

Міністерство освіти і науки України
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АВТОМОБІЛЬНО-ДОРОЖНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ
(м. Харків, Україна)
УНІВЕРСИТЕТ МИКОЛАСА РОМЕРИСА
(м. Вільнюс, Литва)
РИЗЬКИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
(м. Рига, Латвія)
МІДЛСЕКСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ
(м. Лондон, Велика Британія)
АКАДЕМІЧНЕ ТОВАРИСТВО МІХАЛА БАЛУДЯНСЬКОГО
(м. Кошице, Словаччина)
ЛОДЗІНСЬКИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
(м. Лодзь, Польща)



МАТЕРІАЛИ
XIV Міжнародної науково-практичної конференції
«ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ
ПІДПРИЄМНИЦТВА»

27 листопада 2020 р.

Харків
2020

УДК 33

У збірнику представлено матеріали XIV Міжнародної науково-практичної конференції «Проблеми та перспективи розвитку підприємництва».

Матеріали подано у авторській редакції. Редакційна колегія може не поділяти думок авторів. За достовірність даних відповідальність несуть автори.

Матеріали призначено для користування широкого кола зацікавлених осіб – науковцями, викладачами закладів вищої освіти, працівниками органів державної влади, підприємцями, здобувачами вищої освіти тощо.

Друкується за рішенням Ради факультету управління та бізнесу ХНАДУ
протокол № 4 від 23 листопада 2020 р.

Редакційна колегія:

Голова:

Богомолів В.О. – в.о. ректора, проректор з наукової роботи ХНАДУ, доктор технічних наук, професор, Заслужений діяч науки і техніки України.

Заступники Голови

Тохтар Г.І. – проректор з науково-методичної роботи і міжнародних зв'язків ХНАДУ, кандидат технічних наук, професор;

Дмитрієв І.А. – декан факультету управління та бізнесу ХНАДУ, доктор економічних наук, професор, Заслужений діяч науки і техніки України;

Шевченко І. Ю. – завідувач кафедри економіки і підприємництва ХНАДУ, доктор економічних наук, доцент.

Члени оргкомітету:

Шинкаренко Володимир Григорович, д.е.н., професор, Заслужений діяч науки і техніки України, заступник завідувача кафедри менеджменту ХНАДУ;

Криворучко Оксана Миколаївна, д.е.н., професор, завідувач кафедри менеджменту ХНАДУ;

Маліков Володимир Васильович, д.н.держ.упр., професор, завідувач кафедри обліку та оподаткування ХНАДУ;

Ротомскіс Ірмантас, д.е.н., професор, заступник декана факультету економіки і управління фінансами Університету Миколаса Ромериса (Литва);

Лаце Наталія, докт. екон. наук, професор, завідувач кафедри корпоративних фінансів та економіки Ризького технічного університету (Латвія);

Картасова Єкатерина, PhD, доцент кафедри обліку та фінансів Університету Мідлсекса (Велика Британія);

Вархола Міхал, д.пед.н., професор, академік Міжнародної академії педагогічних наук, президент Академічного товариства Міхала Балудянського (Словаччина);

Шершенюк Олена Миколаївна, к.е.н., доцент, заступник декана факультету управління та бізнесу ХНАДУ, відповідальний секретар;

Блага Вікторія Вікторівна, к.е.н., доцент, доцент кафедри економіки і підприємництва ХНАДУ, відповідальний секретар.

Проблеми та перспективи розвитку підприємництва:
Матеріали XIV Міжнародної науково-практичної конференції
(м. Харків, 27 листопада 2020 року). – Х.: ХНАДУ. – 2020. – 424 с.

© Колектив авторів,
2020

ЗМІСТ

Секція 1

Нормативно-правове забезпечення реалізації підприємницьких ініціатив

| | |
|---|----|
| <i>Bezpartochna O.</i> CURRENT AGRICULTURAL POLICY REFORM IN THE EU..... | 16 |
| <i>Вербицька В.І.</i> ЗАПРОВАДЖЕННЯ ЄВРОПЕЙСЬКОГО ЗАКОНОДАВСТВА В ФІНАНСОВУ СФЕРУ УКРАЇНИ..... | 18 |
| <i>Худавердієва В.А.</i> ПРАВОВІ ЗАСАДИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РЕАЛІЗАЦІЇ ПІДПРИЄМНИЦТВА В СІЛЬСЬКОМУ ГОСПОДАРСТВІ..... | 20 |
| <i>Янченко Н. В., Тихомирова А. О.</i> ПРОБЛЕМА РОЗВИТКУ МАЛОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ..... | 22 |

