

1. Вахрушева К. Экономическая оценка экосистемных услуг. *Экология и право*. 2016. № 62. URL: <https://bellona.ru>.
2. На бульварі Тараса Шевченка у Києві висадили сотні дерев та кущів. Дата оновлення: 20.04.2019. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-kyiv/2685151-na-bulvari-tarasa-sevcenka-u-kievi-visadili-sotni-derev-ta-kusiv.html> (дата звернення: 21.04.2019).

КАПІТАЛІЗАЦІЯ БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

к.е.н, доцент Шевчук О. А.,

Когінова А. Д.,

Лупяк А. С.,

Національний технічний університет України

«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

(м. Київ, Україна)

Діяльність української банківської системи базується на потребах України та економічному розвитку на європейському та глобальному рівнях. Цей аспект безпосередньо пов'язаний з якістю управління комерційним банком венчурного капіталу. Капітал є основою для виконання банками своїх основних функцій та обов'язків, оскільки, якщо капітал формується та використовується неправильно, банк може зменшити своє місце серед конкурентних позицій на ринку та збанкрутувати. З цієї причини, підходи до ефективного формування банківського капіталу вимагають уваги економістів шляхом пошуку їх оптимального розміру для подальшого раціонального використання та забезпечення довгострокової стійкої та вигідної діяльності банку. В українських сучасних соціально-економічних умовах завдання правильної та раціональної капіталізації банків є дуже актуальним, адже недотримання нормативного розміру капіталу банку може стати великою проблемою та спричинити негативні наслідки у розвитку вітчизняної банківської системи.

Зазначимо, що в Україні станом на кінець 2016 року кількість діючих комерційних банків становила 96, серед них 38 – з іноземним капіталом, у тому числі 17 – зі 100% іноземним капіталом. Частка іноземного капіталу у статутному капіталі становила 55,5%. У 2017 році кількість діючих банків зменшилася на 14 і становила 82, з них з іноземним капіталом – 38, що на 1 менше, ніж у 2016 році (у тому числі 18 – зі 100% іноземним капіталом). Кількість діючих банків у 2018 році становила 77, що на 5 установ менше, ніж у

попередньому році, серед них 37 – з іноземним капіталом (у тому числі 23 – зі 100% іноземним капіталом). Станом на кінець 2019 року кількість діючих банків становила 75, що на 2 менше порівняно з 2018 роком. Серед них 35 банків з іноземним капіталом, у тому числі зі 100% іноземним капіталом – 23 банки [2, с. 51]. Через нездатність банків мінімізувати ризик та недостатню ресурсну базу було зменшена кількість необхідних банків у 2014 році із положеннями про накопичення власного капіталу для збільшення економічних показників. Слід зазначити, що саме розмір капіталу – один з основних та найважливіших маркерів, що характеризують ступінь розвитку системи банків України. Капітал банку – сукупність власних і запозичених коштів, якими розпоряджується банк та якими банк має право використовувати заради отримання певних матеріальних і нематеріальних грошових ресурсів у довгостроковій перспективі. Серед факторів, які напряду впливають на розмір капіталу банку, є вимоги державного наглядового органу до мінімального розміру статутного капіталу банку, рівень ризику операцій банку, специфіка клієнтів тощо.

У табл. 1 бачимо тенденцію до зменшення кількості банків, що мають ліцензію, з 96 у 2016 року до 75 у 2019. Бачимо, що велика кількість банків протягом періоду з 2016 по 2019 мали іноземну частину капіталу або навіть 100% іноземного капіталу [3]. Проаналізуємо якість дотримання банками України економічних нормативів, що були встановлені регулятором – дванадцять основних показників від Н1 до Н12 (табл.1). Можна побачити, що у період з 2016-2019 років банками було дотримано основні вимоги, проте можна виявити декілька негативних тенденцій та один випадок недотримання нормативного значення – коефіцієнт Н9 «Норматив максимального розміру кредитного ризику за операціями з пов'язаними з банком особами» у 2016 році, він становив 36.72%, хоча має бути менше 25%. Проте протягом наступних 4 років він зменшився п'ятикратно. [4, с. 171].

У табл. 2 наведемо порівняльний аналіз 10 відомих українських банків за критерієм розміру власного капіталу.

Таблиця 1 – Економічні нормативи банківського сектору України за 2016–2019 рр.

Назва показника		Нормативне значення	2016 р.	2017 р.	2018 р.	2019 р.
Н1	Регулятивний капітал, млн грн	Згідно з діючим законодавством	109653,6	115817,6	126116,7	150313,8
Н2	Норматив достатності регулятивного капіталу, %	≥ 10	12,69	16,10	16,18	19,66
Н3	Норматив достатності основного капіталу, %	≥ 7	...	...	...	13,50
Н4	Норматив миттєвої ліквідності, %	≥ 20	60,79	55,55	68,66	...
Н5	Норматив поточної ліквідності, %	≥ 40	102,14	108,08	99,12	...
Н6	Норматив короткострокової ліквідності, %	≥ 60	92,09	98,37	93,52	94,35
Н7	Норматив максимального розміру кредитного ризику на одного контрагента, %	≤ 25	21,48	20,29	19,83	17,61
Н8	Норматив великих кредитних ризиків	≤ 8 -ного розміру регулятивного капіталу	308,27	208,31	176,23	105,00
Н9	Норматив максимального розміру кредитного ризику за операціями з пов'язаними з банком особами, %	≤ 25	36,72	17,89	10,41	7,02
Н11	Норматив інвестування в цінні папери окремо за кожною установою, %	≤ 15	0,001	0,0001	0,0009	0,0002
Н12	Норматив загальної суми інвестування, %	≤ 60	0,60	0,22	0,15	0,13

Таблиця 2 – Рейтинг українських комерційних банків за розміром власного капіталу за 9 місяців 2019 р.

№ з/п	Назва комерційного банку	Власний капітал банку, тис. грн	Довідково, коефіцієнти покриття ліквідністю	
			за всіма валютами (LCR _{BV})	В іноземній валюті (LCR _{IB})
			норма не менше 100%	
1	АТ КБ «ПриватБанк»	45 480 521	208,92	162,97
2	АТ «Ощадбанк»	18 656 713	311,30	146,57
3	АТ «Райффайзен Банк Аваль»	11 295 330	192,82	262,06
4	АТ «Укрексімбанк»	8 915 824	521,22	352,37
5	АТ «ПУМБ»	8 160 310	168,79	176,12
6	АТ «Сбербанк»	7 875 604	1720,51	1443,52
7	АТ «ОТП Банк»	7 016 868	171,04	192,62
8	АТ «Альфа-Банк»	6 330 248	347,95	276,60
9	АТ «Укргазбанк»	6 273 325	222,01	180,31
10	АТ «Укрсиббанк»	6 177 287	311,78	324,30

Як можна побачити, перші позиції займають добре відомі середньостатистичному громадянину України банки – АТ КБ «ПриватБанк», АТ «Ощадбанк», АТ «Райффайзен Банк Аваль». Вони мають найбільший розмір власного капіталу, наприклад розмір капіталу «ПриватБанку» майже у 7,5 разів перевищує розмір капіталу «Укрсиббанку». Для того, щоб населення вкладало свої вільні кошти у комерційні банки, банки повинні створювати необхідні інформаційні системи та технологічні продукти, розвивати сферу обслуговування клієнтів, влаштовувати спеціальні проєкти для клієнтів.

Можна стверджувати, що банківська система в Україні у 2016-2019 кожен рік зазнає велику кількість вагових змін. Тому банківський сектор України не можна назвати стабільним. Основними причинами таких змін є і зменшення кількості банківських установ, залежність економіки України від курсу іноземних валют, криза та великі борги перед іншими державами.

До можливих шляхів для підвищення стабільності банківської системи та довіри громадян можна віднести: змінення законодавства щодо роботи регуляторів банківської діяльності, розширення функцій асоціацій банків, змінення політики банків, забезпечення прозорості операцій, удосконалення існуючих програм та системи обслуговування клієнтів.

Список використаних джерел

1. Сова О. Ю., Якімова І. Л. Пріоритети капіталізації банківської системи України, URL: https://www.researchgate.net/publication/341171885_The_Priorities_of_the_Ukrainian_Banking_System_Capitalization.
2. Павленко Л. Д., Семенець В. П. Система державного антикризового управління банківською системою як основа стабільного функціонування вітчизняної економіки. *Інвестиції: практика та досвід*. 2019. № 2. С. 48–55. URL: http://www.investplan.com.ua/pdf/2_2019/10.pdf.
3. Економічна статистика / Офіційний сайт Національного банку України. URL: <https://bank.gov.ua/statistic/supervision-statist/data-supervision#2>.
4. Ларіонова К. Л., Безвух С. В. Достатність власного капіталу банків України в 2015-2017 роках: стан, проблеми та шляхи вирішення. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2018. Вип. 22. С. 811–818. URL: <http://global-national.in.ua/archive/22-2018/153.pdf>.

СЕКЦІЯ 4

ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА ДЕРЖАВИ, РЕГІОНІВ ТА ПІДПРИЄМСТВ

DIASPORA GUINEENNE COMME UNE SOURCE DE DEVELOPPEMENT ECONOMIQUE DU PAYS

Pr. Ahmadou Oury Koré BAH Pr. Larysa SOROKINA

Université Général Lansane Conté

(Sanfonia, Conakry)

Dans le contexte actuel, les transferts de fonds représentent une source importante de financement extérieur. D'après le Département des affaires économiques et sociales de l'ONU, plus de 250 millions de personnes vivraient aujourd'hui en dehors de leur pays d'origine [1]. Au total, un milliard de personnes serait directement concerné par les envois de fonds. Elles incarnent le «visage humain de la mondialisation» [2]. Chaque année 36 millions d'Africains envoient à leurs proches l'équivalent de 70 milliards d'euros. Les deux tiers des fonds transférés servent à répondre aux besoins de la vie courante, à savoir acheter des biens de consommation et payer des frais de santé ou de scolarité [3; 5]. Les transferts effectués régulièrement par les travailleurs migrants varient de 200 ou 300 (179,4 pour la Guinée) USD [1]. Guinée a une forte communauté résidant à l'étranger, qui est estimé à 3,3 % de la population guinéenne [6]. Pendant 2007-2016, les envois de fonds ont augmenté plus de 5 fois, le taux de croissance des envois de fonds a été supérieur à celui des migrations, et lui-même supérieur au taux de croissance démographique [1]. Mais, après 2019 les transferts de fonds ont chuté de 20 % à cause de la crise économique provoquée par la pandémie de COVID-19 [5].

Les transferts de fonds reçus en Guinée proviennent essentiellement des pays membres de l'UE, de la CEDEAO, et des Etats-Unis (diagramme 1) [1].

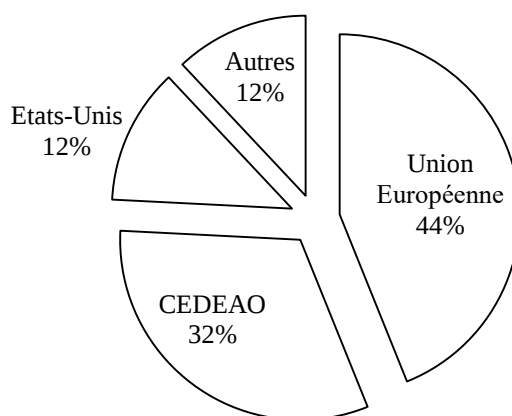


Diagramme 1 – Sources des transferts de fonds reçus en Guinée

Les migrants rapatrient leurs fonds en Guinée principalement par les circuits formels (61%) notamment les sociétés de transferts (54,1%). Cependant environ 39% de leurs opérations de transfert sont assurées par circuits informels, à travers principalement des commerçants (15,9%), des voyageurs (9,7%) et directement par les expéditeurs en personne (7,5%) [1]. La plupart des émigrés guinéens apportent essentiellement leurs appuis aux ménages en espèces (92,8%) et les principaux bénéficiaires sont hommes (65,1%). Les expéditeurs des fonds ont généralement un lien de parenté avec les bénéficiaires (91,6%) qui ont de 5 à 19 ans (74,7%) [1]. La destination des envois est illustrée ci-dessous:

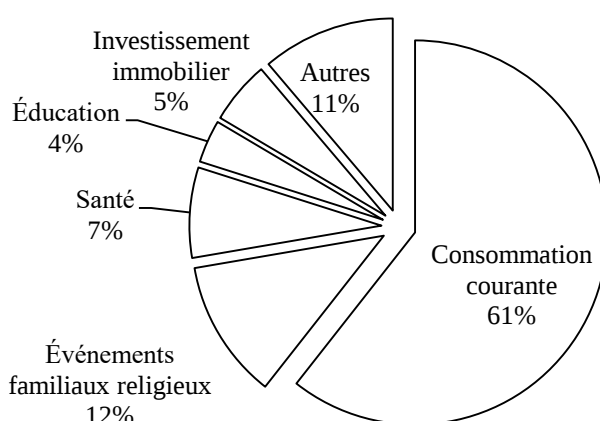


Diagramme 2 – Destination des transferts des émigrés guinéens, %

Le montant total des transferts émis vers l'étranger présente 15% de transferts reçus et sont effectués à travers des canaux formels (65,4 %) selon leurs principales destinations: l'éducation (41,4 %) et la consommation courante (22,3%) Presque tous les transferts émis vers l'étranger sont en espèce (90%). Donc la diaspora guinéenne

a des ressources financières importantes qui puissent contribuer efficacement au développement de la Guinée. Il est important que des mesures soient prises pour permettre de capter leurs financements. On voit raisonnable d'intégrer la diaspora dans la stratégie de développement du pays.

On peut distinguer trois grands secteurs dans lesquels l'interaction diaspora-pays d'origine s'opère: le secteur du développement local; le secteur des affaires; le secteur de la science et de la technologie [1].

Le gouvernement pourrait développer plusieurs moyens de mobiliser les capitaux des diasporas dans des marchés financiers, dont: les comptes dépôt spéciaux, libellés en monnaie nationale et devises étrangères; les prêts transnationaux grâce auxquels les expatriés peuvent acquérir des biens immobiliers et fonciers dans leur pays d'origine; les obligations destinées aux diasporas, qui permettent à la Guinée de les emprunter à long terme; la titralisation des futurs rapatriements de fonds qui élargit le pouvoir d'emprunt des banques à des taux d'intérêt plus bas [1].

Il faut ajouter, que le risque économique, politique ou social que les diasporas et les investisseurs perçoivent est l'une des principales raisons pour lesquelles la Guinée n'attire pas suffisamment d'investissements étrangers. Même si les membres des diasporas sont attachés à leur pays d'origine et désirent prendre part à son développement, les risques politiques sont susceptibles de modérer leur ardeur. Donc l'objectif important pour la gouvernance est le développement des instruments financiers pour apporter les investissements de la diaspora dans le pays.

Bibliographie

1. Travailleurs migrants et envois de fonds: vers la réalisation des objectifs de développement durable, une famille à la fois. FIDA. Octobre 2017.
2. Brian Keeley Les migrations internationales: Le visage humain de la mondialisation (Les Essentiels de l'OCDE). OCDEO. 2019. 186 p.
3. Maryline Baumard La diaspora africaine de France envoie-t-elle ses 10 milliards annuels à la bonne adresse ? Le Monde. 24 janvier 2019.
4. Migration and Development Brief 32: COVID-19 Crisis Through a Migration Lens <https://blogs.worldbank.org/peoplemove/>
5. Perspectives économiques régional. Afrique subsaharienne. FMI. Octobre 2020.
6. Migration en Guinée. Profil migratoire national 2020. OIM. 2020.

ДОСЛІДЖЕННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ КРАЇН ЗА МІЖНАРОДНИМИ РЕЙТИНГОВИМИ ПОКАЗНИКАМИ НА ОСНОВІ КЛАСТЕРНОГО АНАЛІЗУ

к.е.н., доцент Ахновська І. О.,

Брацлавець О. Ю.

Донецький національний університет імені Василя Стуса

(м. Вінниця, Україна)

Техноглобалізм та міжнародна інтеграція економіки України сприяє дослідженню соціально-економічного розвитку не лише національної економіки, а й інших країн. Методичний інструментарій проведення аналізу стану соціально-економічного розвитку країн світу з метою їх ранжування є досить широким: індексний метод, методи кластерного аналізу, методи економіко-математичного моделювання, методи сценарного аналізу. Проблеми та перспективи соціально-економічного розвитку країн світу розглядали І. Абрамова, Т. Кір'ян, Л. Клименко, Т. Павлюк, Я. Піцур, Г. Пилипенко, О. Полуяктова, А. Сімахова, Н. Сментина, Л. Тимошенко та інші вітчизняні науковці. З іншого боку, здається важливим і сучасним висвітлення основних особливостей кластерного аналізу країн світу засобами STATISTICA за даними міжнародних показників соціально-економічного розвитку у розрізі таких показників як: глобальний інноваційний індекс; індекс освіти; індекс людського розвитку; індекс глобальної конкурентоспроможності; індекс легкості ведення бізнесу. Гіпотезою даного дослідження є виокремлення на основі міжнародних рейтингів наступних кластерів: країни-послідовники, країни-трендсеттери, країни-донори, країни-новатори.

Метою даного дослідження є групування економік світу за міжнародними рейтинговими показниками соціально-економічного розвитку країн на основі кластерного аналізу. Для досягнення мети дослідження поставлено наступні завдання: проаналізувати соціально-економічний стан 100 країн світу за наступними показниками: глобальний інноваційний індекс, індекс освіти,

індекс людського розвитку, індекс глобальної конкурентоспроможності, індекс легкості ведення бізнесу; об'єднати країни на класи, кожен з яких відповідає певній групі за рівнем індексу.

Як зазначають Л. Тимошенко, А. Сімахова, термін «соціально-економічний розвиток» є складним словосполученням, що утримує три різнотлумачних слова, а саме «соціальний», «економічний» і «розвиток», але їх ядром постає термін «розвиток», а інші два характеризують течії його спрямованості [1]. В. Долбнєва, посилаючись на багаточисельні дослідження, прогнозує, що економічна ситуація у світі близька до рецесії: багато економік зіткнуться зі скороченням експорту, імпорту, ВВП, залучення інвестицій, зокрема на ринку нерухомості, значно погіршиться виробнича сфера [2]. На думку, К. Сидоренко, А. Ващенко, світ змінюється надзвичайно швидко, і криза, з якою країни всього світу мають справу сьогодні, суттєво відрізняються від попередніх [3]. Вважаємо, що використання кластер-аналізу для вирішення окресленого у дослідженні завдання вважається нам найбільш ефективним. Слід зазначити, що спостереження, що потрапили в одну групу, характеризуються однаковим рівнем розвитку за обраними для дослідження показниками, які характеризують рівень соціально-економічного розвитку країн. Для зручності виокремимо певні етапи здійснення кластерного аналізу [4]: Крок 1: ієрархічна класифікація. На першому етапі з'ясовуємо, чи формують країни кластери, які можуть бути осмислені. Крок 2: побудова деревовидної діаграми для 100 країн світу на основі використання евклідової відстані. Крок 3: побудова графіку середніх і довірчих інтервалів для змінних у кожному кластері.

Інформаційною базою дослідження слугують наступні індекси: глобальний інноваційний індекс, який вважається мірилом для вимірювання інновацій Генеральною Асамблеєю ООН; індекс освіти, який відображає рівень грамотності дорослого населення та комбінований показник сукупної частки учнів; індекс людського розвитку, що є узагальненим показником середніх досягнень у ключових вимірах людського розвитку; індекс глобальної конкурентоспроможності, розроблений вченими Всесвітнього економічного

форуму та індекс легкості ведення бізнесу для порівняння простоти підприємницької діяльності між країнами світу [5-6]. Розподіл за довірчими інтервалами дозволив розподілити досліджувані країни за такими групами (табл. 1).

Таблиця 1 – Групування економік світу на основі кластерного аналізу

Країни-послідовники (30 країн)	Країни-трендсеттери (31 країна)	Країни-донори (13)	Країни-новатори (26 країн)
Туніс, Індія, Кувейт, Тринідад і Тобаго, Філіппіни, Оман, Йорданія, Коста-Рика, Панама, Україна, Єгипет, Ботсвана, Шрі-Ланка, Марокко, Індонезія, Бразилія, В'єтнам, Колумбія, Ямайка, Сальвадор, Киргизстан, Молдова, Алжир, Парагвай, Монголія, Уругвай, Аргентина, Таджикистан, Болівія, Перу	КНР, Кіпр, Португалія, Катар, Угорщина, Чехія, Словенія, Бахрейн, Словаччина, Чилі, Італія, Мальта, Литва, Греція, Латвія, Таїланд, Маврикій, Хорватія, Росія, Саудівська Аравія, Польща, Болгарія, Мексика, Туреччина, Казахстан, Румунія, Албанія, Азербайджан, Вірменія, Північна Македонія, Грузія	ПАР, Лесото, Ефіопія, Гондурас, Пакистан, Нігерія, Уганда, Буркіна- Фасо, Гватемала, Кенія, Сирія, Непал, Сенегал	Сінгапур, Південна Коре, Швейцарія, Ісландія, Ірландія, Гонконг, Фінляндія, США, Японія, Швеція, Данія, Нідерланди, Люксембург, Канада, Велика Британія, Ізраїль, Австрія, Норвегія, Німеччина, Франція, Малайзія, Австралія, Естонія, Іспанія, Бельгія, Нова Зеландія

Джерело: авторська розробка

Віднесення країн до кожного з вищенаведених кластерів обумовлено усередненням рівня та значення кожного з індексів. Кластер «Країни-новатори» характеризується найвищим рівнем інноваційного розвитку, індексу освіти та людського розвитку, при цьому відмічається доволі низький рівень значення показника легкості ведення бізнесу, обумовлене потужним потенціалом країн у врегулюванні прозорої діяльності підприємств та їх підзвітності державі та суспільству. Кластер «Країни-трендсеттери» вміщує в себе країни, показники яких не є найвищими, проте достатніми для встановлення загальних прикладів для наслідування або врахування їхньої соціально-економічної політики та політики інноваційного розвитку країнами із менш розвиненим станом економічного та суспільного життя. Кластер «Країни-послідовники» характеризується доволі низьким рівнем людського розвитку, що й обумовлює

доволі низьким рівень інноваційного розвитку. Кластер «Країни-донори» характеризуються доволі спрощеним середовищем ведення бізнесу, низьким інноваційним потенціалом. Це дозволяє країнам-трендсеттерам та країнам-інноваторам розміщувати свої виробничі потужності та реалізовувати інвестиційні проекти в рамках інституціонального середовища країн-донорів, до них відносяться здебільшого країни із транзитивною економікою та країни із низьким рівнем економічного розвитку.

Отже, при оцінці підходів до формування політики інноваційного та соціально-економічного розвитку в конкретній державі важливим масивом детермінант виступають інститути, які носять двоїстий характер: з одного боку, їх характеристики унікальні для кожної країни; з іншої – вони мають загальну складову в рамках окремих груп країн. Найбільш важливими інституційними факторами промислового розвитку і формування промислової політики в дослідженні визначені рівень інноваційного розвитку, легкості ведення бізнесу, культурний та освітній рівні розвитку населення. Результати проведеного аналізу слугуватимуть базою для розробки стратегій розвитку економік світу, згрупованим у кластери за спільними ознаками: країни-послідовники, країни-трендсеттери, країни-донори, країни-новатори.

Список використаних джерел

1. Тимошенко Л., Сімахова А. Соціально-економічний розвиток і його кероване забезпечення в умовах інноваційної моделі суспільної динаміки. *Механізм регулювання економіки*, 2015. №1. С. 68-78.
2. Долбнєва Д. В. Вплив COVID-19 на економіку країн світу. *Проблеми економіки*, 2020. №1(43). С. 20-26.
3. Сидоренко К. В., Ващенко А. В. Сучасні антикризові стратегії розвинених країн світу. *Економічний простір*, (159), Р. 24-27. DOI: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/159-4>.
4. Янковой А. Г. Многомерный анализ в системе STATISTICA. Одесса: Оптимум, 2000.
5. Arregle J.-L., Beamish P., Hebert L. The regional dimension of MNE's foreign subsidiary localization. *Journal of International Business Studies*, 2009. 40(1). Р. 86-107.
6. Cuervo-Cazurra A., Genc M. Transforming disadvantages into advantages: developing-country MNEs in the least developed countries, *Journal of International Business Studies*, 2008. 39(6), Р. 957-979.

ИНВЕСТИЦИОННЫЕ ПРОЕКТЫ И ОЦЕНКА ИХ ЭФФЕКТИВНОСТИ

Болотько В. М.,

к.э.н., доцент Гридюшко Е. Н.

УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия»

(г. Горки, Республика Беларусь)

Согласно Постановлению Совета Министров Республики Беларусь «О бизнес-планах инвестиционных проектов», под инвестиционным проектом понимается совокупность документов и иных материалов, определяющих целесообразность, условия и способы вложения инвестиций, объемы и источники их финансирования, увязанные по срокам и исполнителям мероприятия, направленные на достижение заданного участниками инвестиционного проекта результата за определенный период времени [1].

В обычной деятельности компании часто возникает необходимость принятия инвестиционных решений. И за каждым таким решением стоит более или менее крупный проект, требующий анализа. Интересно, что оценка такого проекта зачастую не только не проще, но даже сложнее, чем оценка крупных инвестиций, требующих внешнего финансирования – ведь за каждым инвестиционным решением стоит переплетение множества интересов, точек зрения и целей, связанных с бизнесом компании [4].

При проведении оценки инвестиционного проекта эксперту приходится решать ряд вопросов, которые могут быть сведены к следующему базовому перечню:

- Можем ли мы реализовать такой проект? Соответствуют ли правовые, организационные и технологические аспекты нашего проекта требованиям, которые вероятнее всего предъявит нам жизнь?
- Обеспечен ли проект финансированием в достаточном объеме и достаточно ли мы защищены от финансовых рисков?
- Является ли этот проект эффективным, достаточно ли привлекательна для нас прибыль от его реализации?

– Приемлемы ли риски? [3]

Если подходить к проекту с точки зрения классического финансового анализа, то существует только один простой критерий его эффективности. Проект будет признан эффективным в том случае, если он приносит прибыль. Однако в данном случае имеется в виду не бухгалтерская, а экономическая прибыль. Она отличается тем, что учитывает не только затраты, понесенные компанией, но и стоимость используемого для проекта капитала, даже если эта стоимость и не выплачивалась в виде реальных процентов.

Это делает полученную оценку более универсальной, а принцип принятия решения – более простым. Если экономическая прибыль от реализации проекта оказалась выше нуля, значит, компания в результате станет богаче, а проект следует считать выгодным. Если же экономическая прибыль отрицательна, то проект с финансовой точки зрения неэффективен (но возможно создает некоторые нефинансовые выгоды) [4].

Как правило, реализация какого либо проекта сопровождается финансированием. Проектным финансированием принято называть такой способ привлечения долгосрочного капитала для реализации крупных инвестиционных проектов, при котором единственным источником возврата вложенных средств и главным обеспечением кредита служат денежные потоки, генерируемые самим проектом.

Для того чтобы определить, стоит ли данный проект финансирования или нет кредитор начинает анализ потенциала проекта, его возможностей и рисков. Эта работа разбивается на пять достаточно самостоятельных направлений.

Технологический анализ – исследование того, насколько предлагаемый план сооружения проекта и условия его функционирования разумны, и могут ли они быть реализованы.

Правовой анализ – вторая по важности область. Во всех этих отраслях юридические аспекты новых инвестиционных проектов могут оказаться даже более сложными, чем основная инвестиционная часть. Естественно, и внимание со стороны аналитиков здесь должно быть повышенным.

Анализ финансовой состоятельности строится на бюджете проекта и создании достаточного запаса финансовой прочности на всех его этапах. Вопросы финансовой состоятельности решаются в фоновом режиме при построении финансовой модели проекта, центрального аналитического документа, который становится одновременно и инструментом исследования перспектив проекта, и средством для достижения взаимопонимания всех его участников.

Анализ эффективности включает расчет традиционных показателей эффективности проекта с позиции спонсора и кредитора.

Анализ рисков – оценка чувствительности проекта к отклонениям прогнозных данных, изучение различных сценариев его осуществления и анализ возможных убытков спонсора и кредитора.

Характеристики, задействованные при принятии решений, включают:

Традиционные показатели экономической эффективности вложений (чистая текущая стоимость денежных потоков (NPV), срок окупаемости инвестиций (PBP) и внутренняя норма рентабельности (IRR)) рассчитываются как с позиции спонсора проекта, так и с позиции кредитора, что, естественно, подразумевает, что и прогноз денежных потоков проекта должен предусматривать выделение чистого денежного потока для каждого из участников.

Общее покрытие долга. Кредитор не только ограничивает максимальную долю своего участия в проекте, он еще и устанавливает предельную долю доходов проекта, которые могут идти на погашение займа. Обычно эта доля устанавливается через коэффициент общего покрытия долга, который рассчитывается как отношение чистых доходов каждого периода проекта к величине платежей процентов и основного долга, запланированных на этот же период. Нормальное значение этого коэффициента лежит в интервале от 1,2 до 1,5, в зависимости от стабильности доходов проекта.

Точка безубыточности. Кредитор стремится не только проверить базовый прогноз, но и оценить те пределы, в которых могут отклоняться исходные

предпосылки без ущерба для интересов участников проекта. Для этих целей также определяются предельные параметры, при которых проект остается финансово состоятельным и экономически эффективным.

Оценка эффективности для пессимистического сценария. Продолжением и развитием предыдущего аналитического блока является исследование одного или нескольких параметров проекта, отличающихся от базового сценария. Задача – изучить возможные убытки, условия их возникновения и способы минимизации [2].

Таким образом, можно сказать, что в некоторых случаях некоторые проекты являются очень затратными. Но даже для таких проектов следует аналогичным образом готовить прогнозные отчеты и рассчитывать соответствующие показатели эффективности. Это позволит зафиксировать экономическую стоимость ожидаемых качественных изменений, а также вести целенаправленную работу по повышению доли проектов с ясным финансовым будущим и снижению числа проектов, не имеющих увязки с финансовыми результатами компании. Как показывает практика, такая работа заметно повышает и качество планирования, и эффективность компании.

Список использованных источников

1. О бизнес-планах инвестиционных проектов : постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 26 мая 2014 г. № 506 // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. URL: <http://www.pravo.by/document/?guid=3871&p0=C21400506> (дата доступа: 28.03.2021).
2. Особенности оценки инвестиционных проектов в проектном финансировании. URL: <https://www.alt-invest.ru/lib/osobennosti-v-proektnom-finansirovanii/> (дата доступа: 29.03.2021).
3. Анализ эффективности инвестиционных проектов. Связь с оценкой бизнеса. URL: <https://www.alt-invest.ru/lib/svyaz-s-ocenкой-biznesa/> (дата доступа: 29.03.2021).
4. Оценка инвестиционного проекта. Инструкция для финансового директора URL: <https://www.alt-invest.ru/lib/instrukciya-dlya-fd/> (дата доступа: 29.03.2021).

ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА ДЕРЖАВИ, РЕГІОНІВ ТА ПІДПРИЄМСТВА

Важник С. А.,

к.е.н. Придятько Е. М.

ДВНЗ «Донецький національний технічний університет»

(м. Покровськ, Україна)

Еволюція високого рівня економіки в країні, регіонах та підприємствах являє собою один із найважливіших критеріїв який супроводжує забезпечення усієї фінансово-економічної безпеки України.

На формування економіки країни та регіонів можуть впливати як зовнішні, так і внутрішні фактори, це різна кількість і якість трудових ресурсів, ефективність управління, ефективність основного капіталу, інноваційна активність, конкурентоспроможність та інші.

Грунтуючись на цих факторах, виявляється їх вплив, який в багатьох випадках залежить від компетенції та грамотності керуючого персоналу, який зможе правильно враховувати всі зміни внутрішнього та зовнішнього середовища.

За останній час відбулись дуже глобальні зміни які належать до нашої держави, що стосуються істотних змін в економічній області українського суспільства, також змін окремих складових, але в цілому питання забезпечення фінансово-економічної безпеки нашої держави залишається на плаву, причиною є постійна загроза в зазначеній галузі.

Відповідно до цього, держава шукає нові вірні методи, сукупності факторів, які тісно пов'язані з впливом на учасників фінансово-економічних відносин.

В Україні було ухвалено закон про створення Бюро економічної безпеки для боротьби з економічними правопорушеннями, що підтримується Міжнародними партнерами України.

Одним з головних повноважень Бюро буде виявлення зон ризиків у сфері економіки шляхом аналізу структурованих і неструктурованих даних, оцінка ризиків і загроз економічної безпеки держави, напрацювання способів їх мінімізації та інше.

Щодо рішення питань гарантії забезпечення фінансово-економічної безпеки держави, воно набуло актуальності і розроблялось вченими правознавцями в наукових працях. Це Бінька І., Василика О., Власюк О., Єрмошенко М., Пастернак-Таранушенка Г., Шлемко В. та інших. Так піддавались науковому розгляду питання фінансово-економічної безпеки держави, і вчені зазначають, що суть безпеки в нормальному розвитку функціонування всієї системи взагалі, в потенціалі нормальної роботи внутрішньої економічної системи.

На сьогодні можна сказати, що стан безпеки держави залишається складним, це обумовлено високим рівнем тінізації нашої економіки, криміналізацією суспільства, наявністю злочинства, що створює реальну загрозу фінансово-економічній безпеці країни.

Щодо регіонів, то на даний час ситуація з фінансовою безпекою стоїть дуже гостро.

Немає конкретної методики оцінки та агрегату, який зміг би регулювати фінансову безпеку регіонів. Через це і виникає питання стійкості фінансової безпеки.

Для того, щоб можна було дивитись з впевненістю в завтрашній день, необхідно забезпечити регіони своєчасним надходженням фінансових, матеріальних та трудових ресурсів, адже саме вони є рушійною силою будь-якої економічної системи.

Розглядаючи фінансово-економічну безпеку регіонів, можна зіткнутися з різними загрозами:

- високий темп росту інфляції;
- нестабільність фондового ринку;
- тінізація економіки;

- широкі коливання ринкового курсу валют;
- високі процентні ставки за кредитами.

Подолання причин погіршення фінансової безпеки регіону є компетентністю органів влади конкретного регіону.

Але, на жаль, на сьогодні, ці органи не виконують свої повноваження щодо покращення рівня фінансової безпеки регіонів. Слід підвищувати рівень безпеки кожного регіону, що надасть стабільність, стимул власного виробництва, а також підвищить рівень життя населення.

Головною задачею підприємства є його економічний ріст, який забезпечую стабільний розвиток виробництва, покращення рівня життя населення. Забезпечення фінансової безпеки також є важливою частиною безпеки будь-якого підприємства.

Існують характерні фактори, які впливають на ефективний розвиток підприємства:

- інформаційне забезпечення;
- ефективність трудової діяльності;
- рівень кваліфікації робочого персоналу;
- ресурсне забезпечення;
- технологія виробництва;
- економічна безпека підприємства.

Перспективою подальших досліджень є визначення економічних показників, які оцінюють та характеризують кожну складову планування економічного розвитку та безпеки.

Таким чином, самим головним елементом економічної безпеки держави, регіонів, підприємств є фінансова безпека.

Стійкий розвиток економіки це основа реалізації національних інтересів будь-якої країни. Формування фінансової стратегії забезпечується здатністю моделювати фінансовий стан, виявляти необхідність змін, а також передбачати характер майбутніх загроз.

ФІНАНСОВІ РЕСУРСИ РЕГІОНУ: СУТНІСТЬ ТА ЗМІСТ

Голуб М. В.,

викладач Юричина І. А.

Хмельницький університет управління та права імені Леоніда Юзькова

(м. Хмельницький, Україна)

Успішний соціально-економічний розвиток територій вимагає комплексних дій для оцінки стану їх розвитку, визначення шляхів залучення необхідних ресурсів, а також розробки заходів щодо збереження та оновлення потенціалу. Проте на сьогоднішній день залишається важливим питання щодо забезпечення місцевого самоврядування фінансовими ресурсами. Саме тому постає потреба в деталізації сутності та змісту фінансових ресурсів регіону, джерел їх формування.

Фінансові ресурси регіону – це сукупність фінансових фондів, які беруть участь у забезпеченні діяльності місцевих суб'єктів господарювання [2, с. 45].

Ресурси регіону, зокрема фінансові ресурси, – це один зі складових елементів економічної системи регіону, тобто це ті конкретні фінансові кошти, якими розпоряджається регіон за певний період. У результаті такого використання фінансові ресурси чи зменшуються, чи збільшуються, чи залишаються на такому ж рівні. Залишками цих фінансових ресурсів і визначається рівень фінансового потенціалу регіону [4, с. 2].

Головною особливістю фінансів регіону є те, що у їх складі одночасно функціонує три підсистеми, які, з одного боку, є відносно, самостійними, а з іншого – тісно пов'язаними між собою. Такими підсистемами є: загальнодержавна, муніципальна (регіональна) та підсистема окремих господарюючих суб'єктів (юридичних та фізичних осіб), кошти яких використовуються для задоволення потреб регіону.

Сутність та роль регіональної фінансової системи у житті суспільства проявляється через наступні функції:

1. Контрольну, метою якої є забезпечення ефективного та цільового використання господарюючими суб'єктами державних коштів.

2. Мобілізаційну, яка забезпечує надходження коштів для потреб регіону. В результаті у регіональних органах влади концентруються значні ресурси, витрачання яких може суттєво впливати на розвиток суспільства.

3. Розподільчу, яка пов'язана з переміщенням доходів від виробників в інші сфери [6].

Варто, згадати також про фінансовий потенціал регіону. Фінансовий потенціал регіону – це сукупна можливість господарюючих суб'єктів відповідного регіону в межах стійких економічних відносин формувати, розподіляти та ефективно використовувати наявні та потенційні фінансові ресурси для виконання органами місцевого самоврядування основної функції – забезпечення сталого соціально-економічного розвитку цього регіону. Ключовими компонентами якого є: можливість формування фінансових ресурсів, достатній їх обсяг, функціонування системи стійких економічних відносин між суб'єктами регіону та модель ефективного управління фінансовим потенціалом. Саме тому, фінансовий потенціал регіону є базовою основою підвищення рівня соціально-економічного розвитку регіону та забезпечення його стійкого фінансового стану [1, с. 2].

Фінансовий потенціал регіону обумовлений сукупністю різних джерел фінансових коштів, що мають у розпорядженні регіональні органи влади, підприємства, фінансові структури, домогосподарства та зовнішні надходження.

Кожне джерело фінансових коштів є особливим, що обумовлено різним ресурсним потенціалом, який є наслідком нерівномірного територіального розміщення природних ресурсів, деякими відмінностями у поділі праці територій, соціальному складі населення, неоднаковим рівнем розвитку продуктивних сил і ступенем реалізації економічного потенціалу, до того ж функціонуючий фінансовий механізм щодо стимулювання економічних процесів на рівні регіонів не співпадає з розвитком економіки. Тому виникає

необхідність у вирівнюванні соціально-економічного розвитку регіонів з метою збереження економічної, політичної єдності та соціальної рівності [3, с. 4].

Важливим завданням регіональних органів влади та місцевого самоврядування в частині фінансового забезпечення реалізації регіональної політики слід визначити ефективне управління власними та залученими централізованими та децентралізованими фінансовими ресурсами на ринкових засадах з метою забезпечення розвитку регіону, задоволення потреб та інтересів бізнесу і населення. Тому, в умовах об'єктивної обмеженості зовнішніх фінансових ресурсів на перший план виходить спроможність найефективніше використати власний фінансовий потенціал [5].

Отже, для успішного соціально-економічного розвитку територій необхідно удосконалювати дію існуючих інструментів та шукати нові механізми залучення фінансових ресурсів, адаптовані до сучасних реальних умов господарювання. При цьому необхідно максимально узгоджувати інтереси всіх учасників розподільних процесів – як фізичних та юридичних осіб, так і держави.