Секція 2

Економічний потенціал суб'єктів підприємництва

| | |
|---|----|
| <i>Avanesova N., Serhiienko Y.</i> STRATEGY FOR ENSURING ECONOMIC SECURITY OF ENTREPRENEURSHIP IN UKRAINE..... | 24 |
| <i>Rakulina A A., Rudas D.S.</i> OPTIMIZATION OF ENTERPRISE COSTS AS A WAY TO ACHIEVE COMPETITIVE ADVANTAGE | 26 |
| <i>Аванесова Н.Е., Марченко О.В., Колодяжна Т.В.</i> ІНСТРУМЕНТАРІЙ ПОТЕНЦІАЛУ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ..... | 30 |
| <i>Бабайлов В.К.</i> ЧЕТВЕРТИЙ ЗАКОН ЛОГІСТИКИ | 32 |
| <i>Бабайлов В.К.</i> ОСНОВНИЙ ЗАКОН ЛОГІСТИКИ | 33 |
| <i>Бабайлов В.К.</i> П'ЯТИЙ ЗАКОН ЛОГІСТИКИ..... | 34 |
| <i>Бабайлов В.К., Левченко Я.С.</i> РИЗИК-МЕНЕДЖМЕНТ ЯК ОСОБЛИВА ФОРМА ОРГАНІЗАЦІЇ ПРИЙНЯТТЯ РІШЕНЬ..... | 36 |
| <i>Бабайлов В.К., Левченко Я.С.</i> СПОЖИВЧА ВАРТІСТЬ АРИСТОТЕЛЯ – ЇЇ ІСТИНИЙ СЕНС..... | 37 |
| <i>Бачинська О.М.</i> УПРАВЛІННЯ КАДРОВИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА..... | 38 |
| <i>Безугла Ю.Є., Лиман Т.І., Рогоза Н.С.</i> ВПЛИВ АДАПТИВНОГО ПОТЕНЦІАЛУ НА ЕКОНОМІЧНУ ЕФЕКТИВНІСТЬ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ..... | 40 |
| <i>Блага В.В.</i> ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ..... | 41 |
| <i>Благой В.В., Байлов І.А.</i> ФОРМУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМСТВА..... | 43 |

| | |
|--|----|
| <i>Благой В.В., Клименко І.В.</i> СИТУАЦІЙНИЙ АНАЛІЗ СТАНУ СЕРЕДОВИЩА ПІДПРИЄМСТВА..... | 45 |
| <i>Благой В.В., Коляда А.С.</i> АНАЛІЗ ВНУТРІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА ПІДПРИЄМСТВА..... | 47 |
| <i>Благой В.В., Приходько О.С.</i> РИНОК ПРАЦІ В УКРАЇНІ..... | 49 |
| <i>Богашико О. Л.</i> ЗНАЧЕННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ ІННОВАЦІЙ В УМОВАХ РОЗБУДОВИ ЕКОНОМІКИ ЗНАНЬ..... | 51 |
| <i>Вербицька В.І.</i> СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ ВПРОВАДЖЕННЯ СУЧАСНИХ БАНКІВСЬКИХ ІННОВАЦІЙ В УКРАЇНІ | 53 |
| <i>Деділова Т.В, Осипова С.К.</i> НЕОБХІДНІСТЬ ВРАХУВАННЯ ФАКТОРІВ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ АГЕНТСТВОМ НЕРУХОМОСТІ..... | 55 |
| <i>Деділова Т.В, Юрченко О.В.</i> СУЧАСНИЙ СТАН СИСТЕМ ВОДОПОСТАЧАННЯ І ВОДОВІДВЕДЕННЯ УКРАЇНИ..... | 57 |
| <i>Дмитрієв І.А.</i> ПРИНЦИПИ УПРАВЛІННЯ ТРУДОВИМИ РЕСУРСАМИ..... | 58 |
| <i>Дуднєва Ю.Е., Арутюнян К.К., Донгалецька І.О.</i> ВПЛИВ КАДРОВИХ РИЗИКІВ НА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ПОСЛУГ В УМОВАХ КРИЗИ..... | 59 |
| <i>Кербікова А.С.</i> ЕКОНОМІЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ДНІПРОПЕТРОВЩИНИ..... | 61 |
| <i>Колмакова О.М., Кривобок Ю.С.</i> ЛОГІСТИКА БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ..... | 63 |
| <i>Колмакова О.М., Крохмальна В.І.</i> КОНЦЕПЦІЯ МАРКЕТИНГУ І ЛОГІСТИКИ НА ПІДПРИЄМСТВІ..... | 64 |
| <i>Колодяжна Т.В.</i> КЛАСИФІКАЦІЯ ПРИНЦИПІВ ОЦІНКИ ВАРТОСТІ ПІДПРИЄМСТВА..... | 66 |
| <i>Левченко Я.С., Пахомова Л.В.</i> ЩЕ РАЗ ПРО МЕНЕДЖМЕНТ..... | 68 |
| <i>Лещух І.В.</i> ПРОМИСЛОВІ ПІДПРИЄМСТВА ЛЬВІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ: ІННОВАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ..... | 69 |
| <i>Остапенко А.С.</i> ПОТЕНЦІАЛ ВИЖИВАННЯ СУБ'ЄКТІВ МАЛОГО БІЗНЕСУ В СУЧАСНИХ ЕКОНОМІЧНИХ УМОВАХ..... | 71 |
| <i>Пакуліна А.А., Кулімякіна Д.Ю.</i> ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ТА ПІДТРИМКИ МАЛОГО Й СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ НА РЕГІОНАЛЬНОМУ РІВНІ..... | 73 |
| <i>Пакуліна А. А., Байлов І. А.</i> КОНТРОЛІНГ ЯК НАПРЯМ ІНФОРМАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА..... | 75 |
| <i>Пакуліна А. А., Байлов І. А.</i> ОПТИМІЗАЦІЯ СИСТЕМ УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ..... | 77 |
| <i>Пакуліна А. А., Демакова Д. Ю.</i> ПРОЕКТ-КОНТРОЛІНГ БУДІВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА..... | 79 |
| <i>Пакуліна А. А., Демакова Д. Ю.</i> СТРАТЕГІЧНИЙ КОНТРОЛІНГ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ..... | 81 |