Список використаних джерел

1. Дем'янчук О. І. Фінансовий потенціал регіонів України як базова основа їх стабільного економічного розвитку. Острог: 2014. 6 с.
2. Коваленко М. А., Мацієвич Т. О., Полевик Г. М., Радванська Н. В. Фінанси регіону : навч. посіб. / за ред. проф. М. А. Коваленко. Херсон. 2011. 312 с.
3. Кузьменко М. М., Поляк Р. О. Формування регіональних фінансових ресурсів у забезпеченні сталого соціально-економічного розвитку. Київ. 9 с.
4. Мироненко М. Ю., Гайдей О. В. Джерела формування фінансових ресурсів регіону. Полтава: 2018. 7 с.
5. Про стимулювання розвитку регіонів: Закон України Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2005, № 51, ст. 548.
6. Стеценко Т. О., Тищенко О. П. Управління регіональною економікою: навч. посіб. URL: http://uchebnik-online.com/soderzhanie/ua_textbook_18.html.

ПРОБЛЕМИ РЕГІОНАЛЬНОГО РОЗВИТКУ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ

Данелюк І. Ю.

Хмельницький університет управління та права імені Леоніда Юзькова

(м. Хмельницький, Україна)

Орієнтація на європейську інтеграцію останнім часом стала характерною рисою розвитку України. Це ставить низку нагальних завдань в нашій країні, серед яких пріоритетним є: реформування відносин влади, визначення стратегії реалізації принципів сталого розвитку на національному, регіональному та місцевому рівнях; підтримання збалансованого соціально-економічного розвитку регіонів та підвищення їх конкурентоспроможності.

Практичне виконання цих завдань потребує вдосконалення національної системи регіонального управління, реформування адміністративно-територіальної системи та місцевого самоврядування. Важливого значення набувають сучасні способи реалізації державної регіональної політики. Національна регіональна політика реалізується під впливом різних процесів, факторів управління та управління: процеси децентралізації державного управління та регулювання, значне скорочення державної власності та створення управління приватним сектором; створення нових відносин між центром, регіонами та місцевими громадами, що призведе до значного збільшення компетенції регіональних органів влади та органів місцевого самоврядування. У зв'язку з цим обов'язково враховувати інтереси цих суб'єктів та їх угоди з національними інтересами, а також розподілом функцій між національним, регіональним та місцевим управлінням. У всіх регіонах важливими загальні є соціальні проблеми: екологічна катастрофа, важливості критичних міст, економічний розвиток малих міст та сільськогосподарські та інші проблеми економічного розвитку окремих територій та інших областей.

Виокремлення органів планування та управління в рамках територіального утворення історично диктувалося необхідністю аналізу територіальних пропорцій розвитку, раціонального розподілу економічного, демографічного і

ресурсного потенціалів, зрушень у розміщенні продуктивних сил, інвестиційних ресурсів, що, оперуючи лише поділом країни на області, зробити досить важко.

Велике значення для майбутнього розвитку України є збалансована і ефективна регіональна політика з урахуванням проблем як внутрішніх, так і зовнішніх. Зовнішні фактори інтенсифікації регіональної політики це проблеми глобалізації, інтеграції, субрегіональної підготовки і т. д. Ті інтеграційні процеси, що відбуваються, й ті, що очікують Україну, зумовлюють необхідність підвищення конкурентоспроможності України в цілому, а отже, і її регіонів. Крім того, існує низка внутрішніх чинників, які потребують урахування в процесі формування та реалізації регіональної політики України. Ці чинники взаємопов'язані між собою й зумовлені таким. По-перше, необхідно визначити, що державна регіональна політика є складовою національної стратегії розвитку держави в цілому. По-друге, традиційна модель регіональної політики, що існує, є головною причиною дезінтеграційних тенденцій, які загрожують консолідації суспільства. По-третє, впровадження класичної моделі регіональної політики на основі нової парадигми «відповідальної регіоналізації» – це головний шлях до суспільно-політичної та соціально економічної консолідації. По-четверте, подолання інституційних, соціально-економічних та морально-психологічних перешкод розвитку регіонів сьогодні як ніколи є нагальною вимогою часу. По-п'яте, це пошук оптимального балансу між централізацією управління і «єдиновладдям» [3, с. 4]. Оскільки регіон є також складовою загальнодержавної економічної системи, регіональне управління економічними процесами має спрямовуватися на досягнення цілей подвійного характеру: по-перше, це оптимальний територіальний розподіл праці та виробництво необхідних видів продукції і бажаних обсягів у регіональному і загальнодержавному аспектах; по-друге, це задоволення життєвих інтересів і потреб мешканців регіону шляхом реалізації ефективних управлінських рішень [4].

Проблеми в управлінні регіонами нині, мають свої причини: відсутність системного і комплексного підходу при розробці і реалізації державної регіональної політики в цілому та програм і стратегій регіонального розвитку зокрема; недосконалість нормативно-правової бази управління регіонами; низький рівень громадянського суспільства та залученості територіальних громад до вирішення питань місцевого розвитку; централізація питань управління регіональним розвитком, що спричиняє недостатнє врахування інтересів і особливостей регіонів при управлінні ними; недосконале фінансове забезпечення регіонального управління (відсутність достатніх власних фінансових ресурсів у місцевих бюджетах, залежність від державних субвенцій, відсутність пошуку альтернативних джерел фінансування питань розвитку власних територій) [2]. Наразі перед управлінням регіональним розвитком постає низка проблем, які потребують нагального вирішення: удосконалення нормативно-правового забезпечення управління регіонами; усунення недоліків фінансового забезпечення регіонального управління, а саме: невміння та неготовності представників органів управління регіонального та місцевого рівня до пошуку альтернативних джерел фінансування; відсутність достатніх фінансових ресурсів у місцевих бюджетах; залежність місцевих бюджетів від державних субвенцій. Важливою умовою ефективного управління регіональним розвитком є забезпечення спроможності територіальних громад, потрібно збільшити рівень залучення територіальних громад до вирішення питань місцевого значення та посилити інститут громадського суспільства.

Список використаних джерел

1. Белявцева В. В. Трансформація функцій управління розвитком на регіональному рівні: Х.: 2019. С. 6-8.
2. Горбак В. М. Сучасні проблеми регіонального розвитку та шляхи їх вирішення: Київ. 2018. С. 1-3.
3. Нагорна І. В. Оптимізація інструментів державного управління регіональним розвитком в умовах децентралізації. Одеса. 2019.
4. Небава М. І., Ткачук Л. М. Управління регіональним розвитком: навч. посіб. URL: https://web.posibnyky.vntu.edu.ua/fmib/25nebava_upravlinnya_regionalnym_rozvytkom/index.html.

УПРАВЛІННЯ ЕНЕРГЕТИЧНОЮ БЕЗПЕКОЮ ПІДПРИЄМСТВА

Дементьєва І. В.,

к.е.н., доцент Мізіна О. В.

ДВНЗ «Донецький національний технічний університет»

(м. Покровськ, Україна)

На сучасному етапі розвитку техніки функціонування будь-якого промислового підприємства в значній мірі визначається забезпеченням його потреб у такому вигляді енергії, як електрична. Від кількості і якості поставленої підприємству електроенергії залежить кількість і якість виробленої на підприємстві продукції, ефективність функціонування устаткування підприємства і швидкість його старіння, ступінь інформаційної оснащеності підприємства, умови праці його працівників.

Можна сказати, що рівень забезпечення сучасного промислового підприємства електроенергією впливає на рівень його економічного розвитку, а отже, і на рівень його економічної безпеки. Вочевидь, що недостатній рівень енергопостачання підприємства неможливо заповнити ні фінансовими коштами, ні значним кадровим потенціалом, ні іншими матеріальними ресурсами.

Як показує статистика, частка витрат на електроенергію в собівартості промислової продукції в Україні досягає 20 %, тоді як в розвинених країнах це показник не перевищує 6-7 % [1]. Отже, енергетична складова повинна бути врахована в оцінці економічної безпеки промислового підприємства як така, що значно впливає на собівартість вироблюваної продукції.

Сьогодні в літературі не існує однозначного визначення поняття «енергетична безпека підприємства». У більшості нормативно-правових документів головна увага приділяється розробці та організації забезпечення енергетичної безпеки держави в цілому, іноді – енергетичній безпеці на рівні регіонів. В даний час склалися два підходи до трактування сутності енергетичної безпеки [2].

Перший підхід (інакше «вузьке трактування») характеризує енергобезпеку як упевненість, що енергія буде знаходитись в розпорядженні в тій кількості і тій якості, що вимагаються при даних економічних умовах. Це визначення відповідає прийнятій Світовою енергетичною радою інтерпретації категорії «енергетична безпека».

Відповідно до цього можна запропонувати розгорнуте визначення розглянутої категорії: енергобезпека країни – це стан захищеності її громадян, суспільства, економіки від обумовлених внутрішніми і зовнішніми факторами погроз дефіциту в забезпеченні їхніх обґрунтованих потреб в енергії економічно доступними паливно-енергетичними ресурсами необхідної якості в нормальних умовах функціонування і при надзвичайних обставинах; зазначений стан захищеності в нормальних умовах відповідає забезпеченню в повному обсязі обґрунтованих потреб, а в екстремальних умовах – гарантованому забезпеченню мінімального обсягу потреб.

Другий підхід (інакше «широке трактування») визначає категорію енергетичної безпеки як стан захищеності енергетичних інтересів особистості, суспільства, держави, що включають забезпечення в нормальній ситуації безперебійного постачання споживачів економічно доступними енергоресурсами прийнятної якості, а в екстремальних ситуаціях – гарантованого задоволення мінімально необхідної потреби життєво важливих споживачів; забезпечення ефективного використання енергоресурсів, що сприяє переводу економіки країни на енергозберігаючий шлях розвитку, зниженню енергоємності виробленої продукції; задоволення вимогам екологічної і виробничої безпеки, забезпечення мінімізації шкідливих впливів енергетики на людину, природне середовище.

Треба сказати, що перехід економіки держави на енергозберігаючий шлях розвитку, по-перше, потребує в набагато менше капіталовкладень, ніж у розвиток паливно-енергетичного комплексу, а по-друге, приводить до зменшення негативного впливу енергетики на навколишнє середовище.

Під енергетичною безпекою підприємства слід розуміти ступінь захищеності його енергопостачання від зовнішніх і внутрішніх загроз в умовах нормального функціонування з урахуванням перспективи розвитку, а також ступінь енергозабезпечення мінімально необхідних потреб в енергії в надзвичайній ситуації [3].

У табл. 1 наведено перелік можливих загроз енергозабезпеченню промислового підприємства і встановлено їх характер.

Таблиця 1 – Можливі загрози енергозабезпеченню промислового підприємства

№ за/п	Загроза	
	найменування	характер
1	Відсутність електроенергії	зовнішня
2	Недостатня кількість одержуваної електроенергії	зовнішня
3	Незадовільна якість одержуваної електроенергії	зовнішня, внутрішня
4	Незадовільний стан енергоукомплектування підприємства	внутрішня
5	Недостатня кількість фінансових коштів у підприємства	внутрішня
6	Певна обмеженість вільного вибору постачальників електроенергії	зовнішня
7	Недосконалість правового законодавства у області регулювання договірних відносин між постачальниками і споживачами електроенергії	зовнішня
8	Низька ефективність енергозберігаючої діяльності	внутрішня
9	Зростання тарифів на електроенергію	зовнішня
10	Характер влади в регіоні	зовнішня

Для характеристики стану енергетичної безпеки промислового підприємства кожна визначена загроза оцінюється рядом показників.

Пропонується п'ять чинників, які в даний час найбільш впливають на рівень енергобезпеки промислового підприємства і можуть бути охарактеризовані кількісно наступними показниками:

- кількісний рівень електропостачання (відношення фактичної кількості одержаної за місяць електроенергії до планової (заявленої);

- рівень сплати за спожиту електроенергію (відношення фактичної суми сплати до виставленої енергозабезпечуючою організацією);

- рівень втрат електроенергії в мережах підприємства (відношення кількості втраченої електроенергії в мережі підприємства до одержаної від енергозабезпечуючої організації електроенергії);

- ступінь зношення енергоустаткування (відношення вартості зносу енергоустаткування підприємства до його первинної (відновленої) вартості);

- стале відхилення напруги (відносна різниця між фактичною напругою в мережі і його номінальним значенням).

Оцінка рівня енергобезпеки промислового підприємства може бути здійснена за трьома градаціями: енергетично безпечно; енергетично небезпечно; критично небезпечно.

Енергетично безпечним визнається стан підприємства, якщо фактичні значення всіх вищеназваних показників відповідатимуть нормальним; енергетично небезпечним – якщо хоча б один з показників досягає порогового значення; критично небезпечним – якщо 4 найважливіших показника наближаються до своїх порогових значень.

Метод оцінки енергетичної безпеки призначений для визначення рівня енергетичної безпеки споживачів, результати названої оцінки можуть використовуватись промисловими підприємствами в їх господарській діяльності.

Список використаних джерел

1. Соціально-економічне становище України за 2018 рік. *Економіст*. 2017, № 2. С.7-20.
2. Амельницька О. В. Механізми в системі управління виробничо-господарською діяльністю локальних електричних мереж. *Збірник наукових праць ДонДДУ: «Інновації в державному управлінні і місцевому самоврядуванні» : серія «Державне управління»*, т. 8, вип. 88. Донецьк, 2012. С. 11-18.
3. Лепа Р. Н. Влияние качества управленческих решений на эффективность функционирования предприятия. *Економіка промисловості*, 2006. №3. С.87-95.

ЛИЗИНГ В БЕЛАРУСИ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

магистр Ермолицкая О. В.,

к.э.н., доцент Гридюшко Е. Н.

УО БГСХА

(г. Горки, Республика Беларусь)

В настоящее время большинство белорусских предприятий остро нуждаются в современном, эффективном и высокопроизводительном оборудовании.

Необходимо отметить, что физический износ и моральное устаревание основных производственных средств крупнейших организаций страны составляет свыше 60% (в ряде случаев – 90%).

Лизинг является наиболее доступным и простым способом обновления отслужившей техники как для крупных компаний, так и объектов малого и среднего бизнеса, чьих свободных активов пока недостаточно для совершения дорогостоящих покупок.

На наш взгляд, проблема обновления технической базы заводов решается медленно и неэффективно по следующим причинам:

- низкая заинтересованность потребителей в изделиях белорусских товаропроизводителей;
- большая внешняя задолженность белорусских предприятий за энергоносители;
- отсутствие значительных объемов оборотного капитала.

Мы считаем, что лизинг позволит предприятиям Республики Беларусь сохранить свои краткосрочные активы, ведь после внесения в среднем 20–30% от общей стоимости оборудования, лизингополучатель получает право его эксплуатации.

Наличие эффективного и производительного оборудования благоприятно сказывается на укреплении позиций отечественных производителей на

общемировом рынке. Ведь с обновленной технической базой они смогут выпускать конкурентоспособную продукцию.

Кроме того, лизинг оборудования необычайно выгоден, ведь он относится к расходам, включенным в перечень затрат производства.

В соответствии с действующим законодательством Республики Беларусь лизинговые платежи входят в себестоимость производимой продукции, что является основанием для сокращения налогооблагаемой базы по налогу на прибыль.

По сравнению с кредитом лизинговые сделки отличаются упрощенной процедурой оформления и малочисленным пакетом документов. Ускоренные темпы рассмотрения заявок и большой процент одобряемых банками сделок также способствуют росту интереса потребителей к финансовой аренде [1].

Следует обратить внимание, что увеличению темпов роста белорусского рынка лизинга препятствует низкая информированность граждан об услуге финансовой аренды и невысокий уровень финансовой грамотности людей, желающих начать свое дело.

В этой связи наблюдается острая необходимость в создании Единого информационно-лизингового центра, который бы информировал о лизингодателях и лизингополучателях.

Так, в Республике Беларусь в ближайшее время планируется создание биржи лизинговых сделок на основе электронной базы данных. В режиме реального времени в ней будут публиковаться актуальные сведения о возможностях лизингодателей и потребностях лизингополучателей.

Мы считаем, что биржа лизинговых сделок предоставит возможность владельцам малого и среднего бизнеса расширяться и развиваться. Крупные операторы смогут существенно увеличить клиентскую базу, а сам лизингополучатель сэкономит время на поиске поставщика услуги.

На наш взгляд, для улучшения лизинговой деятельности в Республике Беларусь также необходимо:

- создать при учреждениях образования направления по подготовке специалистов, в совершенстве знающих лизинговую деятельность, которые бы смогли в доступной форме объяснять все преимущества заключения сделок по финансовой аренде;
- усовершенствовать систему налогообложения в интересах участников лизинговой сделки для привлечения потенциальных клиентов;
- реализовать рекламную кампанию с целью популяризации эффективности лизинга как формы обновления основных средств;
- привлечь крупнейших иностранных инвесторов.

В данном контексте развитие белорусского рынка лизинга необходимо осуществлять в следующих направлениях:

- снижение процентных ставок по лизинговым сделкам за счет государственных субсидий;
- сотрудничество лизинговых операторов с крупными заводами-производителями для разработок совместных проектов по сбыту продукции;
- создание производственных проектов «под ключ», которые предполагают передачу выпускаемого дорогостоящего оборудования и машин в лизинг;
- рассмотрение финансового лизинга как механизма увеличения поставок продукции отечественных производителей на зарубежные рынки.

Таким образом, можно отметить, что лизинг в Республике Беларусь остается перспективной финансовой услугой. Он помогает реализовывать возможности для развития экономики за счет увеличения объемов лизинговых сделок.

Мы считаем, что расширение рынка лизинговых услуг позволит минимизировать кризисные и негативные явления в экономике и стабилизировать благосостояния отечественных юридических и физических лиц.

Список использованных источников

1. Развитие лизинга в Республике Беларусь. URL: <https://agrofinans.by/statya/razvitie-lizinga-v-belarusi> (дата доступа: 01.04.2021).

СТАН ЛЕГКОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ

Жажина К. А.,

к.е.н. Придятько Е. М.

ДВНЗ «Донецький національний технічний університет»

(м. Покровськ, Україна)

Легка промисловість – одна із стратегічних сегментів національної економіки, що до коронакризи забезпечувала майже 5% бюджетних надходжень і 2,6% українського товарного експорту.

Слід відмітити, що на даний час актуальною проблемою на внутрішньому ринку, є зменшення обсягів виробництва легкої промисловості, де вітчизняні виробники неконкурентні через не вирішені питання з контрабандою, заниженням митної вартості готового імпорту, торгівлею без обліку і контролю, засиллям «секонд-хендом» та ще й зниженням купівельної спроможності населення особливо в період локдауну. [1]

У табл. 1 наведено дані експорту та імпорту товарів легкої промисловості та загальні обсяги зовнішньоекономічної діяльності України за останні роки.

Таблиця 1 – Експорт-імпорт товарів України, тис. дол. США

Найменування	Експорт		Імпорт		Відносні відхилення	
	2018	2019	2018	2019	Експорт	Імпорт
Всього продукції	50060336	35017806,3	60783662,3	37962054,8	70	62,5
Легка промисловість	1184636,2	788409,9	3129621,0	2155330,5	66,6	69
Частка ЛП у експорті-імпорті всієї продукції	2,4	2,3	5,1	5,7	-	-

Джерело: складено авторами за даними [1]

Зміни експорту та імпорту залишаються стабільними.

За даними табл. 1 надходження на ринок зарубіжних товарів майже вдвічі більше ніж товарів, які експортуються (2,3-2,4 в. п.). Причиною низького рівня експорту є жорсткі конкурентні умови та тінізація ринку легкої промисловості. Однак, наразі надто багато чинників негативного впливу та обмежень, у т.ч. і на глобальному міжнародному рівні [1].

В 2010 році була спроба підтримати конкурентоспроможність вітчизняної легкої промисловості, звільнивши підприємства галузі від податку на прибуток на 10 років.

На даний момент дія кодексу свідчить про скорочення частки збиткових підприємств легкої промисловості. А у 2019 році, згідно з табл. 2, склала лише 6,7 в. п.

Таблиця 2 – Чистий прибуток (збиток) підприємств легкої промисловості

Показники	2016	2017	2018	2019
Підприємства, які отримали прибуток (у % до загальної кількості підприємств)	46,7	66,6	73,3	93,3
Підприємства, які отримали збиток (у % до загальної кількості підприємств)	53,3	33,4	26,7	6,7

Джерело: складено авторами за даними [2]

Але податкові пільги не змогли змінити негативного впливу на легку промисловість від COVID-19.

З рис. 1 видно що COVID-19 у 2020 році має помітний вплив в погану сторону для галузі. Це зумовлено тим, що в Україні локдауни сильно вдарили по бізнесу «на речах, які потрібно міряти». Не всі змогли профінансувати простій у торгівлі, втратили свої команди. Деякі збанкрутували та не змогли заново відкритися. Крім того, змінився й попит у споживачів. [3]

Отже, пандемія вже змінила світ. Глобальні ланцюжки затріщали в умовах світової кризи.

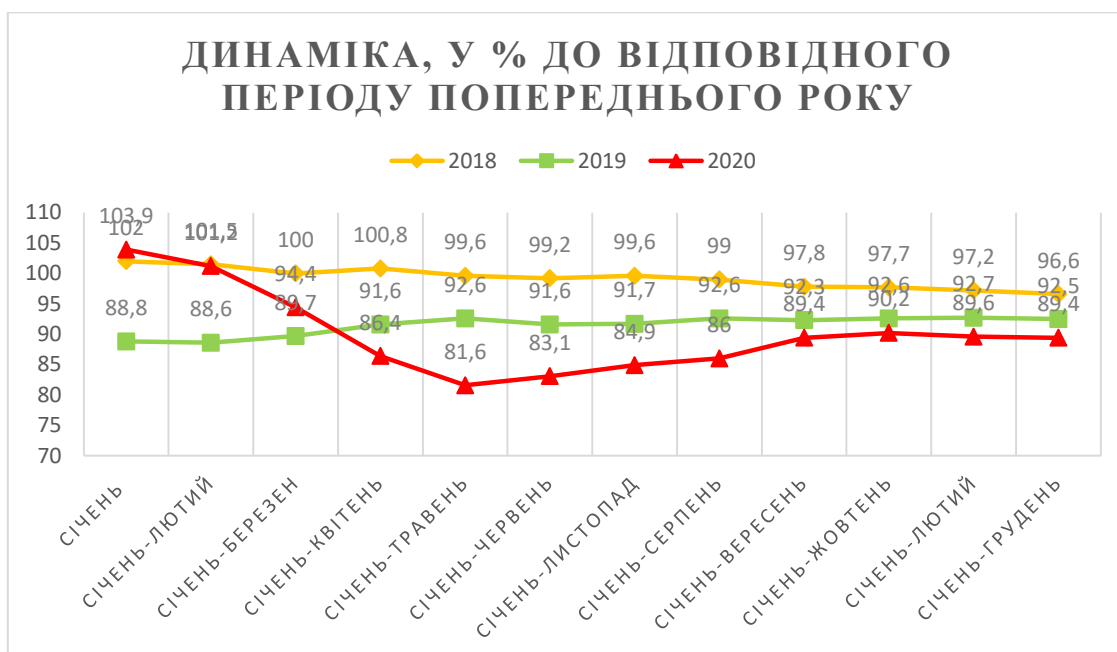


Рисунок 1 – Вплив COVID-19 на легку промисловість

Джерело: складено авторами за даними [3]

Запровадження жорстких міжнародних обмежувальних заходів – карантину, закриття кордонів, заборона експорту життєво важливих для здоров'я населення товарів, виявилася гостра сировинна імпортозалежність багатьох країн (компаній) щодо поставок сировини, комплектуючих, окремих товарів, зокрема від Китаю.

І це нагальна проблема, що постала не лише перед Україною. Для країн надважливим завданням стала державна підтримка національних виробництв і бізнесу. [1]

Список використаних джерел

1. Головні події. Укрлегпром. URL: <https://ukrlegprom.org/ua/>.
2. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
3. Що зараз відбувається в українській легкій промисловості та чи реально у ній заробити? URL: <https://ua-retail.com/2021/03/shho-zaraz-vidbuvayetsya-v-ukra%D1%97niskij-legkij-promislovosti-ta-chi-realno-u-nij-zarobiti/>.

ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ БЕЗПЕКИ БАНКІВСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Ковалевський О. Ю.,

к.е.н., доцент Рощина Н. В.

Національний технічний університет України

«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

(м. Київ, Україна)

Сучасна трансформація економічних відносин супроводжується певними змінами банківської системи, за рахунок якої акумулюються та трансформуються грошові засоби усіх інституціональних власників.

Зрозуміло, що від стабільного та безпечного функціонування банківської системи, яка здатна забезпечити кредитування реального сектору економіки, залежить ефективність функціонування всієї економічної системи, що і обумовлено актуальністю дослідження.

У випадку, коли мова йдеться про банківську безпеку, то зазвичай розуміють певний стан захищеності від будь-яких загроз (як внутрішніх, так і зовнішніх), що стосуються інтелектуального капіталу, інформації, технологій, прибутків тощо за рахунок будь-яких заходів правового, організаційного, технічного, економічного характеру, які надають можливість зберігати власні здобутки.

З цієї позиції, основними видами банківської безпеки виступають:

- економічна, що забезпечує умови для ефективної діяльності;
- інформаційна, що спрямована на формування інформаційних ресурсів;
- колективна та особиста, що мають на меті створення сприятливих умов для роботи.

У той же самий час, у сучасному світі задача забезпечення безпеки банківської діяльності виходить на новий рівень завдяки появі новітніх інформаційних технологій.

Потреба у дослідженні цієї теми буде актуальною до того часу, поки

існуватимуть загрози банківській діяльності, оскільки інформаційні технології доступні не лише певним спеціалістам, а й зловмисникам.

В першу чергу для захисту банку та його клієнтів в інформаційному полі треба використовувати певні технології. А саме шифрування даних. В інтернеті складно знайти інформацію щодо алгоритмів шифрування, що використовуються якимись банками у нашій країні. Але очевидно, що використовуються асиметричні криптографічні системи (RSA, схема Ель-Гамала або схема Рабіна) [1].

Такі системи надають можливість передавати дані по відкритих каналах, використовувати цифровий підпис повідомлень та мають сертифікати розсилки секретних ключів, що можуть бути використані для побудови симетричної криптосистеми, за допомогою якої саме і шифруються дані в базах даних або під час транзакцій.

Підхід з використанням гібридної криптосистеми, що дає можливість побудувати сесійний симетричний ключ і використовувати його для подальшого шифрування, бо в більшості випадків симетричне шифрування потребує меншої кількості операцій та обсягу пам'яті.

Інформаційні технології використовуються не лише для забезпечення інформаційної безпеки банківської діяльності, а й для аналізу даних клієнтів. Результати такого аналізу можуть бути використані для вирішування різних задач.

Наприклад, для вирішення задачі кредитного скорингу: клієнт заповнює певну анкету, де вказує свої дані (вік, стать, має роботу або ні, у шлюбі або ні, наявність дітей тощо). Ці дані аналізуються математичною моделлю, що по суті вирішує задачу бінарної класифікації (відповідає «так» або «ні»). Така модель «схвалює» видачу/не видачу кредиту, що дає можливість банку значно зменшити ризики неповернення кредиту клієнтом [2].

Варто зазначити, що на практиці існує дуже багато складових, з яких формується механізм безпечного функціонування банку, серед яких доцільно виділити:

- захист законних інтересів банку та його власності;
- профілактика та попередження правопорушень та замахів на власність, іміджа персоналу банку;
- своєчасне виявлення загроз та їх ліквідація;
- формування умов для «комфортної» роботи банку;
- створення умов та механізмів відшкодування збитків, що були завдані банку або його персоналу юридичними чи фізичними особами [3].

У якості висновку можна підсумувати усі перелічені вище пункти та зазначити, що один з ключових пунктів забезпечення безпеки функціонування банку є безпосередньо робота відділу «власної безпеки», що «фільтрує» людей, які хочуть отримати роботу в банку, вже працюють у ньому та мають доступ до фінансів, важливих документів, даних клієнтів і т. п.

Адже алгоритми шифрування та комплексні міри забезпечення безпеки – це дуже позитивна практика, але усе це не має ніякої користі якщо серед персоналу банку є люди, які «зливають» дані клієнтів, роблять махінації з грошима або документами або, що ще гірше, «зливають» інформацію про саму службу безпеки банку (наприклад особиста інформація працівників служби безпеки або навіть алгоритми генерації псевдовипадкових ключів шифрування транзакцій, тощо).

Більшість сучасних технічних та математичних засобів захисту інформації не можна обійти (або дуже складно), але людський фактору буде завжди актуальним.

Список використаних джерел

1. Нестеренко А. Ю., Пугачев А. В. Об одной схеме гибридного шифрования. *Прикладная дискретная математика*. 2015. Вып. 4, С. 56-71.
2. Как работает банковский скоринг. URL: <https://finance.ua/credits/kak-rabotaet-bankovski-y-skoring> (дата звернення 21.03.2021).
3. Барановський О. І. Фінансова безпека: монографія. Київ: Фенікс. 2008. 338 с.

СУТНІСТЬ АНТИКРИЗОВОГО ФІНАНСОВОГО УПРАВЛІННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ

ст. викладач Костакова Л. Д.

ДонНУЕТ імені Михайла Туган-Барановського

(м. Кривий Ріг, Україна)

Суб'єкти господарської діяльності на будь-якому етапі свого розвитку стикаються із великою кількістю дестабілізуючих чинників макро та мікро середовища, які є потенційними носіями фінансового ризику, у зв'язку з чим створення ефективної системи антикризового фінансового управління набуває більшої актуальності ніж будь-коли, адже останні роки вітчизняна економіка перебуває у стані невизначеності та нестабільності.

Наявність великої кількості трактувань та різних поглядів щодо визначення антикризового фінансового менеджменту дає змогу систематизувати перераховані підходи до формування сутності об'єкта дослідження та на їх основі синтезувати власне визначення процесу антикризового фінансового управління. Отже, антикризове фінансове управління підприємством – це складова генеральної системи управління підприємством, головними завданнями якої є своєчасне діагностування передкризового фінансового стану на основі безперервного моніторингу можливих ризиків, ефективна боротьба із дестабілізуючими процесами та ліквідація їх наслідків, а також прийняття управлінських рішень щодо виведення суб'єкту господарювання із нестійкого та кризового фінансового стану. Антикризове фінансове управління, як і будь-яка система складається із багатьох складових таких як: об'єкт, суб'єкт, завдання, принципи, методи, функції, інформаційне забезпечення тощо [4]. Схема системи структури антикризового фінансового управління підприємством представлена на рис 1.

Згідно з рис.1, у розрізі системи існує об'єкт – керована підсистема. До керованої підсистеми відносяться сукупність можливих ризиків, майно підприємства, капітал, фінансові ресурси, та суб'єкти – уповноважені фізичні

або юридичні особи, які є керуючою ланкою і здійснюють вплив на об'єкти антикризового фінансового управління застосовуючи певний інструментарій щодо вирішення існуючих проблем на підприємстві.



Рисунок 1 – Структура системи антикризового фінансового управління

Складено автором на основі [5].

Антикризове управління на підприємстві покликане вирішувати ряд першочергових завдань, основним з яких проведення діагностики фінансово-господарського стану суб'єкту господарювання. Для досягнення позитивного результату у розв'язанні існуючих на підприємстві проблем, системою антикризового управління застосовується відповідний функціональний інструментарій. На рис. 2 представлені функції антикризового управління з поділом їх на універсальні та специфічні [6].

Отже антикризове фінансове управління підприємством – це така складова загальної системи управління підприємством, яка забезпечує його інформацією, щодо можливих фінансових ризиків, шляхів їх подолання та ліквідації можли

вих негативних наслідків за допомогою специфічного інструментарію.



Рисунок 2 – Функції антикризового фінансового управління підприємством

Складено автором на основі [6].

Список використаних джерел

1. Борзенко В. І. Антикризове управління : навч. посіб. Харків : Видавництво Іванченка І. С., 2016. 232 с.
2. Гончарова М. Л. Реалізація антикризової стратегії підприємства як необхідна складова ефективного управління. *Економіка: проблеми теорії та практики*. 2002. № 163. С. 8–14.
3. Терещенко О. О. Антикризове фінансове управління на підприємстві : монографія. Київ : КНЕУ, 2006. 68 с.
4. Лігоненко Л. О. Антикризове управління підприємством : підруч. Київ : КНТЕУ, 2013. 824 с.
5. Чернявський А. Д. Антикризове управління підприємством: навч. посіб. Київ : МАУП, 2006. 256 с.
6. Ареф'єва О. В. Антикризове фінансове управління підприємством : монографія. Львів : УАД, 2011. 252 с.

ЕКОЛОГІЧНО ОРІЄНТОВАНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК КРАЇН СВІТУ

к.е.н., к.т.н. Кофанов О. Є.,
д.п.н., к.х.н. Кофанова О. В.,
Трофименко В. В.

Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»
(м. Київ, Україна)

Світ сьогодні опинився у серйозній фінансово-економічній та екологічній кризі, спричиненій пандемією Covid-19 та іншими об'єктивними причинами. Отже, виникає питання, як підтримувати стійкій, збалансований розвиток, як перевести економіку держав світу на екологічно дружній (Smart) розвиток?

Нова «Глобальна зелена угода» (The «Global Green New Deal», GGND) має на меті три рамкові цілі, а саме: відродження світової економіки, збереження і створення нових робочих місць, а також захист найбільш вразливих верств населення. За рахунок досягнення цих цілей вона сприятиме сталому інклюзивному зростанню економічних здобутків країн світу, підвищенню добробуту населення, подоланню бідності тощо. А головне, ця угода має на меті значно скоротити споживання карбонвмісних видів енергії, зменшити залежність світової економіки від «Карбону», сповільнити деградацію екосистем та ін. [1].

Розрахунки Всесвітньої бізнес-ради зі сталого розвитку показують, що за сценарієм так званого традиційного, високовуглецевого шляху розвитку світової економіки населення планети вже у 2050 році буде споживати природних ресурсів в 2,3 рази більше, ніж воно споживає зараз [2]. У той же час, викиди парникових газів і, зокрема, вуглекислого газу в атмосферу, також спричиняють ризики для майбутнього людства, у тому числі й зміни клімату на планеті. Отже, потрібно негайно прийняти відповідні заходи для запобігання появи глобальної екологічної кризи.

На конференції ООН 2012 р. «Ріо+20» саме «зелена» економіка була відзначена як інструмент забезпечення сталого розвитку людства, а також досягнення соціальних, економічних й екологічних цілей. Зокрема, в фінальному документі конференції «The Future We Want» («Майбутнє, якого ми прагнемо») було відзначено про необхідність підтримки з боку Організації Об'єднаних Націй (ООН) політики країн світу стосовно імплементації «зеленої», екологічно дружньої, економіки.

Концепції «зеленої» економіки, «зеленого» зростання (Green Growth) стали темою міжнародних дискусій учених, представників урядів тощо. На глобальному рівні майже 20 членів Програми ООН підтримали курс на екологізацію економіки, на трансформацію її у бік «озеленення». Україна також проголосила курс на ідеологію сталого розвитку, на трансформувannya політичних і економічних процесів у країні.

Для сприяння досягненню поставлених країною екологічних цілей і реалізації необхідного рівня соціально-економічного розвитку, Програмою розвитку ООН і Глобальним екологічним фондом у 2014–2016 рр. в Україні впроваджено проєкт «Інтеграція положень Конвенцій Ріо у національну політику України», в межах якого проаналізовано чинні законодавчі документи та нормативну базу у таких галузях промисловості, як енергетика, транспорт й інфраструктура, управління природними ресурсами, економічний і міський розвиток, освіта і наука, соціальна і аграрна політика. Це надало можливість розробити заходи і рекомендації уряду країни з метою внесення відповідних змін в законодавчі акти [3].

Згідно з термінологією ЮНЕП, «зелена» економіка це економіка, що спрямована на покращення добробуту людей, забезпечує соціальну справедливість, зменшує ризики для довкілля й вичерпання природних ресурсів [4]. І серед основних рис «зеленої» економіки варто відзначити такі [5, с. 33-34]:

- зростання доходів і зайнятості населення завдяки державним і приватним інвестиціями у заходи (проєкти), які сприятимуть скороченню споживання

«Карбону», зменшенню викидів забруднювальних речовин, підвищенню енерго- і ресурсоефективності, запобіганню втратам біорізноманіття тощо;

- економічне зростання повинне відбуватись за умов меншого споживання природних ресурсів (особливо вичерпних) в усіх секторах економіки, тобто «створювати більше вартості за меншого впливу» («creating more value with less impact»);

- державна політика стимулює розвиток «зелених» видів економічної діяльності й певним чином обмежує підтримку забруднюючих довілля («коричневих») виробництв; впроваджує більш жорсткі екологічні стандарти, забезпечує відповідальність за забруднення довілля продуманою системою державного регулювання;

- впровадження новітніх, більш чистих технологій надає змогу створювати так звані «зелені» робочі місця і компенсувати втрату робочих місць у неекологічних «коричневих» секторах економіки.

Отже, серед тих сфер господарства, де впровадження «зелених» технологій є особливо важливим виокремимо такі [5]:

- споживання відновлюваних джерел енергії;
- вдосконалення житлово-комунального господарства;
- розвиток екологічно «чистого» транспорту, зокрема, використання альтернативних видів моторних палив, електромобілів тощо;

- удосконалення управління відходами, створення безвідходних або маловідходних технологій;

- раціональне управління водними, земельними й іншими ресурсами та ін.

Отже, перехід країн світу до «зеленої» економіки стимулюватиме зростання доходів населення, розгортання нових робочих місць у екологічно дружньому виробництві, сприятиме науковому прогресу у більш чистих, ресурсозберігаючих технологіях, проривних інноваціях тощо. Основні завдання (цілі) державної політики в «зелених» секторах економіки наведено у табл. 1 (за даними доповіді ЮНЕП «Глобальный новый зеленый курс», 2009 р.) [5; 6].

Таблиця 1 – Завдання і цілі державної політики в «зелених» секторах економіки [6; 7]

Завдання	Напрями озеленення сектору	Цілі
Підвищення енергоефективності житла	Реконструкція, гнучке проєктування житла, енергоефективні будівлі, будівлі з "нульовими" енергоспоживанням та шкідливими викидами.	Скорочення енергоспоживання майже на 80 % порівняно з традиційним проєктуванням будівель, створення мільйонів робочих місць.
Сталий транспорт	Перехід на низьковуглецеві види палива; інвестування в залізниці, енергоефективний транспорт, електрифікацію; планування "зеленої" міської інфраструктури.	Скорочення споживання палива на 50 % світовим парком автомобілів до 2050 р., зменшення викидів CO ₂ щорічно до 2 гігатонн [7; 8], створення 3,8 млн. нових робочих місць.
Стала енергетика	Інвестування в інтелектуальні енергорозподільчі системи типу "smart grids", в інфраструктуру відновлювальних джерел енергії, використання технологій альтернативної енергетики.	Створення понад 20 млн. робочих місць, зокрема, 2,1 млн. – у вітроенергетиці, 6,3 млн. – геліофотоелектричній галузі, 12 млн. – у сільському господарстві і промисловості, пов'язаних із виробництвом біопалива. Зменшення викидів Карбону.
Стале сільське господарство	Інвестування у стале сільське господарство, в тому числі органічне землеробство. Відрахування розвинутими країнами частини вартості стимулюючих пакетів на користь країн, що розвиваються	До 2050 р., згідно з прогнозами, один гектар землі повинен прокормити від 6,1 до 6,4 осіб проти 4,5 осіб у 2005 р. Створення на 30 % більше робочих місць
Прісна вода	Інвестування в інфраструктуру забезпечення чистою водою.	До 2015 р. зменшення удвічі кількості людей, що не мають постійного доступу до безпечної води та базової санітарії. Глобальний виграш у 38 млрд. дол. США у річному обчисленні
Екологічна інфраструктура	Інвестування у здорові екосистеми: водозбірні басейни, річкові системи, водно-болотні угіддя, ґрунти, ліси, океани тощо.	Створення значної кількості додаткових робочих місць (від 10 % до 40 % від обсягу інвестицій). Скорочення використання природних ресурсів.

Закінчення таблиці 1

Ефективне використання матеріалів та енергії у виробничих процесах	Інвестування у екологічно чисті технології, чисте виробництво, відновлювальну енергетику. Скорочення субсидій на видобуток і використання викопного палива.	Загальне зменшення матеріалоемності та енергоемності виробництва. Введення у систему звітності компаній показників ресурсної ефективності поряд із запровадженням справедливих цін на ресурси.
Утилізація відходів та вторинна переробка матеріалів	Включення у вартість продукції вартості шкоди для довкілля. Забезпечення безпечного і чистого видалення, збереження і утилізації відходів.	У 2000 р. на сектор вторинної переробки у країнах-членах ЄС припадало 4 % ВВП цього регіону. Очікується, що в умовах підвищення цін на сировинні товари сектор буде швидко зростати.