| | |
|--|-----|
| <i>Пахомова Л. В.</i> ЕКОНОМІКА КСЕНОФОНТА І СУЧАСНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ – ЇХ ВЗАЄМОЗВ’ЯЗОК | 84 |
| <i>Петлін І.В.</i> КРАУД-ТЕХНОЛОГІЇ ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ ІНСТРУМЕНТ ФІНАНСУВАННЯ РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ | 85 |
| <i>Поясник Г.В.</i> ВПЛИВ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ЕКОНОМІЧНУ БЕЗПЕКУ | 87 |
| <i>Приходько Д.О., Барабаш В.М.</i> ПОТЕНЦІАЛ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ЕКОНОМІЧНА КАТЕГОРІЯ | 89 |
| <i>Приходько Д.О., Курденко О.В.</i> РОЗРОБКА ПАРАДИГМ ЛОГІСТИКИ | 91 |
| <i>Приходько Д.О., Чупета Д.О.</i> АКТУАЛЬНІСТЬ РОЗРОБКИ ПЕРСОНАЛЬНОГО НАВУШНИКА-ПЕРЕКЛАДАЧА З МОБІЛЬНИМ ДОДАТКОМ У СМАРТФОНІ | 93 |
| <i>Приходько Д.О.</i> ХТО ВПЕРШЕ ВСТАНОВИВ ЧАС ЯК МІРУ ВИТРАТ ПРАЦІ | 94 |
| <i>Прохорова В.В, Секірож Я.</i> ІННОВАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТІЙКОГО РОЗВИТКУ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ: ПОТЕНЦІАЛ ФОРМУВАННЯ | 96 |
| <i>Семенцова О.В.</i> НАПРЯМИ ІНВЕСТИЦІЙНО-ІННОВАЦІЙНИХ ПЕРЕТВОРЕНЬ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ТЕХНІЧНОГО РІВНЯ ЗАЛІЗНИЦЬ | 97 |
| <i>Сластяникова А.І., Курбель Ю.О., Бондаренко Є.Л.</i> ЦИФРОВА ЕКОНОМІКА: ПОТЕНЦІАЛ РОЗВИТКУ | 99 |
| <i>Смачило В.В.</i> ФУНКЦІЇ УПРАВЛІННЯ КАДРОВИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА | 100 |
| <i>Солопун Н.М.</i> СУЧАСНИЙ ВЕКТОР АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ | 102 |
| <i>Устіловська А.С., Байлов І.А., Демакова Д.Ю.</i> ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ | 104 |
| <i>Устіловська А.С., Кулієвич М.Я., Чумак Е.В.</i> АДАПТАЦІЯ ЯК ОДИН З ОСНОВНИХ СТАДІЙ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ | 106 |
| <i>Устіловська А.С., Фомін М.С., Губіна Ю.С.</i> КАДРОВИЙ ПОТЕНЦІАЛ В ПІДПРИЄМНИЦЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ | 108 |
| <i>Харченко Г.А.</i> ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ОРГАНІЧНОГО СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА | 110 |
| <i>Шершенюк О.М., Петрик А.В.</i> ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВ | 112 |
| <i>Янковська В.А.</i> АКЦІОНЕРНІ ТОВАРИСТВА В УМОВАХ СЬОГОДЕННЯ | 114 |

Секція 3

Перспективні напрями підприємницької діяльності в умовах трансформації економічних відносин