Список використаних джерел

1. United Nations Environment Programme (UNEP) Green Economy Initiative. URL: www.unep.org/greenconomy (дата звернення 23.04.2021 р.).
2. Видение – 2050. Новая повестка дня для бизнеса. 2010. Пер. на русск. Международного общественного фонда «За выживание и развитие человечества». URL: www.wbcsd.org/web/vision2050.htm (дата звернення 21.04.2021 р.).
3. Ісаєнко В. М. SWOT-аналіз і аналіз прогалин (GAP-аналіз) політик, програм, планів і законодавчих актів у галузі освіти й науки та підготовка рекомендацій щодо їх удосконалення відповідно до положень Конвенцій Ріо. Херсон: ФОП Грінь Д.С., 2016. 106 с.
4. Настречу зеленой экономике: путь к устойчивому развитию и искоренению бедности. Обобщающий доклад для властных структур. ЮНЕП, 2011. С. 2. URL: www.unep.org/greenconomy (дата звернення 23.04.2021 р.).
5. Мусіна Л. А., Ямчук А. В., Кваша Т. К. Взаємний вплив економіки та природного середовища в сучасному світі: політика, стратегії, технології: монографія. К.: УкрІНТЕІ, 2012. 260 с.
6. Глобальный новый зеленый курс. Доклад ЮНЕП, март 2009. URL: www.unep.org/greenconomy (дата звернення 23.04.2021 р.).
7. United Nations Secretary-General's High-level Panel on Global Sustainability (2012). Resilient People, Resilient Planet: A future worth choosing. New York: United Nations. 16 p. URL: www.un.org/gsp (дата звернення 23.04.2021 р.).
8. The Chronological Evolution of Related Measures of Progress. URL: www.oecd.org/goingforgrowth (дата звернення 23.04.2021 р.).

ФІНАНСОВА БЕЗПЕКА РЕГІОНУ ЯК СТРАТЕГІЧНА СКЛАДОВА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ

Кох Ю. І.,

к.е.н., доцент Катранжи Л. Л.

ДВНЗ «Донецький національний технічний університет»

(м. Покровськ, Україна)

Загальнодержавний рівень економічної безпеки визначається рівнем регіональних систем, а процес гарантування національної економічної безпеки повинен реалізовуватися на основі врахування і дотримання безпеки територіальних складників, зокрема фінансової безпеки. Дослідження саме територіального аспекту фінансової безпеки дає змогу визначити ключові фактори дотримання економічної безпеки держави загалом, оскільки причини загроз економічній безпеці держави мають регіональний характер.

Особливості фінансової безпеки регіонів та її вплив на економічну безпеку держави розглянуті у працях таких вчених, як М.І. Вихлюк, Б. А. Карпінський, Л. І. Михайлова, О. Барановський, В. Мунтіян, І. М. Червяков та інші. Проте не всі питання залишаються дослідженими ґрунтовно на сьогодні. Результати досліджень проблем управління економічної безпеки окремих регіонів знайшли відображення в роботах Н. Гук, К. Єфремова, В. Пономаренка, В. Ткаченко та багатьох ін. Проте питання формування системи управління фінансовою безпекою на регіональному рівні як складової системи управління соціально-економічними процесами досі досліджено не повною мірою.

Оскільки економіка є основним видом діяльності суспільства, держави й особистості, то економічна безпека – найбільш важлива складова національної безпеки України, її міська складова – фінансова безпека. На сьогодні національній економічній безпеці загрожує невирішеність наступних проблем [1]: залежність внутрішнього ринку від зовнішньоекономічної кон'юнктури, недостатня ефективність роботи із захисту від несумлінної конкуренції з боку українських монополістів та імпортерів та боротьби з контрабандою;

недостатня ефективність використання матеріальних ресурсів; наявні валютні ризики, неефективне використання коштів Державного і місцевих бюджетів; недосконалість законодавства для прискорення розвитку національної економіки на інноваційних засадах, високий рівень тінізації економіки, відсутність достатніх стимулів для легалізації доходів населення та зменшення тіньової зайнятості; надмірний вплив іноземного капіталу на розвиток окремих стратегічно важливих галузей національної економіки. Вирішення означених проблем потребує проведення відповідних дієвих заходів на рівні регіонів як основних елементів забезпечення національної економічної безпеки країни.

Важливою складовою економічної безпеки держави є фінансова безпека регіону, котра представляє собою індикатор стану фінансового розвитку регіону, що характеризується рівнем стабільності державних фінансів, веденням підприємницької діяльності, інвестиційним кліматом, рівнем життя населення, розвитком банківського сектору. Забезпечення фінансової безпеки є процесом управління, який передбачає створення умов відповідності граничним значенням всіх елементів фінансової безпеки регіону та протидії загрозам порушення їх стану. На стан фінансової безпеки регіону впливають багато факторів із різнополярним вектором дії, тобто вони перешкоджають або сприяють забезпеченню безпеки. Проте неправильне або несвоєчасне регулювання дії чинників безпеки може викликати зміну їх станів, внаслідок чого вони набувають дестабілізуючу властивість із високим ступенем невизначеності, що розглядається як загроза економічної безпеки. Саме завдяки постійному моніторингу стану фінансової безпеки регіону система управління здатна гнучко реагувати на економічні, соціальні та політичні умови як зовнішнього, так і внутрішнього характеру, які постійно змінюються. Система моніторингу фінансової безпеки потребує систематизації показників регіональних фінансових ресурсів та визначення їх граничних значень, які дозволять оперативно та достовірно оцінювати стан регіональної економіки і країни в цілому для прийняття адекватних заходів для попередження та / або усунення загроз. Регулюючі заходи та механізми розробляються одночасно з

прогнозами соціально-економічного розвитку, реалізуються в програмі забезпечення економічної безпеки і стійкого розвитку об'єктів безпеки. Найбільш ефективним методом управління фінансовою безпекою є програмно-цільовий, що реалізує комплексний підхід і представляє собою систему специфічних форм і методів, спрямованих на реалізацію комплексних програм; сукупність прийомів, що представляють вирішення проблеми як ієрархію цілей, які визначені за рівнями спільності, значущості та доцільності, з наступним досягненням їх шляхом реалізації системи взаємозв'язаних заходів [2, с. 90-92].

Основними загрозами, які визначили низький рівень фінансової безпеки регіонів України, є дестабілізація фінансового сектору економіки, відсутність законодавства щодо регулювання фінансової безпеки, нестача та неефективність використання фінансових ресурсів, зростання внутрішнього та зовнішнього боргу держави, високий рівень інфляції, нестабільний курс національної валюти, нерівномірність розміщення виробництв, зростання рівня тіньового сектору та корупції, воєнні дії та зростання соціальної напруженості в державі. Подолання таких загроз не є компетенціями органів влади окремого регіону, тому можна стверджувати, що основним джерелом виникнення загроз є макрорівень. На жаль, сьогодні державні органи не виконують в повному обсязі свої повноваження щодо забезпечення належного рівня фінансової безпеки регіону, що і викликає за ланцюговим зв'язком поширення небезпеки на інші рівні забезпечення фінансової безпеки [3, с. 84-93].

Найбільш значимим є вирішення проблем: підвищення ефективності господарської діяльності всіх суб'єктів господарювання та підвищення прибуткової частини бюджету регіону. Підвищення ефективності господарської діяльності є підціллю різних складових стратегії економічної безпеки (промислової, агропромислової, інвестиційної політики) та наслідком реалізації інших (розвитку ринкової, промислової інфраструктури тощо), але в той же час воно впливає на успішне втілення більшості складових стратегії економічної безпеки. Отже, підвищення ефективності господарської діяльності, відтворення

та стабілізація виробництва – це основна мета стратегії забезпечення економічної безпеки більшості регіонів країни.

В усьому різноманітті проблем національної економічної безпеки країни чітко визначається регіональний аспект. Тому система фінансової безпеки регіону повинна бути орієнтована на забезпечення економічної незалежності, стабільність і стійкість, здатність до саморозвитку і прогресу. Її основними принципами мають стати комплексність і системність, гнучкість, порівнянність витрат щодо забезпечення безпеки та майбутніх збитків від загроз. Запровадження системного підходу в управлінні фінансовою безпекою регіону дозволить сформувати гнучку організаційну структуру, поєднати в єдиному управлінському циклі сукупність дій, необхідних для досягнення цілей комплексної програми фінансової безпеки регіону, надаючи можливість враховувати зміни та забезпечувати адаптивне реагування [2, с. 93]. Взаємодія регіональних органів управління та господарюючих суб'єктів у системі програмно-цільового управління безпекою повинна будуватися на основі застосування сукупності економічних регуляторів господарської діяльності, пов'язаних із економічними інтересами суб'єктів господарювання регіону. Селективна політика при використанні різних регуляторів має спиратись на достовірну й об'єктивну оцінку соціально-економічної значущості та фінансово-економічного стану суб'єктів господарювання регіону, що дозволить приймати відносно них ефективні управлінські рішення, а також реалізовувати промислову та інвестиційну політики, формувати бюджети розвитку регіонів.

Список використаних джерел

1. Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 14 вересня 2020 року «Про Стратегію національної безпеки України»: Указ Президента України від 14.09.2020 р. № 392/2020. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/392/2020#Text>.
2. Повзун Д. І. Економічна безпека регіону як складова національної безпеки України. *Економіка та держава*. 2020. № 8. URL: <http://www.economy.in.ua/?op=1&z=4725&i=15>.
3. Матвійчук В. І. Фінансова безпека регіону як складовий елемент фінансової безпеки держави. *Фінанси, облік, банки*. 2017. № 1 (22). URL: <https://jfub.donnu.edu.ua/article/view/5021>.

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЗАЛУЧЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙ В ЕКОНОМІКУ УКРАЇНИ

к.е.н., доцент Мотовчі Г. С.

ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет»

(м. Маріуполь, Україна)

Інвестиції – найважливіший чинник економічного зростання, що забезпечує збільшення щорічного реального продукту країни. Однак у перехідний до ринку період найбільшої деградації в Україні зазнала саме інвестиційна діяльність. І нині стан цієї сфери є досить складним унаслідок зниження ділової активності більшості суб'єктів господарювання, остаточного погіршення інвестиційного клімату та можливостей бюджетів усіх рівнів.

На нинішньому етапі розвитку світового господарства однією з найактуальніших проблем для країн з ринковою економікою та країн, що розвиваються, є залучення та ефективне використання іноземних інвестицій. Успішне вирішення цього завдання залежить від вдалої державної політики у сфері регулювання іноземного інвестування [1, с. 68]. Кризові явища в економіці країни, загальне падіння виробництва, криза неплатежів і як наслідок існування чималої взаємозаборгованості, політична нестабільність в суспільстві, недосконалість законодавства в галузі господарського права та податкової політики, сповільнення розвитку науки і техніки та неефективний фінансовий менеджмент слугують причиною існування в країні стійкої тенденції до збільшення кількості фінансово неспроможних підприємств.

Неефективна діяльність більше 30 % підприємств в достатній мірі характеризує низьку інвестиційну активність вітчизняних суб'єктів господарювання. Серйозною перешкодою на шляху інвестиційних процесів є значна тінізація економіки України. За оцінками фахівців, «в тіні» перебуває до половини всього економічного потенціалу країни. Серед причин виникнення тіньового сектору називають незавершеність інституціональних ринкових перетворень, особливості менталітету як наслідок тривалого панування

тоталітарної ідеології, недосконалість податкової системи, надмірний податковий тиск на виробника [2, с. 83]. Згідно з розрахунками вітчизняних економістів, орієнтація тільки на внутрішні резерви може призвести до того, що період відродження української економіки триватиме понад 20 років.

Водночас потреба у кредитних ресурсах тільки для підтримки дотованих галузей більш як утричі перевищує кредитні можливості України. Позитивним фактором на сьогоднішній день є збереження тенденції росту прямих іноземних інвестицій в економіку України. Найбільший приріст демонструє промисловість, збільшення обсягів прямих іноземних інвестицій для промисловості відбувалося за рахунок переробної промисловості, а саме таких підгалузей, як: виробництво харчових продуктів, напоїв та тютюнових виробів металургійне виробництво. Позитивним у залученні іноземних інвестицій в Україну є: вигідне географічне розташування, потенційно великий ринок, висока кваліфікація робочої сили та її відносна дешевизна, низький курс національної валюти, можливість вивезення прибутку.

В цілому можна відзначити формування певних тенденцій, які в тій чи іншій мірі якісно характеризують розвиток іноземного інвестування в Україні:

- переважання партнерів із країн, які розвиваються (за кількістю інвестицій) і партнерів із промислово розвинутих країн (по обсягу інвестицій);
- реалізація сумісних інвестиційних проектів на двосторонній основі;
- орієнтація підприємств з іноземним капіталом на виробництво товарів, якими світові ринки практично насичені, і на сферу послуг;
- обережність західних партнерів відносно збільшення інвестицій, що обумовлено відсутністю надійних гарантій по їх захисту, наявністю прямого і непрямого контролю за такими інвестиціями, відсутність стратегії і тактики виходу на практично невідомий і раніше закритий ринок;
- активність малих закордонних фірм, які орієнтовані на швидку віддачу невеликих інвестицій або вигоду від разових операцій, по суті посередницьких або відверто спекулятивних, а також компаній-аутсайдерів, які не витримали конкуренції в своїх ринках.

Незважаючи на очевидні позитивні зрушення, Україна на сьогодні є інвестиційно непривабливою порівняно не тільки з країнами із розвинутою ринковою економікою, а й з окремими східноєвропейськими країнами.

Низька інвестиційна активність іноземних інвесторів пов'язана з: відсутністю надійного законодавства, яке б захищало права приватних інвесторів; відсутністю механізму реалізації наявних нормативних актів; неточністю податкового регулювання і його непередбачуваністю навіть протягом року; відсутністю ефективної інфраструктури для іноземного підприємництва; економічною і політичною нестабільністю (до економічних факторів можна віднести, нестабільну систему зовнішньоекономічної діяльності; незбалансованість економіки; неконвертованість національної валюти і непевність валютного ринку). Що стосується політичної нестабільності, то в Україні вона характеризується перш за все частою зміною уряду та змінами в інших ешелонах влади. Все це призводить до зниження рівня конкурентоспроможності України у міжнародних рейтингах. В 2014 р. Україна зайняла 76 місце у рейтингах глобального індексу конкурентоспроможності (GCI) Світового Економічного Форуму серед 144 учасників рейтингу. Необхідно відмітити, що, незважаючи на низькі рейтинги, в Україні останні кілька років прогресувало зростання економіки, проте для підтримки такої ситуації необхідно вдаватися до жорсткої політики для покращення перспектив державних фінансів, сповільнення інфляції. Ще важливіше впровадити низку реформ для покращення економіко-правового середовища та активізації інвестиційних процесів [3, с. 137].

Список використаних джерел

1. Гаврилюк О. В. Інвестиційний імідж та інвестиційна привабливість України. *Фінанси України*. 2016. №2 (147). С. 68-81.
2. Папп В. В., Бошота Н. В. Роль інвестиційних процесів у соціально-економічному розвитку країни. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія», Серія «Економіка»*. 2016. Вип. 23. С. 83-88.
3. Єрмілова К. В. Прямі іноземні інвестиції в умовах формування глобального економічного простору: монографія. Донецьк : Східний видавничий дім, 2015. 139 с.

ПЕРСПЕКТИВИ ЗАСТОСУВАННЯ БЛОКЧЕЙН-ТЕХНОЛОГІЙ В АУДИТІ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВ

к.е.н., доцент Пестовська З. С.

Університет імені Альфреда Нобеля

(м. Дніпро, Україна)

З появою технології блокчейн виникають сумніви в необхідності аудиторської діяльності (в частині висловлення думки про достовірність обліку та звітності), оскільки вважається, що блокчейн забезпечує користувачів достовірною інформацією (звітністю). Можливо, акцент в роботі аудиторів зміститься з підтвердження подій до підтвердження їх класифікацій в бухгалтерському обліку. У роботі бухгалтерів акценти змістяться в сторону формування облікової політики, правильної класифікації та інтерпретації подій, а також застосування професійних суджень [1].

У минулому обсяг даних і безліч джерел, з яких аудиторам традиційно було потрібно збирати, систематизувати, аналізувати, готувати і оцінювати ці дані, були вирішальним фактором при визначенні тривалості і складності аудитів. Нові технології аудиту можуть допомогти скоротити тривалість і складність аудиту. Наприклад, роботизована автоматизація процесів може стандартизувати і прискорити робочі процеси, в той час як штучний інтелект та аналітика допомагають аудиторам візуалізувати і розуміти сукупність даних і вказувати на кореляції, аномалії і викиди, тим самим покращуючи ідентифікацію ризиків; а когнітивні технології, такі як, обробка природної мови з машинним навчанням допоможуть в роботі з контрактами та документами, які історично аудиторам доводилося читати вручну, і які можуть ефективно видобувати і ідентифікувати відмінності в ключових термінах, що відносяться до аудиту [2].

Сучасним аудиторам важливо розуміти, як транзакції записуються в ланцюжок блоків. Щоб використовувати блокчейн як надійне джерело даних,

необхідно провести аудит самого процесу, щоб переконатися в надійності системи і цілісності даних [3].

Аудитори повинні пам'ятати про те, що запис транзакції в ланцюжку блоків може надати або не надали достатні аудиторські докази; операції, записані в ланцюжку блоків, можуть бути несанкціонованими, шахрайськими, незаконними; можуть відбуватися між пов'язаними сторонами; можуть бути пов'язані з додатковою угодою, що знаходиться за межами ланцюжка; можуть бути неправильно класифіковані у фінансовій звітності.

Потреба в тому, щоб хтось виконував процедури аудиту, які перевіряють інформацію про блокчейн, або що сам блокчейн працює, або що він надає надійну інформацію, або що набори даних мають цілісність, стає все більше.

Важливою особливістю блокчейна є те, що реєстри незмінні, але це не означає, що реєстри точні або достовірні. Тобто, всі тести і процедури контролю залишаються як і раніше актуальними.

Одним з інструментів сучасного аудиту є Deloitte COINIA – це запатентований технологічне досягнення, розроблене Deloitte для допомоги аудиторам у ефективному аналізі декількох типів цифрових активів, добуванні балансів з певним обсягом і датою блоків, в перевірці права власності на адреси у великій кількості. Deloitte COINIA сумісно з декількома загальнодоступними блокчейнами і цифровими активами: Bitcoin, Bitcoin Cash, Ethereum. Гнучкий дизайн Deloitte COINIA означає, що його можна використовувати не тільки для кріптоактивів, але і для більш широкої бази цифрових і інших активів. Вони можуть включати відстеження ланцюжка поставок, управління цифровими правами, передачу прав власності на нерухомість та інші форми оцифровки реальних активів. Deloitte COINIA – це розширення платформи Cortex компанії Deloitte, хмарної платформи даних, яка використовує можливості даних, надійно і без перешкод інтегруючи збір даних з підготовкою даних і аналітикою [2].

Аудит – це не тільки перевірка подробиць того, між ким була угода і грошової суми, а й того, як вона реєструється і класифікується. Якщо в рамках

транзакції зараховуються готівкові, чи відбувається цей відтік через собівартості продажів або витрат, або він платить кредиту, або створює актив. Ці оціночні елементи часто вимагають контексту, який недоступний широкій публіці, але замість цього вимагає знання бізнесу, а з впровадженням блокчейна у аудитора буде більше часу, щоб зосередитися на цих питаннях. Для аудиту на основі блокчейна не буде необхідності підтверджувати точність або існування транзакцій блокчейна із зовнішніми джерелами, але як і раніше необхідно приділяти багато уваги тому, як ці транзакції реєструються і визнаються у фінансових звітах, і як вирішуються суб'єктивні моменти, такі як оцінки, цінність даних, якими володіє компанія [4].

Важливо відзначити, що хоча технології забезпечують безпрецедентні переваги в процесі аудиту, вони не є самостійними в проведенні аудиту. Без допомоги кваліфікованих аудиторів, здатних забезпечити глибоке мислення, обґрунтовані судження та осмислення висновків, і без інноваційної методології, яка розвивається, спираючись на загальні стандарти, правила і керівні принципи, технологія сама по собі втрачає свій контекст і мету.