| | |
|--|-----|
| <i>Blagoy V., Tikhomirova A.</i> PROBLEMS OF CO-WORKING DEVELOPMENT IN UKRAINE | 116 |
| <i>Kaplina A.I.</i> ECONOMIC EFFICIENCY OF FERTILIZER APPLICATION IN PRODUCTION TECHNOLOGIES OF UKRAINE | 118 |
| <i>Khalina V., Butskiy V., Kavun Yu.</i> «GREEN» PROCUREMENT A TOOL FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT | 120 |
| <i>Morozova N.L., Panasiuk L.M.</i> DEVELOPING STEPS FOR ATTRACTING OVERSEAS INVESTMENTS STRATEGY | 121 |
| <i>Põlajeva T., Levchenko Ya.</i> THE CAUSAL COMPONENT IS NOT THE READINESS OF GRADUATES TO WORK INDEPENDENTLY | 122 |
| <i>Артёмова А.В.</i> СУЧАСНИЙ СТАН ТА ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕНЕРГЕТИЧНОЇ БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ В ГЛОБАЛЬНИХ УМОВАХ | 124 |
| <i>Безугла Ю.Є., Бондаренко М.С., Гулевський А.Є.</i> ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ НЕЙТРАЛІЗАЦІЇ ГЛОБАЛЬНИХ РИЗИКІВ | 126 |
| <i>Бірбіренко С.С.</i> ЕКОНОМІЧНА СТІЙКІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА – АНАЛІЗ ПОНЯТІЙНОГО БАЗИСУ | 127 |
| <i>Блага В.В.</i> СИНЕРГЕТИЧНИЙ ЕФЕКТ СПІЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ІНВЕСТОРІВ І ВИКОНАВЦІВ ІНВЕСТ-ПРОЕКТІВ В КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА | 129 |
| <i>Блага В.В.</i> ІННОВАЦІЙНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО ЯК ЧИННИК ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ БЕЗПЕКИ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ | 131 |
| <i>Блага В.В.</i> РОЗВИТОК ПІДПРИЄМНИЦТВА В КОНТЕКСТІ АДАПТАЦІЇ КРАЇНИ ДО КРИЗОВИХ ЯВИЩ У ЗОВНІШНЬОМУ ТА ВНУТРІШНЬОМУ СЕРЕДОВИЩІ | 133 |
| <i>Благой В.В., Приходько О.С.</i> ПРОБЛЕМИ ЗАЙНЯТОСТІ НАСЕЛЕННЯ УКРАЇНИ | 135 |
| <i>Благой В.В., Рочева Г.В.</i> ПРОБЛЕМА РОЗВИТКУ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ | 137 |
| <i>Валінкевич Н.В., Недільська С.С.</i> ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ФОНДОВИХ БІРЖ В УКРАЇНІ | 139 |
| <i>Вербицька В.І., Шулепова А.Г.</i> МІКРОФІНАНСОВІ УСТАНОВИ В УКРАЇНІ : ОСОБЛИВОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ТА НОВАЦІЇ ЛОМБАРДІВ | 141 |
| <i>Внукова Н.М.</i> ІНСТИТУЦІЙНІ УМОВИ ДЛЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТА РОЗШИРЕННЯ ДОСТУПУ ДО ФІНАНСУВАННЯ МСП | 143 |

| | |
|---|-----|
| <i>Волохова І.В., Сушко Н.Г.</i> ЕФЕКТИВНІСТЬ ФУНКЦІОНУВАННЯ ЛОГІСТИЧНИХ СИСТЕМ ЗАЛІЗНИЧНОГО ТРАНСПОРТУ | 145 |
| <i>Гнип Н.О., Ващенко В.Р.</i> ФІНАНСОВЕ ПЛАНУВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ТУРБУЛЕНТНОСТІ ЕКОНОМІКИ | 147 |
| <i>Гринюк Н.А.</i> НАПРЯМИ МІЖНАРОДНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ КООПЕРАТИВНОГО СЕКТОРУ ЕКОНОМІКИ | 148 |
| <i>Дашутіна Л.О., Могильна Л.М.</i> РОЗВИТОК МОЛОКОПЕРЕРОБНОГО ПІДПРИЄМСТВА ЗА РАХУНОК ВИХОДУ НА ЗОВНІШНІЙ РИНОК | 151 |
| <i>Деділова Т.В, Осипова С.К.</i> ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА БІЗНЕС-МОДЕЛІ ЯК ЕЛЕМЕНТА СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСАМИ ПІДПРИЄМСТВА | 153 |
| <i>Жабинець О.Й.</i> ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ СЕКТОРУ СТРАХОВИХ ПОСЛУГ ТА ЇХ РОЛЬ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ COVID-19 | 154 |
| <i>Зубко Т.Л.</i> ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА І ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ ПІДПРИЄМСТВ | 156 |
| <i>Кавун-Мошковська О.О.</i> COVID-19 ЯК ДРАЙВЕР ЗМІН У СВІТОВІЙ РОЗДРІБНІЙ ТОРГІВЛІ | 158 |
| <i>Калугіна Н.А.</i> РОЗВИТОК ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ | 160 |
| <i>Князева О.А.</i> ПЕРСПЕКТИВНІ НАПРЯМКИ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ | 162 |
| <i>Колмакова О.М., Гуца Я.С.</i> ПОТЕНЦІАЛ РОЗВИТКУ КРЕАТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ В УКРАЇНІ | 164 |
| <i>Колмакова О.М., Демакова Д.Ю.</i> ОЦІНКА РИЗИКІВ ІНВЕСТУВАННЯ В НЕРУХОМІСТЬ | 166 |
| <i>Колмакова О.М., Бондарець М.М.</i> ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА УКРАЇНИ ТА МАРКЕТИНГ ТЕРИТОРІЇ | 168 |
| <i>Колмакова О.М., Шалімов К.І.</i> РОЗВИТОК КРЕАТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ В УКРАЇНІ ТА СВІТІ | 169 |
| <i>Колмакова О.М., Доменюк Д.Д.</i> ОСНОВНІ НАПРЯМИ ТРАНСФОРМАЦІЙНИХ ЗМІН БУДІНДУСТРІЇ: ФОРМУВАННЯ ВАРТОСТІ БУДІВЕЛЬНОЇ ПРОДУКЦІЇ | 171 |
| <i>Котил О.В.</i> РОЗВИТОК ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У СФЕРІ КУЛЬТУРИ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗАЛУЧЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙ У СФЕРУ | 172 |
| <i>Кушнір Т.М.</i> ОБҐРУНТУВАННЯ ДОЦІЛЬНОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ КОНЦЕПЦІЇ МАРКЕТИНГУ ВІДНОСИН У КАНАЛАХ РОЗПОДІЛУ | 174 |
| <i>Лапоног Д.В.</i> ОГЛЯД РИНКУ ПОСЛУГ АВТОМОБІЛЬНОГО ТРАНСПОРТУ В УКРАЇНІ | 176 |