Щоб мати набір навичок, необхідних майбутнім аудиторам, важливо розуміти, як технологія блокчейн впливає на аудит. Можливі нові ролі для бухгалтерів і аудиторів [5]:

- аудит смарт-контрактів і оракулів;
- бути сервісним аудитором блокчейна, використовуваного консорціумом компаній для забезпечення контролю в блокчейне;
- виконання функцій адміністратора блокчейна для дозволу доступу;
- виконання арбітражної функції з вирішення спорів.

Оракул працює як перекладач інформації; це третя сторона, що надає дані. Оракули надають необхідні дані для виконання смарт-контрактів. Ці умови виконання можуть бути будь-якими: температура, завершення платежу, зміна цін. Зараз це єдиний спосіб взаємодії смарт-контрактів з інформацією поза середовищем блокчейна [6].

Смарт-контракт один із прикладів того, чому блокчейну потрібен стандарт

даних. Ці самоісповнюючіся контракти працюють в мережах блокчейнов. Такі контракти містять набір умов, за якими покупець і продавець знаходяться в згоді. Коли ці умови виконуються, контракт автоматично застосовується без необхідності довірених посередників для перевірки і виконання контракту. Ці оцифровані договірні зобов'язання зберігаються в блокчейне. Наприклад, смарт-контракт між двома сторонами може вказувати, що якщо коефіцієнт покриття боргу однієї із сторін падає нижче певного рівня, цифровий контракт ініціює дію [7].

Ми не повинні забувати про подвійну природу технологій. З одного боку, вони допомагають зменшити певні види спотворень в аудиті, оскільки програми працюють лише з тією інформацією, яка в них завантажується, і вони вільні від феноменів, властивих виключно людям.

Список використаних джерел

1. Иванов А. Как блокчейн изменит бухгалтерию. URL: <https://vc.ru/flood/33807-kak-blokcheyn-izmenit-buhgalteriyu>.
2. Deloitte. The impact of blockchain technology on audit. URL: <https://www2.deloitte.com/us/en/pages/audit/articles/impact-of-blockchain-in-accounting.html>.
3. Alexander A. Blockchain: Unlocking new potential. URL: <https://www.accountingtoday.com/news/blockchain-unlocking-new-potential>.
4. ICAEW. Blockchain and the future of accountancy. URL: <https://www.icaew.com/technical/technology/blockchain/blockchain-articles/blockchain-and-the-accounting-perspective#:~:text=Blockchain%20is%20an%20accounting%20technology,ledger%20of%20accurate%20financial%20information.&text=For%20example%2C%20blockchain%20might%20make,economic%20worth%20are%20still%20debateable>.
5. Kunselman K. The Future Of Blockchain In Accountancy. URL: <https://www.forbes.com/sites/forbesfinancecouncil/2021/01/29/the-future-of-blockchain-in-accountancy/?sh=c220a3b1fd4a>.
6. Chainmedia. Блокчейн-оракулы. URL: <http://chainmedia.ru/newcomers/blokchain-oracles/>.
7. De La Haye. A. Blockchain and XBRL: The Myth. URL: <https://www.xbrl.org/blockchain-and-xbrl-the-myth/>.

ОПТИМИЗАЦИЯ РАЗМЕРОВ И СОЧЕТАНИЯ РЕСУРСОВ ОРГАНИЗАЦИЙ АПК РЕГИОНА С ЦЕЛЬЮ УЛУЧШЕНИЯ ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Рабцевич А. А.,

старший преподаватель Гайдуков А. А.

УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия»

(г. Горки, Республика Беларусь)

Одна из ключевых ролей в реализации вопроса увеличения эффективности производства относится к анализу финансовых результатов деятельности хозяйствующего субъекта. Так как организациям сельскохозяйственного производства присущи особенности сезонного характера, а также зависимость от природно-климатических условий, в неблагоприятные периоды значительно снижающая продуктивность труда и сборы урожая, то при оценке финансовых результатов следует учитывать неравномерное использование трудовых ресурсов, реализации продукции и поступления выручки в течение года.

Основополагающим источником модернизации и финансирования производственного процесса, а также обеспечения хозяйственных потребностей и социальных нужд персонала и собственников капитала является прибыль организации, выполняющая ряд важнейших функций при формировании финансовых результатов деятельности хозяйствующего субъекта [1].

Формирование прибыли происходит под воздействием множества объективных и субъективных факторов. При этом основополагающее влияние на финансовые результаты деятельности организаций АПК оказывает обеспеченность производства основными видами ресурсов и эффективность их использования. В свою очередь, окупаемость ресурсов во многом зависит от их оптимального сочетания.

Цель работы: определить оптимальные размеры и сочетание ресурсов организаций АПК отдельного региона с целью улучшения финансовых результатов деятельности за 2019 год. Исследования проведены по данным

годовой бухгалтерской отчетности организаций АПК Минской области Республики Беларусь за 2019 год. Основным методом исследования выбран способ корреляционно-регрессионного анализа [2].

На первом этапе анализа по совокупности организаций АПК Минской области рассчитаны параметры уравнения регрессии зависимости прибыли от обеспеченности основными производственными ресурсами. По 152 организациям региона получено следующее уравнение взаимосвязи:

$$y = -56,23 - 0,32x_1 + 2,98x_2 + 0,06x_3 + 0,07x_4, \quad (1)$$

где x_1 – площадь сельскохозяйственных земель, га;

x_2 – среднегодовая численность работников, чел.;

x_3 – стоимость основных средств, тыс. руб.;

x_4 – стоимость оборотных средств, тыс. руб.

Таким образом, в целом по организациям АПК региона прирост площади с-х земель на 1 га вызывает снижение прибыли на 0,32 тыс. руб. Увеличение численности работников сельскохозяйственного производства, стоимости основных и оборотных средств обуславливают прирост прибыли в размере 2,98 тыс. руб., 0,06 тыс. руб. и 0,07 тыс. руб. соответственно. Следовательно, улучшению финансовых результатов способствует повышение обеспеченности организаций АПК трудовыми ресурсами и средствами производства.

На следующем этапе исследования проведено сравнение фактических и расчетных значений прибыли по используемым в данной модели организациям. Превышение фактических значений над расчетными, дает основание полагать, что в данных организациях производственные ресурсы используются более эффективно, чем в среднем по региону.

Далее рассчитаны параметры уравнения взаимосвязи по организациям с более высокой эффективностью использования ресурсов. Сравнение фактических и расчетных значений прибыли позволило выделить из всей совокупности организации АПК Минской области с наиболее высокой окупаемостью ресурсов.

На заключительном этапе анализа рассчитаны средние показатели объема ресурсов по трем группам организаций АПК региона:

- 1 группа – организации региона с окупаемостью ресурсов ниже средней;
- 2 группа – организации региона с окупаемостью ресурсов выше средней;
- 3 группа – организации 2 группы с окупаемостью ресурсов выше средней.

Следует отметить, что группе наиболее эффективных организаций АПК Минской области присуща минимальная обеспеченность трудовыми ресурсами и средствами производства. По обеспеченности земельными ресурсами все группы организаций незначительно различаются между указанными группами.

По результатам проведенного исследования можно сделать следующие основные выводы:

- уровень обеспеченности организаций АПК Минской области Республики Беларусь оказывает существенное влияние на формирование финансовых результатов их деятельности;
- организации АПК исследуемого региона значительно различаются по окупаемости основных ресурсов прибылью;
- наиболее эффективные организации региона отличаются более низкой численностью работников сельскохозяйственного производства и стоимостью основных и оборотных средств.

Таким образом, для улучшения финансовых результатов деятельности организаций АПК важным является не значительный объем используемых в процессе ресурсов, их максимальная окупаемость.

Список использованных источников

1. Агафонова Н. П., Дворникова Ю. В. Анализ финансовых результатов сельскохозяйственных организаций. *Естественно-гуманитарные исследования*. 2020. № 31 (5). С. 15-19.
2. Гайдуков А. А., Мангутова В. В. Теоретические основы бухгалтерского учета и анализа (часть 3): методические указания и задания для практических занятий. Горки: БГСХА, 2017. 35 с.
3. Савицкая Г. В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия. М.: ИНФРА М, 2020. 336с.

РАЗВИТИЕ БЕЗНАЛИЧНЫХ РАСЧЕТОВ ПО РОЗНИЧНЫМ ПЛАТЕЖАМ В БАНКАХ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Свитич А. А.,

ассистент Крюков Д. Е.

УО БГСХА

(г. Горки, Республика Беларусь)

В современных условиях одни из актуальных проблем – это развитие безналичных расчетов по розничным платежам в банках Республики Беларусь.

В Республике Беларусь выполняются последовательные и планомерные работы, для того чтобы увеличить сферу безналичных платежей. Выполнен ряд программ, целенаправленных на усовершенствование инфраструктуры приема электронных платежных инструментов и СДБО (система дистанционного банковского обслуживания). На данный момент безналичные расчёты играют важную роль в современных условиях, обеспечивая бесперебойность выполнения платежных обязательств, повышая эффективность банковской деятельности, приводя к минимизации затрат на банковские операции.

В связи с пандемией COVID-19 стоит избегать общественных мест, поэтому рекомендуется приобретать товары (работы, услуги) при помощи онлайн-ресурсов, поэтому расчёты с использованием банковских платёжных карточек набирают популярность. Бумажные деньги могут подвергаться риску, а, чтобы обезопасить себя и свое окружение, необходимо воспользоваться платежными инструментами безналичного расчёта. Для улучшения платежной системы Республики Беларусь требуется решение задач по увеличению сферы использования безналичных расчетов, сокращению операционных расходов, уменьшению стоимости предложенных продуктов и услуг.

Одно из главных направлений по решению поставленных задач является усовершенствование цифровых банковских технологий, при этом нужно взять во внимание технологии дистанционного банковского обслуживания (интернет-банкинг и мобильный банкинг). Платежным инструментом, часто применяемый

населением для осуществления расчетов в безналичной форме в сфере розничной торговли и услуг, является банковская платежная карточка.

Если на начало 2010 года удельный вес безналичных расчетов был равен 49,7%, то на начало 2020 г. он составил 88,8%, увеличившись на 39,1 п.п. за анализируемый период. Этому содействовало улучшение банковских услуг, предоставляемых населению, и расчетного обслуживания коммерческих организаций, привлечение населения и организаций к применению безналичных форм расчетов за приобретенные товары, работы и услуги, развитие инфраструктуры обслуживания банковских платежных карточек.

Широкое использование общественностью республики банковских платежных карточек позволит:

1. повысить комфорт при расчетах на предприятиях торговли (сервиса) за товары (работы, услуги);
2. обеспечить личную безопасность клиентов;
3. получать дополнительный доход в виде процентов от суммы денежных средств, размещенных на счетах в банках;
4. облегчить получение потребительского кредита в банке - эмитенте.

Достижение поставленных целей будет осуществляться путем:

- расширения перечня услуг, предоставляемых физическим лицам, улучшения их качества;
- разработке комфортных условий обслуживания банка клиента с помощью электронных платежных инструментов, в том числе за счет совершенствования внутренней платежной системы на основе применения ЕРИП, банковских платежных карточек «БелКарт»;
- увеличения диапазона платежных инструментов и средств платежа;
- введения в данном направлении конкурентоспособных отечественных разработок.

В соответствии с Концепцией развития платежной системы Республики Беларусь на 2016–2020 годы, утвержденной постановлением Правления Национального банка Республики Беларусь от 29 декабря 2015 г. № 779,

система безналичных расчетов по розничным платежам обеспечивает проведение безналичных расчетов с использованием для осуществления розничных платежей расчетных документов, платежных инструментов, средств платежа, систем дистанционного банковского обслуживания (интернет-банкинг, мобильный банкинг, SMS-банкинг и др.). Население Республики Беларусь в качестве платежного инструмента для осуществления безналичных розничных платежей наиболее активно использует банковскую платежную карточку. Использование электронных денег, эмитированных белорусскими банками, осуществляется преимущественно на территории Республики Беларусь. Электронные деньги применяются в основном при расчетах за товары (работы, услуги) и при осуществлении физическими лицами частных переводов. Широкое развитие получили системы дистанционного банковского обслуживания. Наиболее популярной среди держателей карточек услугой в рамках дистанционного обслуживания населения является интернет-банкинг.

К наиболее ярким отличительным условиям, в которых развивается система безналичных расчетов по розничным платежам в Республике Беларусь, можно отнести: компактность территории государства; административно-командные способы управления, применяемые при внедрении тех или иных нововведений; необходимость наличия разветвленных расчетных сетей для проведения расчетов в режиме, наиболее полно приближенном к режиму реального времени. Существуют следующие проблемные вопросы, требующие оперативного решения:

1. невозможность физическому лицу самостоятельно определить банк, в который работодатель или орган по социальной защите населения будет переводить заработную плату и приравненные к ней доходы без взимания с физического лица дополнительных плат;

2. невозможность с помощью инструментов, традиционно используемых в системе безналичных расчетов по розничным платежам, отправлять и получать денежные средства от отправителя к получателю в режиме реального времени;

3. невозможность в действующем правовом поле расширить список игроков на платежном рынке Республики Беларусь, установить дополнительные требования к платежной системе Республики Беларусь и составляющим ее элементам, участникам платежной системы;

Таким образом, в связи с эпидемиологической ситуацией в стране целесообразно использовать безналичные расчёты. Стратегической целью развития системы безналичных расчетов по розничным платежам являются формирование наиболее заманчивых условий для наращивания притока денежных средств физических лиц в банки, усовершенствование качества расчетного банковского обслуживания, улучшение доверительных отношений между банками и их клиентами, а также применение клиентами денежных средств, находящихся на их банковских счетах, для осуществления розничных платежей в безналичной форме. Для создания условий по оперативной отправке и получению денежных средств от отправителя к получателю в режиме реального времени на базе имеющейся программно-технической инфраструктуры АС МБР находится в опытной эксплуатации сервис по мгновенным платежам, который будет доступен потребителю в режиме 24/7/365. В целях урегулирования общественных отношений, возникающих при осуществлении платежей участниками платежных обязательств, оказании платежных услуг, других, связанных с ними отношений, а также определения правовых и организационных основ функционирования платежных систем нашей страны Национальным банком подготовлен проект Закона Республики Беларусь «О платежных системах и платежных услугах в Республике Беларусь». Залогом успешного осуществления обозначенных инициатив Национального банка является совместная слаженная работа всех заинтересованных сторон по реализации представленных инициатив.

Список использованных источников

1. Банковские платежные карточки / Национальный банк Республики Беларусь. URL: <https://www.nbrb.by/payment/plasticcards>.

СТРУКТУРНА ТРАНСФОРМАЦІЯ ЕКОНОМІКИ ЯК ОСНОВА ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ СТАРОПРОМИСЛОВИХ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ

к.е.н., доцент Снігова О. Ю.

ДУ «Інститут економіки та прогнозування НАН України»

(м. Київ, Україна)

В умовах втрати ефективності економічної структури старопромислових регіонів забезпечення їх економічної безпеки потребує, перш за все, структурної перебудови їх економіки. Структурні зміни у старопромислових регіонах відбувалися з початку набуття Україною незалежності паралельно з трансформацією вітчизняної економіки відповідно до ринкових вимог. У практиці найбільшого поширення набув секторальний підхід до впливу на структуру економіки цих регіонів, який обумовив лише тимчасове врегулювання системних проблем старопромислових регіонів, а в подальшому навіть спричинив посилення структурних дисбалансів економічного розвитку. Усе вищезазначене обумовило нагальну потребу у переосмисленні підходів до структурних трансформацій економіки старопромислових регіонів.

Новий концептуальний підхід до формування державної політики структурної трансформації економіки старопромислових регіонів відрізняється від попередніх наукових і науково-практичних розробок спрямуванням процесу структурних трансформацій на імплементацію моделі «постіндустріального синтезу», ефективність якої доведено міжнародною практикою; урахуванням глобальних економічних тенденцій щодо зміни принципів розміщення продуктивних сил; визначенням специфічних властивостей (структурної та соціальної інертності, ендогенної депресивності, низької адаптаційної спроможності економіки, низької інклюзивності розвитку) як детермінант структурних трансформацій економіки старопромислових регіонів.

Доведено доцільність використання в Україні моделі структурної трансформації економіки старопромислових регіонів, що може бути

концептуалізована як *модель «постіндустріального синтезу»*, якій притаманні: перенесення промислової діяльності в інноваційні галузі, що супроводжується поступовим і керованим скороченням економічної діяльності у старопромислових галузях; формування середовища, що сприятиме розробленню та впровадженню інноваційних технологій у промислову діяльність, розвитку промисловості на базі постіндустріальних характеристик; активний вплив на людський капітал як найбільш інертну складову структурних зрушень.

З урахуванням проаналізованого досвіду України деталізовано сутність структурних суперечностей, які потребують посиленого інституційного впливу. Встановлено, що наслідком накопичення у старопромислових регіонах цих суперечностей і неподоланості їх структурної інертності є *ендогенна депресія*, що характеризує кризовий стан регіональної економіки, якому притаманне входження життєвого циклу базових галузей у стадію занепаду за недієвості вбудованих механізмів структурного оновлення, обумовленої особливостями розміщення, розвитку та характером використання продуктивних сил, властивими старопромисловим регіонам.

Розроблені концептуальні засади державної політики структурної трансформації економіки старопромислових регіонів України спрямовані на коригування впливу ринкових механізмів на характер структурної адаптації цих регіонів і базуються на виокремленні таких обов'язкових елементів системи державного управління структурною трансформацією економіки старопромислових регіонів України: упровадження у практику підходів, принципів й інструментів «нової» регіональної політики; визначення базових характеристик цільової моделі структурної трансформації; окреслення способу подолання розриву між наявним (кризовим) становищем економіки та бажаним результатом структурних змін.

Державна політика структурної трансформації економіки старопромислових регіонів України має бути зосереджена на впливі на детермінанти структурної трансформації та полягати в: усуненні структурної

інертності регіональної економіки, незалежності від попереднього шляху розвитку, підвищенні адаптаційних якостей економіки та подоланні ендемічної депресивності шляхом забезпечення диверсифікації, оновлення спеціалізації регіонів, реструктуризації базових галузей на основі обов'язкового врахування європейських тенденцій здійснення регіональної політики; вирішення проблеми соціальної інертності на підставі зміни соціально-економічної поведінки населення регіонів, зокрема підприємницької; застосування матеріальних і нематеріальних досягнень промислового виробництва, промислової культури як основи соціальної згуртованості, зв'язку між різними поколіннями для формування нових видів економічної діяльності, а також використання навичок індустріальної праці населення у подальшій інноваційній моделі регіональної спеціалізації тощо; підвищенні інклюзивності регіонального розвитку шляхом удосконалення державної політики в контексті вимог інклюзивності; забезпечення диверсифікації галузевої структури економіки регіонів; стимулювання інклюзивного зростання з використанням специфічних активів території; включення в економічну діяльність відсталих і периферійних, зокрема депресивних, районів; розвитку/поліпшення міжрегіональної співпраці, створення умов для співробітництва регіонів, посилення міжрегіональних зв'язків, поліпшення доступу до регіонів тощо.

Забезпечення зміни економічної структури старопромислових регіонів на інноваційну на основі визначених концептуальних положень потребує розроблення та практичного застосування механізму державного управління структурною трансформацією економіки старопромислових регіонів України, який передбачає здійснення послідовної, чітко структурованої діяльності органів державного та регіонального управління на підставі визначення цілісної системи послідовних етапів, взаємодіючих і взаємопов'язаних структурних елементів, що визначає підходи, порядок, особливості й інструменти цілеспрямованого впливу органів державного та регіонального управління на економіку регіонів з метою подолання кризи старопромисловості та

формування ендогенних рушіїв розвитку на засадах встановлення детермінант й імперативів структурних трансформацій.

Результатами реалізації запропонованого підходу до державного управління структурними трансформаціями має стати формування низки якісних ознак економіки старопромислових регіонів, що засвідчують упровадження моделі «постіндустріального синтезу», а саме: *структурної лабільності* – властивості, яка відображає реактивну здатність регіональної економічної системи структурно змінюватися синхронно змінам детермінант регіонального розвитку, що веде до адаптивності та ендогенного зростання; *соціальної ініціативності* як здатності економічних суб'єктів до самостійної організації соціально-економічних дій, спрямованих на досягнення їхніх соціально-економічних цілей і реалізації економічних інтересів; *структурної адаптивності* як характеристики, що відображає здатність економіки регіону адекватно, гнучко та швидко реагувати на перетворення зовнішнього середовища у вигляді структурних змін і передбачає автоматичну трансформацію економічної структури й алгоритму її функціонування; *регіональної інклюзивності* як характеристики регіонального розвитку, що відображає здатність регіонів до активного соціально-економічного розвитку на основі підвищення ефективності використання місцевих ресурсів, зміцнення міжрегіональної економічної та соціальної згуртованості; *економічної інклюзивності* як характеристики, що відображає підвищення ефективності використання регіонального потенціалу та зростання рівня його залучення до економічної діяльності; *інклюзивного регіонального розвитку* як комплексних позитивних змін у регіоні, що відбуваються внаслідок поглиблення використання регіонального потенціалу, розширення можливостей працевлаштування й отримання доходу, подолання нерівномірності географічного та галузевого розподілу цих можливостей згідно з принципами збалансованого соціально орієнтованого розвитку, які сприятимуть зміцненню територіальної згуртованості, дозволять послабити опір структурним змінам і забезпечити ендогенне зростання.

КОРУПЦІЙНІ ДІЯННЯ ЯК НЕЕКВІВАЛЕНТНА ЕКОНОМІЧНА ПОВЕДІНКА

к.е.н., доцент Фоміна О. О.

ДВНЗ «Донецький національний технічний університет»

(м. Покровськ, Україна)

Нееквівалентна економічна поведінка виникає внаслідок порушення балансу між індивідуальною і суспільною корисністю, як результат мається неузгодженість індивідуального і суспільного інтересів в межах реалізації економічної діяльності. В системі суспільних відносин нашої країни особливе місце посідає корупція, що має історичні витоки та потребує суттєвої корекції мислення українського соціуму на шляху до подальшого розвитку економіко-правової держави оскільки підриває основи економічної безпеки держави, регіону, підприємства. Саме корупція є предметом досліджень багатьох науковців, проте рішення поки що не знайдено.

Корупційні діяння виступають результатом нееквівалентної економічної поведінки, коли прагнення власної максимізації вигоди переважає над суспільним інтересом всезагального добробуту і розвитку.

В цьому аспекті слід виділити визначення корупції Секретаріатом ООН як сукупності трьох груп кримінальних діянь. По-перше, це крадіжка, розкрадання і присвоєння державної власності посадовими особами; по-друге, зловживання службовим становищем для одержання невинновданої особистої вигоди; по-третє, конфлікт інтересів між громадським обов'язком і особистою користю [1].

Корупційні діяння можна звести до таких загальновідомих видів: хабарництво, розкрадання, шахрайство, вимагання, зловживання, кумівство та непотизм.

Корупцію за рівнем владних відносин можна розділити на високорівневу, середньорівневу і низову, яка відповідно відбувається на макро-, мезо- та мікрорівнях соціально-економічних відносин. Поділяючи корупцію за гілками влади, виокремлюємо корупцію чиновників у сфері влади законодавчої,

виконавчої, судової, корупцію посадових осіб правоохоронних та контрольно-наглядових органів.

Кожний вид корупційного діяння має в своїй основі певні причини. Причини корупції умовно можна звести до політичних, правових, економічних, організаційно-управлінських, соціально-психологічних. Кожна причина містить можливість викривлення еквівалентності соціально-економічного обміну, нехтування суспільних інтересів, цінностей та потреб на користь приватних.

Політичні та правові причини корупції пов'язані з можливістю використовувати надані повноваження для задоволення приватних інтересів та неефективною системою антикорупційних механізмів, недосконалим законодавством у сфері протидії корупції та можливістю уникнення покарання за перевищення повноважень щодо задоволення приватного інтересу.

Економічні та організаційно-управлінські причини виникнення корупції криються також у зловживанні владою щодо прийняття суспільних рішень із перевагою приватного інтересу зважаючи на економічну ситуацію в країні, наявний рівень оплати праці та короткострокову мотивацію щодо збагачення «тут і зараз» з урахуванням безкарності, можливості посадовими особами прийняття рішень на свій розсуд, масового заміщення посад державних службовців шляхом використання особистих зв'язків.

Соціально-психологічні причини обумовлені низькою громадянською свідомістю, менталітетом, деформованим усвідомленням можливості без зайвих зусиль та втрати часу вирішити будь-яке питання тощо.

Зазначимо, що наслідки корупції є досить складними для суспільства і держави і їх слід класифікувати за сферами суспільного життя. У соціальному розрізі корупція призводить до того, що у суспільстві діють дві системи – офіційна і неофіційна, тобто правова і нелегальна, через що досить часто саме нелегальна система виходить на перший план руйнуючи всі соціальні цінності. Починаючи з порушення службового обов'язку, корупція тягне за собою порушення інших суспільних відносин: призводить до гальмування та викривлення соціально-економічних реформ, поглиблює соціальну нерівність

громадян, збільшує соціальну напругу в суспільстві, порушує принципи соціальної справедливості, ускладнює доступ громадян до соціальних фондів, перешкоджає користуванню ними, тощо.

Види та форми корупційних діянь багатоманітні, мають суттєві наслідки для розвитку суспільства та вимагають з'ясування норм та правил, які мають забезпечувати мінімізацію збитків від корупційних діянь у всіх сферах діяльності та на всіх рівнях соціально-економічної взаємодії суб'єктів господарювання із владою. Щодо нормативного забезпечення боротьби із корупційним діянням, то тут існує достатньо документів щодо запобігання цього явища. Перш за все, це Закон України «Про запобігання корупції» від 14.10.2014 р. № 1700-VII. По-друге, це кодекси, які врегульовують кримінальну, адміністративну, цивільно-правову та дисциплінарну відповідальність за скоєння корупційних діянь. По-третє, це міжнародні конвенції, укази та накази президента та інших державних інституцій що надають рекомендації щодо подолання корупції та запобігання протиправних корупційних діянь.

Проте наявність нормативних актів не забезпечує їх виконання, що потребує зміни соціально-економічної ментальності суспільства, переформатування економічного мислення соціуму, виправлення основи мотивації щодо раціонального використання ресурсів та національного багатства з урахуванням суспільних інтересів.

Таким чином, якого б виду або форми не була корупція, вона несе збитки, порушує систему соціально-економічних відносин, підриває суспільну довіру до органів влади та владних інституцій, сприяє розкладенню громадянського суспільства та підриває засади економічної безпеки держави. Проте головним наслідком корупції є неефективність використання ресурсів країни та задоволення приватних інтересів певної групи зацікавлених осіб.

Список використаних джерел

1. Собовий О. М. Загальні аспекти проблеми удосконалення правового забезпечення боротьби з корупцією. *Міністерство юстиції*. URL: https://minjust.gov.ua/m/str_1129.

ЕФЕКТИВНИЙ РОЗВИТОК АПК ЯК ЗАПОРУКА ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ДЕРЖАВИ

к.е.н., доцент Худавердієва В. А.

Харківська державна зооветеринарна академія

(м. Харків, Україна)

Україна є аграрною країною і одним з найбільших виробників і експортерів сільськогосподарської продукції. В даний час сільське господарство країни представлене галузями рослинництва, тваринництва і переробним господарством, разом з тим його конкурентоспроможність знаходиться на низькому рівні, і це створює передумову реальної загрози економічної і продовольчої безпеки.

Агропромисловий комплекс і його ядро – сільське господарство – є джерелом виробничо-комерційного потенціалу України. Близько 30 % світових чорноземів, вигідне географіко-кліматичне розташування мають сприяти розвитку АПК України. Поряд із перспективами розвитку АПК, ця галузь характеризується наявністю низки економічних проблем. Знецінення гривні, подорожчання палива, добрив, а також інші негативні чинники призвели до підвищення собівартості вирощування культур. Крім того, в галузі зафіксовані кадрові проблеми, труднощі з фінансуванням і деградація сільськогосподарських територій [1].

За даними звіту Світового економічного форуму про глобальну конкурентоспроможність «The Global Competitiveness Report 2019», Україна займає 85 позицію в рейтингу серед 141 досліджуваної країни. На позицію вище розташувалася Шрі Ланка – 84 місце, а Молдова на 86 місці. Порівняно з даними попереднього звіту Україна втратила 2 позиції. У 2019 р. рейтинг очолили Сінгапур, США та Гонконг. Найнижчий рівень конкурентоспроможності мають Ємен та Чад – 140-е та 141-е місце відповідно. Географічні сусіди України мають значно кращі позиції: Польща – 37 місце, Словаччина – 42, Росія – 43, Угорщина - 47, Румунія - 51. Для Білорусі рейтинг

не розраховувався. Україна займає досить високі позиції за підіндексами: розмір ринку – 47 місце, навички – 44, ринок товарів – 57, інфраструктура – 57 місце [1]. Найбільш проблемними є значення підіндексів: макроекономічна стабільність – 133 місце, переважно негативна динаміка спостерігається за показником фінансової діяльності, згідно з яким Україна втратила 19 позицій та змістилась з 117 на 136 місце, інституції – 104, охорона здоров'я – опустилась з 92 на 101 місце (табл. 1).

Таблиця 1 – Проблемні показники підіндексів з найнижчим рейтингом України у 2019 р. [2; 3]

Інституції (місце)	Фінансова система (місце)	Макроекономічна стабільність (місце)	Охорона здоров'я (місце)
Організована злочинність (110)	Фінансування малих і середніх підприємств (112)	Інфляція (131)	Очікувана тривалість здорового життя, років (100)
Тероризм (132)	Надійність банків (131)	Динаміка боргу (114)	
Соціальний капітал (118)	Частка безнадійних позик у загальному обсязі позик (139)		
Незалежність суддів (105)	Ринкова капіталізація, % ВВП (112)		
Стабільність політики уряду (115)	Нормативний капітал банків у % до сукупних зважених за ризиком активів (120)		
Рівень корупції (104)			
Захист прав інтелектуальної власності (118)			
Права власності (128)			
Сила стандартів аудиту та звітності (118)			

Політико-економічні трансформації останніх років на фоні розриву міжгалузевих взаємозв'язків і погіршення умов функціонування металургійної галузі призвели до порушення секторальної структури макроекономіки та закріпили за аграрним сектором роль передової галузі. Щорічні 15-20%

національного ВВП і більше 40% загального експорту (а в 2019 році цей показник досяг 47,7%) забезпечують стабільний валютний виторг в умовах значного загальнодержавного боргового навантаження. Згідно даних [4], вагому частку в експорті агропродукції займає соняшникова олія, обсяг реалізації якої у 2018 році склав 4,1 млрд дол. США. Одними з ключових товарів експорту є зернові культури (кукурудза, пшениця, ячмінь), а також олійні (соєві боби) і продукти із м'яса птиці. Частка зазначених видів товарів становить 81% від загального обсягу експорту продукції АПК [5].

Низька конкурентоспроможність сільського господарства пояснюється значними витратами виробництва, відсутністю науково – обґрунтованої концепції, правової бази при здійсненні аграрних реформ, а також відсутністю фінансово – кредитного механізму, що не сприяє розвитку сприятливих економічних умови для розширеного відтворення. Неефективність галузі АПК пов'язано в першу чергу з низьким рівнем впровадженням сучасних технологій в сільське господарство, відсутністю належного рівня інноваційного розвитку галузі і неспроможністю привернути інвестиційні вклади вітчизняних і іноземних інвесторів [6]. На даний – момент інвестування практично у всі сегменти сільського господарства досить ризикована справа. Але для якісного розвитку вітчизняна сільськогосподарська галузь потребує значних притоків інвестицій, які допоможуть вийти їй на новий рівень.

Забезпечення відтворення потенціалу підприємства в умовах внутрішньої та зовнішньої конкуренції, поступовий вихід із кризи, структурна перебудова й оновлення економіки, рух до більш високих рубежів передбачають реконструкцію, технічне переозброєння і диверсифікацію виробництва, спрямованого на освоєння конкурентоспроможної продукції. Реально все це передбачає подальший розвиток інвестиційного потенціалу підприємств України, як сукупних інвестиційних можливостей підприємств, використання яких спрямоване на досягнення цілей інвестиційної стратегії підприємства. Інвестиції справедливо розглядають як важливіший фактор економічного росту, оновлення, і визначають як всі майнові і інтелектуальні цінності вкладені в

об'єкти підприємницького та іншого виду діяльності в результаті яких створюється прибуток і досягається соціальний ефект.

В Україні спостерігається негативна ситуація щодо залучення прямих іноземних інвестицій в економіку України. Згідно офіційним статистичним даним, у першому кварталі 2019 року було зафіксовано збільшення інвестицій на рівні 943 мільйонів доларів, а в першому кварталі 2020 року – відтік на суму 1,6 мільярдів доларів. Таку негативну ситуацію Національний банк України пов'язує з вилученням реінвестованих доходів підприємств і компаній реального сектору економіки [7].

Одним з найважливіших напрямів формування інвестиційної стратегії є формування інвестиційних ресурсів, які є всіма видами грошових і інших активів для здійснення вкладень в об'єкти інвестицій. Мета формування інвестиційних ресурсів – забезпечення фінансово-стійкої, безперебійної і ефективної інвестиційної діяльності в передбачених стратегією обсягах. Розробка ефективної інвестиційної стратегії багато в чому залежить від інвестиційного менеджменту, тобто від процесу управління всіма аспектами інвестиційної діяльності.

Список використаних джерел

1. Писаренко Т. В., Кваша Т. К., Рожкова Л. В., Коваленко О. В. Інноваційна діяльність в Україні у 2019 році: науково-аналітична доповідь. Київ: Укр. ІНТЕІ, 2020. 45 с.
2. The Global Competitiveness Report 2019. URL: [http://www3.weforum.org/docs/WEF_The Global Competitiveness Report 2019.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_The%20Global%20Competitiveness%20Report%202019.pdf).
3. The Global Competitiveness Report 2018. URL: [http://www3.weforum.org/docs/GCR 2018/05 Full Report/ The Global Competitiveness Report 2018. Pdf](http://www3.weforum.org/docs/GCR2018/05%20Full%20Report/The%20Global%20Competitiveness%20Report%202018.Pdf).
4. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
5. Основні показники зовнішньої торгівлі України. Офіційний сайт Українського клубу аграрного бізнесу. URL: [http://ucab.ua/ua/doing_agribusiness/zovnishni_rinki/osnovni_pokazniki _zovnishnoi_torgivli_ukraini](http://ucab.ua/ua/doing_agribusiness/zovnishni_rinki/osnovni_pokazniki_zovnishnoi_torgivli_ukraini).
6. Фіщук І. О. Конкурентоспроможність аграрного сектору економіки України: ризики та перспективи. Волинський національний університет імені Лесі Українки. 2019. С.99-101.
7. Скільки іноземних інвестицій надійшло до України у 2020 році. URL: <http://www.slovoidilo.ua.2020/09/04/infografika/finansy>.

ВПЛИВ ВНУТРІШНЬОЇ ВИМУШЕНОЇ МІГРАЦІЇ НА СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ СТАН ДЕРЖАВИ

д.е.н., професор Швець І. Б.,

к.е.н., доцент Следь О. М.,

Біленська М. М.

ДВНЗ «Донецький національний технічний університет»

(м. Поровськ, Україна)

Внутрішня вимушена міграція як соціально-економічна проблема існує в Україні вже сьомий рік. Ця проблема виникла в 2014 році та й дотепер вона продовжує впливати на соціально-економічний розвиток не тільки держави, а й окремих регіонів та міст.

Вимушено міграція поставила перед державою нові складні завдання щодо регулювання соціальних та економічних наслідків масового внутрішнього переміщення населення. Безконтрольна та неорганізована вимушена мобільність населення призвела до значного дисбалансу людських ресурсів на території регіонів-реципієнтів. Порушення пропорцій ринку праці, перевантаження соціальної інфраструктури, дискримінація та супротив з боку місцевої громади – це тільки основні, миттєві та помітні на перший погляд негативні результати вимушеної міграції. Глибинні та приховані руйнівні наслідки мають відношення, перш за все, до сфери особистості та виявляються у зневірі, відчутті несправедливості та порушенні ціннісних орієнтацій вимушених мігрантів.

Внутрішньо переміщені особи є новою соціально уразливою категорією населення, яка потребує додаткового захисту та посилення гарантій дотримання громадянських прав та свобод. Світова практика вирішення цієї проблеми доводить, що на національному рівні кожна держава має забезпечувати максимальний захист переселенців, сприяючи їх повноцінній інтеграції до приймаючої громади.

Проте українська держава та суспільство виявилися не готовими до масштабної внутрішньої вимушеної міграції та адекватного врегулювання економічних і соціальних проблем ВПО. За більшістю випадків при вирішенні проблем ВПО превалюють суто політичні питання без огляду на такий важливий аспект як права людини та обов'язки держави щодо їх дотримання.

Наразі постала необхідність впровадження дієвого та реального механізму регулювання наслідків вимушеної міграції для соціально-економічного стану держави, мінімізацію її загроз та ризиків, а також визначення потенціалу та можливостей розвитку, які сформувалися завдяки переміщенню населення всередині країни.

З метою встановлення зв'язків між найхарактернішими для держави можливостями, суттєвими загрозами, сильними та слабкими сторонами необхідним є проведення SWOT-аналізу, як одного з дієвих інструментів прийняття управлінських рішень та обґрунтування державної стратегії регулювання внутрішньої вимушеної міграції.

SWOT-аналіз передбачає визначення внутрішніх та зовнішніх факторів, що впливають на політику державного регулювання внутрішньої вимушеної міграції в Україні [1].

На основі SWOT-аналізу було встановлено зв'язки між можливостями, значними загрозами, сильними та слабкими сторонами політики державного регулювання внутрішньої вимушеної міграції в Україні, ідентифіковано вплив внутрішньої вимушеної міграції на становище в державі шляхом визначення порівняльних переваг і завад (рис. 1).

Проведений аналіз свідчить про те, що вимушена міграція формує подвійний вплив на стан держави та суспільства. Поряд з очевидними недоліками внутрішня мобільність має ряд переваг, серед яких можна назвати збільшення трудового та інтелектуального потенціалу регіонів-реципієнтів та зростання находжень до місцевих бюджетів.

В результаті вимушеної міграції формуються нові можливості для поширення приватного підприємництва, пожвавлення економічної активності, а також розвитку соціальної взаємодії.

СИЛЬНІ СТОРОНИ (S)	СЛАБКІ СТОРОНИ (W)
• формування значного трудового потенціалу; • наявність передумов для професіонального розвитку ВПО (підвищення кваліфікації, оволодіння новою професією, перехід до нових видів діяльності); • збільшення можливостей розвитку для молоді через різноманітні програми підтримки, набуття нових контактів через посилення комунікацій, отримання міжнародного досвіду; • зростання надходжень до місцевих бюджетів; • створення нових видів бізнесу, розвиток існуючих видів економічної діяльності, активізація інвестиційних процесів.	• підвищення навантаження на ринок житлово-побутових послуг та соціальну інфраструктуру; • дисбаланс ринку праці; • погіршення психічного стану ВПО, виникнення соціально небезпечних явищ у суспільстві; • тяжке економічне становище ВПО; • складність працевлаштування осіб передпенсійного віку.
МОЖЛИВОСТІ РОЗВИТКУ (O)	ЗАГРОЗИ (T)
• формування якісно нового людського потенціалу, культури та національної інтеграції українського суспільства; • відновлення територіальної цілісності України; • стимулювання для підвищення конкурентоспроможності робочої сили; • розвиток регіональних ринків праці; • підвищення рівня громадської активності; • зростання економіки держави.	• активний озброєний конфлікт, що перешкоджає поверненню населення та реінтеграції територій; • недовіра до чинної влади; • зростання небезпеки у суспільстві, економічна та кримінальна злочинність; • зниження інвестиційної привабливості країни; • обмеженість фінансових ресурсів громад для вирішення проблем ВПО.

Рисунок 1 – SWOT-аналіз впливу процесів внутрішньої вимушеної міграції на соціально-економічний стан в Україні

Результати SWOT-аналізу впливу процесів внутрішньої вимушеної міграції на соціально-економічний стан в Україні є інформативними та вкрай необхідними. На їх основі має бути створено нормативно правове підґрунтя й організаційне забезпечення задля вирішення двох головних завдань:

- реалізації можливостей розвитку із врахуванням сильних сторін;

– запобігання загроз і ризиків для їх мінімізації шляхом посилення слабких сторін та обмеження їх впливу на соціально-економічні процеси в країні.