| | |
|---|-----|
| <i>Мільчева В.В.</i> ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО РЕГІОНАЛЬНОГО КЛАСТЕРУ В АПК..... | 178 |
| <i>Нагорний Є.І.</i> РИЗИК-МЕНЕДЖМЕНТ В ІННОВАЦІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ЗІ СТВОРЕННЯ ПЕРСПЕКТИВНИХ ТОВАРНИХ ІННОВАЦІЙ..... | 180 |
| <i>Орехова К.В., Губенко О.Д.</i> ЗАСТОСУВАННЯ НЕЙРОННИХ МЕРЕЖ ДЛЯ ДОЦІЛЬНОСТІ ІНВЕСТУВАННЯ З УРАХУВАННЯМ РИЗИКІВ..... | 182 |
| <i>Пакуліна А.А., Кулімякіна Д.Ю.</i> УПРАВЛІННЯ ЛОГІСТИЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА..... | 184 |
| <i>Пакуліна А.А., Рочева Г.В.</i> МЕТОД АВС В УПРАВЛІННІ ВИТРАТАМИ ПІДПРИЄМСТВА..... | 188 |
| <i>Пакуліна А.А., Пакуліна Г.С.</i> ЕКОЛОГІЧНА ПРОГРАМА ЯК КЛЮЧОВИЙ ІНСТРУМЕНТ КООРДИНАЦІЇ ПРИРОДООХОРОННИХ ЗАХОДІВ В РЕГІОНІ..... | 190 |
| <i>Пакуліна А.А., Шебалкова Є.І.</i> КАЛЬКУЛЮВАННЯ СОБІВАРТОСТІ ТА ЙОГО РОЛЬ У СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ..... | 193 |
| <i>Пакуліна А.А., Шебалкова Є.І.</i> РОЛЬ КОНТРОЛІНГУ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ | 195 |
| <i>Серьогіна Д.О.</i> КЛАСТЕРНА МОДЕЛЬ РЕГІОНАЛЬНОГО РОЗВИТКУ | 197 |
| <i>Синюра-Ростун Н.Р.</i> СТРУКТУРНА ТРАНСФОРМАЦІЯ ВИДІВ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМНИЦЬКОГО СЕКТОРУ У МІСТАХ ЗАХІДНОГО РЕГІОНУ УКРАЇНИ..... | 199 |
| <i>Смачило В.В., Попова Є.</i> СУТНІСТЬ СУБ'ЄКТІВ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА | 201 |
| <i>Соколова Л.В.</i> ОСОБЛИВОСТІ ПІДПРИЄМНИЦТВА В СФЕРІ ТУРИЗМУ | 203 |
| <i>Терешко Ю.В., Кузьмиченко Н.І.</i> ДЕЯКІ ПИТАННЯ ЩОДО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОГО АСПЕКТУ ІНФОРМАЦІЙНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙНОЇ СФЕРИ..... | 205 |
| <i>Тодріна І.В., Євсєєв С.Є.</i> ТЕОРІЯ КЛАСТЕРІВ І ОРГАНІЗАЦІЯ ЛОГІСТИЧНИХ СИСТЕМ..... | 207 |
| <i>Халіна В.Ю.</i> ПІДПРИЄМНИЦЬКІ НАВИЧКИ ЯК ОСНОВА РОЗВИТКУ ТРАНСФОРМАЦІЙНОЇ ГРАМОТНОСТІ | 209 |
| <i>Халіна В.Ю., Душнюк Д.В.</i> АНАЛІЗ ЗАДОВОЛЕНОСТІ УЧАСНИКІВ СИСТЕМОЮ ПУБЛІЧНИХ ЗАКУПІВЕЛЬ | 211 |
| <i>Халіна В.Ю., Сефер О., Яковлева Л.</i> РОЗВИТОК СФЕРИ ПУБЛІЧНИХ ЗАКУПІВЕЛЬ ЧЕРЕЗ ПРОФЕСІОНАЛІЗАЦІЮ | 213 |
| <i>Чорна Л.В.</i> ІННОВАЦІЙНІ НАПРЯМИ ПІДПРИЄМНИЦТВА В ТУРИЗМІ..... | 214 |
| <i>Швець Н.В.</i> ПРОБЛЕМИ ЗАЛУЧЕННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОГО СЕКТОРУ ДО ОБҐРУНТУВАННЯ РЕГІОНАЛЬНОЇ СМАРТСПЕЦІАЛІЗАЦІЇ..... | 217 |

| | |
|---|-----|
| <i>Шевченко І.Ю.</i> РЕГІОНАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ РИНКУ ПОСЛУГ АВТОМОБІЛЬНОГО ТРАНСПОРТУ В УКРАЇНІ..... | 219 |
| <i>Шептуха О.М.</i> КРАУДФАНДИНГ ЯК АЛЬТЕРНАТИВНЕ ДЖЕРЕЛО КАПІТАЛУ..... | 220 |
| <i>Яворська О.Г.</i> ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИЙ КАПІТАЛ ЗЕЛЕНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА..... | 222 |