Важливими інструментами, що здатні суттєво знизити та подолати негативні наслідки вимушеної внутрішньої міграції, є система моніторингу соціальних процесів у регіонах та механізм діагностики ризиків і попередження їх виникнення.

У свою чергу, потрібні нові вимоги до процесу моніторингу та контролю міграції на регіональному рівні. Комплексна оцінка міграції, її значимості та керованості, передбачає всебічний та глибокий аналіз демографічних та соціально-економічних чинників, які впливають на мобільність робочої сили. Можливість управління міграцією залежить від наявних методів оцінювання привабливості регіону для мігрантів [2].

Аналіз процесів внутрішньої вимушеної міграції в Україні свідчить про нездатність держави оперативно виявляти, ідентифікувати та упереджувати соціальні ризики, які мають негативні наслідки як для ВПО, так і для приймаючих територіальних громад.

Разом з тим існуючі можливості держави, у тому числі організаційні та економічні, є дуже обмеженими. Головним завданням державної політики регулювання наслідків внутрішньої вимушеної міграції є посилення та максимальне використання її переваг, а також запобігання ризиків, пов'язаних із недоліками цього процесу, намагання визначити конструктивний потенціал факторів негативного впливу з метою перетворення їх у нові можливості розвитку.

Список використаних джерел

1. Shvets I., Sled O., Liashok Y., Hryhoryeva O. The Problems of State Regulation of the Internal Forced Migration in Ukraine. *International Journal of Engineering & Technology*, 2019. Vol. 8, № 1.9.
2. Ghanbari J. (2018). Psychological Role of Architecture in Social Integration of Immigrants in Multicultural Cities: *Design Experience of a Residential Mixed-Function High-Rise*. *Migration & Integration*”, pp. 1-16.

БЮДЖЕТНА БЕЗПЕКА ЯК ВАЖЛИВИЙ ЕЛЕМЕНТ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ ДЕРЖАВИ

Якобчук Н. С.,

к.е.н., доцент Булат Г. В.

Хмельницький університет управління та права ім. Л. Юзькова

(м. Хмельницький, Україна)

Згідно з Методичними рекомендаціями щодо розрахунку рівня економічної безпеки України № 1277 від 29 жовтня 2013 року, фінансова безпека визначається як стан фінансової системи країни, за якого створюються необхідні фінансові умови для стабільного соціально-економічного розвитку країни, забезпечується її стійкість до фінансових шоків та дисбалансів, створюються умови для збереження цілісності та єдності фінансової системи країни. До складу фінансової безпеки входить: банківська безпека, безпека небанківського фінансового сектору, боргова безпека, бюджетна безпека, валютна безпека, грошово-кредитна безпека [1].

Варто зазначити, що науковці застосовують різноманітні підходи до трактування поняття «фінансова безпека» і розглядають її як ступінь захищеності фінансових інтересів держави, стан фінансової, грошово-кредитної, бюджетної, податкової, валютної, банківської, інвестиційної, митно-тарифної, розрахункової та фондової систем, що характеризується збалансованістю, стійкістю до внутрішніх і зовнішніх негативних впливів, спроможністю держави ефективно формувати та раціонально використовувати фінансові ресурси, достатні для задоволення її потреб, шляхом виконання зобов'язань і забезпечення соціально-економічного розвитку [2, с. 3].

Бюджетна безпека, як одна з основних складових фінансової безпеки, розглядається як стан забезпечення платоспроможності та фінансової стійкості державних фінансів, що надає можливість органам державної влади максимально ефективно виконувати покладені на них функції [1]. Бюджетна безпека як важливий фактор соціально-економічного розвитку держави

виступає своєрідним індикатором і критерієм ефективності її бюджетної політики, організації бюджетного процесу та функціонування бюджетної системи в цілому. З економічної точки зору, бюджетна безпека виражає здатність держави за допомогою бюджету виконувати властиві їй функції та завдання і задовольняти потреби платників податків та одержувачів бюджетних коштів з урахуванням індивідуальних, корпоративних та суспільних інтересів [1]. Об'єктом бюджетної безпеки є бюджетні ресурси та параметри їх формування, характеристики бюджетної системи й особливості бюджетного процесу, що враховуються в процесі забезпечення бюджетної безпеки. Предметом бюджетної безпеки є діяльність держави та фінансових установ, спрямована на реалізацію певного її рівня, шляхом впливу на об'єкт бюджетної безпеки. Суб'єктами бюджетної безпеки є органи державної влади та управління, органи місцевого самоврядування та населення.

До найважливіших критеріїв бюджетної безпеки можна віднести:

- забезпечення стійкості основних параметрів платіжно-розрахункової системи;
- реальність цілей бюджетної політики та її відповідність національним інтересам;
- розширення можливостей держави здійснювати зовнішню і внутрішню політику на основі забезпечення достатніми фінансовими ресурсами;
- найбільш оптимально залучати та використовувати позикові кошти для фінансування бюджетних видатків;
- попереджати порушення бюджетного законодавства з метою сприяння стійкому соціально-економічному розвитку держави [3].

Бюджетна безпека спрямована на реалізацію державної політики та реалізацію економічних інтересів країни, а саме на забезпечення стабільного економічного зростання та залучення необхідного рівня інвестицій для подальшого розвитку продуктивних сил, захисту та підтримки національних товаровиробників, здійснення соціальних політика, спрямованої на підвищення рівня життя громадян та забезпечення основних соціальних потреб.

На рівень забезпеченості бюджетної безпеки впливають певні фактори та загрози. Основне протиріччя, яке становить загрозу бюджетній безпеці держави, є зростаючі потреби суспільства та обмеженість ресурсів. Чим більше потреб залишається незадоволеними через брак ресурсів, тим більший ступінь негативного впливу та конфліктів.

Ураховуючи різну природу виникнення загроз бюджетній безпеці, їх доцільно поділити на внутрішні та зовнішні. На нашу думку, до внутрішніх загроз бюджетній безпеці можуть призвести значний рівень державного боргу і високі витрати на його погашення; нерівномірний соціально-економічний розвиток регіонів країни; нестача коштів для фінансування розвитку пріоритетних галузей економіки; соціальна диференціація населення регіонів, недостатньо розвинена соціальна інфраструктура; недосконала нормативно-правова база; недосконала система бухгалтерського обліку виконання бюджету і кошторисів витрат бюджетних установ; відсутність у регіонах ефективної інвестиційної політики; недосконала система внутрішнього контролю над бюджетними процесами та використанням бюджетних коштів. Відповідно, погіршення умов зовнішньої торгівлі, нестабільна політична ситуація, зміна бюджетного законодавства, важкопрогнозовані валютні та цінові коливання, зростання темпу інфляції, світові економічні кризи, залежність від зовнішніх кредиторів, зростання фінансової заборгованості, посилення залежності від іноземних кредитів, збільшення зовнішнього боргу, а також неефективне використання бюджетних запозичень – основні чинники, що можуть призвести до зовнішніх загроз бюджетній безпеці.

Таким чином, забезпечення бюджетної безпеки має на меті забезпечення платоспроможності держави, добробут суспільства та створення економіки, яка могла б ефективно функціонувати в умовах глобалізації. Для подолання загроз та посилення бюджетної безпеки України бюджетна політика держави повинна бути спрямована на забезпечення соціально-економічного та фінансового розвитку країни. Проаналізувавши існуючі сьогодні загрози в бюджетній безпеці держави, ми можемо запропонувати такі заходи для їх усунення:

- дотримання термінів та послідовність етапів бюджетних процесів;
- поступова детінізація економіки;
- оптимізація видаткової частини бюджету;
- поліпшення інвестиційного клімату та постійна державна підтримка для залучення додаткового капіталу в економіку;
- підтримання максимального розміру дефіциту державного бюджету на економічно безпечному рівні;
- розширення повноважень місцевої влади щодо адміністрування податкових надходжень;
- встановлення чітких критеріїв вирівнювання бюджетної безпеки регіонів;
- створення стабілізаційного фонду для компенсації впливу неминучих світових криз на Україну;
- створення ефективної системи управління за раціональним використанням бюджетних коштів;
- вдосконалення бюджетної та податкової систем відповідно до вимог ЄС.

Реалізація цих заходів, які охоплюють більшість компонентів фінансового забезпечення, що мають велике значення для України, вимагає збалансованості та всебічної взаємодії всіх гілок влади та суб'єктів господарювання. Надання підтримки на законодавчому, виконавчому та урядовому рівнях суттєво підвищить рівень бюджетної безпеки та забезпечить економічне зростання в країні.

Список використаних джерел

1. Про затвердження Методичних рекомендацій щодо розрахунку рівня економічної безпеки України: Наказ Міністерства економічного розвитку і торгівлі України від 29.10.2013 № 1277. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v1277731-13#Text>.
2. Західна О. Р., Петик Л. О., Гаврецька І. І. Бюджетна безпека як складник фінансової безпеки держави. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2020. №4 (27). С. 8.
3. Зверук Л. А., Білик О. Г. Бюджетна безпека як важливий пріоритет розвитку бюджетної системи України. *Інтернаука*. 2017. № 2 (2). С. 35-39.

ТРАНСФОРМАЦІЯ ПІДХОДІВ ДО УПРАВЛІННЯ ЗАПАСАМИ

Рибіна О. Є.,

к.е.н., доцент Мізіна О. В.

ДВНЗ «Донецький національний технічний університет»

(м. Покровськ, Україна)

При формуванні маркетингових стратегій важливе значення мають питання створення запасів та управління ними. Дефініція «запаси» має історичні корені, які виникли в ході еволюції суспільства. Необхідність створення запасів зумовлена товарно-грошовими відносинами, які визначають попит і пропозицію. У широкому сенсі «запас» (англ. stock, inventory) – це різноманітні цінності, необхідні для подальшого споживання [1]. У сфері економіки запасом виступають певні ресурси, які використовуються у виробничій діяльності: трудові, матеріальні та фінансові. Товарні запаси відносяться до матеріальних ресурсів і являють собою товарно-матеріальні цінності. Стратегічні підходи до управління товарними запасами зазнали серйозної трансформації паралельно зі змінами базових економічних теорій, з яких найбільш значущим був перехід від уявлень про процес відтворення як предмет економіки до затвердження важливості дії ринкового механізму.

Історично сформованим підходом до управління запасами стала стратегія максимізації рівня запасу. До початку XX століття підтримка високого рівня запасу асоціювалася з успішністю і благополуччям підприємства [2]. В умовах планової економіки раннього періоду стратегія максимізації запасів фактично створювала підґрунтя для діяльності багатьох підприємств, так як існувала необхідність зниження залежності від постачальників, споживачів і суміжних підприємств.

Розвиток економіки поступово привів до зміни поглядів на підтримку товарних запасів – товари починали купуватися тоді, коли в них виникала потреба, а не коли з'являлася можливість їх купити. Однак у вітчизняній економіці другої половини XX століття спостерігалось повторення тенденцій

необґрунтованого накопичення запасів. Цілі формування запасів (підвищення ефективності виробництва, забезпечення обслуговування споживачів, страхування від збоїв у постачаннях, захист від підвищення закупівельних цін, економія на оптових знижках, економія на транспортуванні) були переважаючими, і вони однозначно визначали позитивне ставлення до накопичення великих обсягів запасів. Витрати на формування і утримання запасів до уваги практично не приймалися – фінансування виділялося з державного бюджету на безвідсотковій основі, і підприємства не були зацікавлені в скороченні цих витрат. Дана стратегія використовувалася в економічній діяльності підприємств торгівлі тривалий час [3]. На сучасному етапі у зв'язку зі зростанням витрат на формування і утримання запасів і нарощуванням практичного досвіду управління кількість компаній, що використовують зазначену стратегію, значно знижується. Разом з тим, необхідно відзначити, що стратегія максимізації запасів окремих номенклатурних позицій може використовуватися і в ефективному ринково орієнтованому бізнесі в разі високих витрат, пов'язаних з дефіцитом запасу цих позицій і нестабільністю зовнішнього середовища (так звані витрати дефіциту).

Стрімкий розвиток економіки на початку XX століття викликав зростання промислового виробництва, що, відповідно, створило передумови для нарощування обсягів багатомініклатурних запасів. Саме в цей час почав розповсюджуватися науковий підхід до управління запасами, який дозволив знаходити оптимальний рівень запасів при мінімальних витратах на його утримання. Проте на даному етапі розвиток теоретичної бази не дозволяв однозначно відповісти на питання, за яким критерієм необхідно обчислювати оптимальний рівень запасу. Варто зазначити, що в цей період відмінність між мінімізацією витрат і мінімізацією рівня запасів не приймалося до уваги. Як наслідок, виникало безліч випадків, коли компанії знижували запаси до такого рівня, який призводив до зниження ефективності виробництва і збоїв в їх господарській діяльності [2].

Врахування подібного роду помилок в діяльності, спрямованої на оптимізацію рівня запасів, забезпечив активний розвиток методичних підходів до оптимізації розміру запасу. Теорія оптимізації рівня запасу продовжила розвиватися, виходячи з критерію мінімізації сукупних витрат на формування і підтримку запасу. Стратегічний підхід до управління запасами передбачав усвідомлення необхідності утримання запасу, але в оптимальних, економічно обґрунтованих розмірах. До теперішнього часу така оптимізація розміру запасів залишається широко розповсюдженою і найбільш ефективною.

Наступним стратегічним підходом до управління запасами вважають стратегію мінімізації запасів, що пов'язується з появою і вдосконаленням логістики в бізнесі і посиленням ролі японського менеджменту у формуванні тенденцій в даній галузі. Розвиток технологій створив можливість скорочення рівня запасів без зниження якості обслуговування виробництва і споживачів. Внаслідок цього значно скоротилася тривалість виробничого циклу, що паралельно з розвитком систем управління якістю і за умови постійного характеру споживання дозволило розвинути систему Just-In-Time (JIT), яка майже повністю ліквідувала страхові запаси.

Японські фахівці сформували нові погляди на запас, визначаючи його як буфер, що збалансовує незлагодженість поставок, які поповнюють запас, і характеристик споживання, яке передбачає використання запасів. На думку японських фахівців, запас завжди асоціюється з втратами і є ширмою, за якою ховаються недоліки в діяльності компанії, тобто це явище, яке дозволяє підприємству функціонувати, не вирішуючи проблеми, що викликані запасами. В якості прихованих проблем можуть виникнути наступні: збільшення поточних витрат, пов'язаних з утриманням запасів, через зростання вартості утримання складів, податкових виплат, страхових платежів, оплати праці обслуговуючого персоналу; зниження швидкості реакції на вимоги споживача; ускладнення системи управління запасами; зниження прибутку на інвестований капітал; необґрунтоване збільшення складських площ; перевиробництво,

наслідками якого є старіння, неактуальність продукції; збільшення собівартості продукції [4].

Сучасні підприємства повинні бути зацікавленими у вирішенні зазначених проблем, а, тим самим, в скороченні запасів, що викликані цими проблемами. У зв'язку з таким підходом до оцінки необхідних обсягів запасів, виникла нова тенденція – зводити запаси до мінімуму. Таким чином, почали розвиватися логістичні системи/технології, які дозволили суттєво скоротити рівень запасів. Наприклад, система MRP (Material Requirements Planning) пов'язує запаси безпосередньо з плановим обсягом виробництва. Технологія JIT дозволяє здійснювати діяльність майже без запасів. Вказані системи (технології) покликані мінімізувати запаси, забезпечуючи при цьому необхідний рівень якості логістичного обслуговування споживачів. Так, наприклад, стратегія мінімізації запасів стала ключовою для компанії Toyota, а потім і багатьох компаній у всьому світі.

Реалізація підходу мінімізації в управлінні запасами може привести до тих же кількісних розмірів запасу, що і оптимізація. Більш того, апарат розрахунку рівня запасу в обох випадках може бути ідентичним.

Необхідно відзначити, що на практиці стратегія мінімізації запасів, яка здатна мінімізувати витрати, пов'язані з формуванням та утриманням запасів, не забезпечує ліквідацію ризиків, що викликані витратами дефіциту. В якості таких прикладів можна привести збій в роботі найбільших автомобільних корпорацій через порушення постачання комплектуючих. Наприклад, у 2011 році Toyota Motor Corporation на деякий час зупинила діяльність всіх своїх заводів у Японії і різко скоротила складальні роботи в дочірніх компаніях, розташованих в 26 країнах і регіонах, через труднощі в забезпеченні цих заводів комплектуючими, що виникли внаслідок землетрусу.

У зв'язку з цим принципово важливо відзначити, що поява нових підходів по відношенню до запасу не вимагає відмови від попередніх точок зору. Підхід максимізації запасу отримав розвиток в теорії оптимізації запасу як альтернативне рішення при роботі з окремими групами номенклатури або

асортименту. Поява протилежної точки зору на запас і розвиток підходу, пов'язаного з мінімізацією запасу в організаціях, не повинні відкидати попередній досвід, а розширювати можливості вибору рішень в практиці управління запасами.

Вибір тієї чи іншої стратегії управління запасами залежить від багатьох факторів. При цьому, компанія може слідувати реалізації тієї чи іншої стратегії, не маючи чітко сформульованих в формалізованому вигляді дій, що відбивають використання однієї з них у своїй діяльності. Інакше кажучи, різні дії компанії в системі управління запасами можуть співвідноситися з характерними рисами однієї з стратегій, але при цьому, суб'єкт управління даної системи не буде чітко ініціювати використання цієї стратегії.

Список використаних джерел

1. Круш П. В., Орлюк Ю. В. Теоретичні основи управління матеріальними запасами підприємств. *Економічний вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут»*. 2017. № 14. С. 239–245.
2. Двас А. Г. Трансформация стратегий управления запасами: от альтернативности к комплементарности. *Управление экономическими системами: электронный научный журнал*. 2015. № 8. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/transformatsiya-strategiy-upravleniya-zapasami-ot-alternativnosti-k-komplementarnosti> (дата звернення 25.04.2021)
3. Івашків Ю. Б. Роль управління запасами у підвищенні ефективності функціонування підприємства. *Цілі сталого розвитку у вітчизняних реаліях: студентський погляд на проблему : тези доповідей III Всеукраїнської студентської науково-практичної конференції, (м. Львів, 19–20 квіт. 2018 р.)*. Львів, 2018. С. 68–69.
4. Гринів Н. Т., Кіндій М. В., Жданович Р. В. Актуальні проблеми управління запасами. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2011. № 6, Т. 2. С. 168–172.

УДК 005+339.138+336

Актуальні проблеми теорії менеджменту, маркетингу та фінансів : наукові ідеї та механізми реалізації : Матеріали всеукраїнської (із зарубіжною участю) наукової конференції / Донецький національний технічний університет / Покровськ: ДВНЗ «ДонНТУ», 2021. 383с.

Оргкомітет конференції**Голова оргкомітету:**

д.е.н., проф. Ляшок Я.О., ректор ДВНЗ «ДонНТУ» (м. Покровськ)

Співголови:

д.е.н. Квілінський О.С., директор Інституту розвитку міжнародної співпраці (м. Познань, Польща);

д.е.н., проф. Попова О.Ю., зав. кафедри управління і фінансово-економічної безпеки ДВНЗ «ДонНТУ» (м. Покровськ)

Відповідальний секретар – к.е.н., доцент Антоненко В.М., доцент кафедри управління і фінансово-економічної безпеки ДВНЗ «ДонНТУ»

Відповідальність за зміст та літературне редагування тез доповідей несуть автори.

Технічна редакція та комп'ютерна верстка:

1-а секція – к.е.н. Василюшина Л. М., ст. викладач кафедри управління і фінансово-економічної безпеки ДВНЗ «ДонНТУ» (м. Покровськ);

2-а секція – к.е.н., доцент Мізіна О. В., доцент кафедри управління і фінансово-економічної безпеки ДВНЗ «ДонНТУ» (м. Покровськ);

3-я секція – к.е.н, доцент Катранжи Л. Л., доцент кафедри управління і фінансово-економічної безпеки ДВНЗ «ДонНТУ» (м. Покровськ);

4-а секція – к.е.н, доцент Антоненко В. М., доцент кафедри управління і фінансово-економічної безпеки ДВНЗ «ДонНТУ» (м. Покровськ).

Адрес ДВНЗ «ДонНТУ»: 85302, м. Покровськ, пл. Шибанкова, 2.