Секція 4

Міжнародний бізнес у системі сучасного підприємництва

| | |
|--|-----|
| <i>Britchenko I., Levchenko Ya.</i> ENSURING OF DUAL EDUCATION IN UKRAINE | 224 |
| <i>Nikitina A.V., Corby Kafui Afetorgbor Fiagbe</i> DEVELOPMENT OF THEORETICAL PRINCIPLES OF THE COUNTRY INVESTMENT ATTRACTIVENESS IN THE CONTEXT OF GLOBALIZATION | 226 |
| <i>Nikitina A.V., Proscurina A.I.</i> FOREIGN DIRECT INVESTMENT IN THE ECONOMY OF UKRAINE UNDER THE FINANCIAL GLOBALIZATION CONDITIONS: CONTEMPORARY STATE AND WAYS OF ATTRACTION..... | 228 |
| <i>Nikitina A.V., Peter Abroquah</i> FUNCTIONAL ROLE OF INTERNATIONAL TRADE IN THE CONTEXT OF GLOBALIZATION | 230 |
| <i>Вербицька В.І.</i> ВПРОВАДЖЕННЯ ВІДКРИТОГО БАНКІНГУ В ДІЯЛЬНІСТЬ ФІНАНСОВИХ УСТАНОВ СВІТУ..... | 232 |
| <i>Ганечко І. Г., Афанасьєв К.М.</i> МІЖНАРОДНИЙ БІЗНЕС В УМОВАХ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ..... | 234 |
| <i>Деділова Т.В., Осипова С.К.</i> ОБҐРУНТУВАННЯ ВЗАЄМОЗВ'ЯЗКІВ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА З ІНВЕСТИЦІЙНОЮ СТРАТЕГІЄЮ..... | 236 |
| <i>Дуднєва Ю.Е., Григоренко В.В., Кращенко Є.В.</i> ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГУ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА В2В РИНКАХ | 237 |
| <i>Задорожнюк Н.О.</i> ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ПІДТРИМКИ ІННОВАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА..... | 239 |
| <i>Кильницька Є.В., Манченко Д.Р.</i> АНАЛІЗ НЕТАРИФНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ..... | 241 |
| <i>Клевцова Н.В.</i> ТРАНСПОРТНА ДОСТУПНІСТЬ ТЕРИТОРІЇ – ВПЛИВОВИЙ ФАКТОР РОЗМІЩЕННЯ МІЖНАРОДНОГО ВИРОБНИЦТВА..... | 243 |
| <i>Колодійчук А.В.</i> ІКТ-МОЖЛИВОСТІ ТА ІКТ-РИЗИКИ В РОЗРІЗІ ФІНАНСОВО-КРЕДИТНИХ ЗАГРОЗ НАЦІОНАЛЬНОЇ БЕЗПЕКИ..... | 245 |

| | |
|---|-----|
| <i>Нікітіна А.В., Ахмедов О.Б.</i> СИСТЕМАТИЗАЦІЯ ЧИННИКІВ ФОРМУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ФІНАНСОВОЇ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ..... | 247 |
| <i>Носач Л.Л.</i> СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА..... | 249 |
| <i>Островський І.А.</i> ЦИФРОВІ ПЛАТФОРМИ В ПРАКТИЦІ МІЖНАРОДНОГО РЕГУЛЮВАННЯ АГРАРНИХ РИНКІВ | 251 |
| <i>Сторожилова У.Л., Сторожілов П.М.</i> ДОСЛІДЖЕННЯ ПИТАННЯ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ У СИСТЕМІ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА УКРАЇНИ..... | 253 |
| <i>Тарновська І.В.</i> КОНКУРЕНТНІ ПОЗИЦІЇ УКРАЇНСЬКИХ МОРЯКІВ НА СВІТОВОМУ РИНКУ ПРАЦІ | 255 |
| <i>Тохтаміш Т.О.</i> ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ОРГАНІЗАЦІЇ МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ..... | 257 |

Секція 5

Облік, аудит і оподаткування підприємницької діяльності

| | |
|--|-----|
| <i>Balaziuk O.Yu., Sysoieva I.M.</i> CONTROL AND ACCOUNTING ASPECTS OF INTRODUCING MODERN MANAGEMENT METHODOLOGIES..... | 259 |
| <i>Вербицька В.І., Половко А.В.</i> ОСОБЛИВОСТІ ОПОДАТКУВАННЯ ІТ-ГАЛУЗІ В УКРАЇНІ : СУЧАСНІ АСПЕКТИ..... | 261 |
| <i>Герасимова Т.І., Годованюк А.В.</i> РОЛЬ КОНТРОЛЮ В СУЧАСНИХ УМОВАХ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ..... | 263 |
| <i>Демченко Т.А., Слатвінський М.А.</i> ЗНАЧЕННЯ ПРОВЕДЕННЯ АНАЛІЗУ ДЕБІТОРСЬКОЇ ЗАБОРГОВАНOSTІ В ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА..... | 265 |
| <i>Ковальова Т.В.</i> ПРОБЛЕМНІ МОМЕНТИ ІДЕНТИФІКАЦІЯ КРИПТОВАЛЮТ ДЛЯ ЦІЛЕЙ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ..... | 267 |
| <i>Корчагіна В.Г.</i> ВАЖЛИВІСТЬ ФОРМУВАННЯ ОБЛІКОВОЇ ПОЛІТИКИ ВІДПОВІДНО ДО МІЖНАРОДНИХ СТАНДАРТИВ ОБЛІКУ ТА ЗВІТНОСТІ | 268 |
| <i>Пакуліна А.А., Рочева Г.В.</i> ДИРЕКТ-КОСТИНГ ЯК ОСНОВНИЙ МЕТОД КАЛЬКУЛЮВАННЯ ВИТРАТ В МІЖНАРОДНІЙ ПРАКТИЦІ..... | 271 |
| <i>Пакуліна А.А., Байлов І.А.</i> ОПТИМІЗАЦІЯ ОПОДАТКУВАННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ..... | 273 |
| <i>Пакуліна А.А., Ветчинкін О.С.</i> АУДИТ ТА ЙОГО РОЛЬ У ПІДВИЩЕННІ ЕФЕКТИВНОСТІ РОБОТИ ПІДПРИЄМСТВА..... | 275 |
| <i>Пакуліна А.А., Гуца Я.С.</i> ЕТАПИ РОЗВИТКУ ОПОДАТКУВАННЯ..... | 277 |

| | |
|---|-----|
| <i>Пакуліна А.А., Гуца Я.С.</i> ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ ПРЯМИХ ТА НЕПРЯМИХ ПОДАТКІВ..... | 279 |
| <i>Пакуліна А.А., Гуца Я.С.</i> ОПОДАТКУВАННЯ: ОСНОВНІ АСПЕКТИ..... | 281 |
| <i>Пакуліна А.А., Демакова Д.Ю.</i> ЕКОЛОГІЧНЕ ОПОДАТКУВАННЯ: ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ДОСВІД..... | 283 |
| <i>Присяжнюк Т.В.</i> ПОДАТКОВИЙ ТЯГАР ВІТЧИЗНЯНОГО БІЗНЕСУ..... | 286 |
| <i>Свирида О.В., Коркушко О.Н.</i> АВТОМАТИЗАЦІЯ ОБЛІКУ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ..... | 288 |
| <i>Хорошилова І.О.</i> ОБОВ'ЯЗКОВЕ ВИКОРИСТАННЯ КАСОВИХ АПАРАТІВ ДЛЯ ФІЗИЧНИХ ОСІБ-ПІДПРИЄМЦІВ (ФОП)..... | 290 |
| <i>Шільвінська О.Л.</i> ОСОБЛИВОСТІ ОПЛАТИ ЛІКАРНЯНИХ ЛИСТКІВ З ДІАГНОЗОМ ІЗОЛЯЦІЯ ВІД COVID-19..... | 292 |
| <i>Юхнов Б.Ю., Танько А.М., Лісютін В.С.</i> АМОРТИЗАЦІЯ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ ПІДПРИЄМСТВА..... | 294 |

Секція 6

Управління та адміністрування діяльності суб'єктів підприємництва

| | |
|---|-----|
| <i>Tsviliy S.M., Gurova D. D.</i> ENSURING THE REALIZATION OF BUSINESS INTERESTS OF SMALL AND MICRO-ENTERPRISES IN THE DOMESTIC REGIONAL TOURIST DESTINATION..... | 295 |
| <i>Білявський В.М., Герасименко А.П.</i> ВИВЧЕННЯ ПАРАМЕТРІВ І УМОВ РОЗВИТКУ ПОТЕНЦІАЛУ АВІАПІДПРИЄМСТВ..... | 297 |
| <i>Білявський В.М., Корда М.О.</i> КАДРОВИЙ АУДИТ : ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ..... | 299 |
| <i>Білявський В.М., Мовчан Т.С.</i> ТАЙМ-МЕНЕДЖМЕНТ, ЯК СПОСІБ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ЛЮДСЬКИХ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВА..... | 301 |
| <i>Білявський В.М., Приходько В.Є.</i> ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЙНИХ КОНФЛІКТІВ ТА МЕТОДИ ЇХ ВИРІШЕННЯ..... | 303 |
| <i>Болотова Т.М., Онісіфорова В.Ю.</i> АЛГОРИТМ ТА ЗАХОДИ ПРОТИДІЇ КРИЗИ В ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА..... | 305 |
| <i>Валінкевич Н.В., Черніцька А.О.</i> ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ В МЕРЕЖІ INSTAGRAM | 306 |
| <i>Васильєва М.О.</i> СУТНІСТЬ ТА РОЛЬ КРЕАТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ПЕРСОНАЛУ В УМОВАХ КРИЗИ..... | 308 |
| <i>Водолажська Т.О., Яцина П.А.</i> ОСНОВНІ ВІДМІННОСТІ ТИПІВ ТРУДОВИХ КОЛЕКТИВІВ ЗА РІВНЕМ МОТИВАЦІЇ | 310 |

| | |
|---|-----|
| <i>Волощук Р.Є.</i> ВПЛИВ СПЕЦИФІЧНОГО АКЦИЗНОГО ОПОДАТКУВАННЯ НА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ | 312 |
| <i>Гладка О.І., Федорова В.О.</i> ВИЗНАЧЕННЯ СТРАТЕГІЇ МАРКЕТИНГУ ПЕРСОНАЛУ | 314 |
| <i>Головко О.Г., Омеляненко Д.О.</i> ПРИНЦИПИ УПРАВЛІННЯ АКТИВАМИ ПІДПРИЄМСТВА В КОНТЕКСТІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЙОГО ФІНАНСОВОЇ СТАБІЛЬНОСТІ | 316 |
| <i>Громова О.В.</i> СУЧАСНА ЕКОНОМІКА ЯК СПІЛЬНОТА КОНКУРУЮЧИХ КОМПАНІЙ | 318 |
| <i>Дмитрієва О.І.</i> ЕКОНОМІЧНІ ВАЖЕЛІ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ТРАНСПОРТНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ | 319 |
| <i>Догадайло Я.В., Бодра Ю.А.</i> ЛОГІСТИЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ ТА ЛОГІСТИЧНА СИСТЕМА – СУТНІСТЬ, ЦІЛІ ТА ЗАДАЧІ | 321 |
| <i>Догадайло Я. В.</i> ОБОВ'ЯЗКОВА СКЛАДОВА МЕХАНІЗМУ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ | 323 |
| <i>Дуднєва Ю.Е., Котенко В.В., Офіцерова Ю.В.</i> ВПРОВАДЖЕННЯ КЛІЄНТООРІЄНТОВАНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ СФЕРИ ПОСЛУГ | 325 |
| <i>Дуднєва Ю.Е., Суптело О.С., Ракітна О.С.</i> МАРКЕТИНГ ТЕРИТОРІЙ У РОЗВИТКУ ОБ'ЄДНАНИХ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД | 327 |
| <i>Іванченко Г.В., Іванченко А.В.</i> СТРУКТУРОВАНІЙ HR СТАРТАПІВ: ОСНОВНІ ПРІОРИТЕТИ | 329 |
| <i>Кононенко Я.В., Юрченко О.В.</i> ПРОБЛЕМИ АДАПТАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ В СУЧАСНИХ ОРГАНІЗАЦІЯХ | 331 |
| <i>Криворучко О.М.</i> ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ЛОГІСТИЧНОГО ПІДХОДУ В КАДРОВОМУ МЕНЕДЖМЕНТІ | 333 |
| <i>Матусова О.М.</i> СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ОЦІНЮВАННЯ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА | 335 |
| <i>Можайкіна Н.В.</i> ВПЛИВ ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ НА ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ ТРУДОВОЇ МОТИВАЦІЇ ТА МОТИВАЦІЙНИЙ МЕХАНІЗМ | 337 |
| <i>Наливайко Т.Л.</i> ОРГАНІЗАЦІЙНА СТРУКТУРА СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦТВА | 339 |
| <i>Нікітіна А.В., Недяк А.Р.</i> ОСОБЛИВОСТІ ПРОЦЕСУ УПРАВЛІННЯ МІЖНАРОДНОЮ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА | 341 |
| <i>Нікітіна А.В., Черненко В.А.</i> ПЛАНУВАННЯ ЯК ВАЖЛИВА СКЛАДОВА УПРАВЛІННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА | 343 |

| | |
|--|-----|
| <i>Онiсiфорова В.Ю., Осьмiрко I.В.</i> БЮДЖЕТУВАННЯ ЯК ЕФЕКТИВНИЙ ЗАХIД ПРОТИДIЇ КРИЗИ НЕПЛАТОСПРОМОЖНОСТI НА ПIДПРИЄМСТВI | 345 |
| <i>Онiсiфорова В.Ю.</i> IДЕНТИФIКАЦIЯ СУТНОСТI ПОНЯТТЯ «АНТИКРИЗОВЕ УПРАВЛIННЯ ПIДПРИЄМСТВОМ» | 346 |
| <i>Пакулiна А.А., Ветчинкин О.С.</i> СИСТЕМА УПРАВЛIННЯ ЗБУТОВОЮ ДIЯЛЬНIСТЮ ПIДПРИЄМСТВА | 348 |
| <i>Пакулiна А.А., Ветчинкин О.С.</i> ШЛЯХИ ЗНИЖЕННЯ ВИТРАТ ПIДПРИЄМСТВА НА ВИРОБНИЦТВО ПРОДУКЦIЇ | 350 |
| <i>Поясник Г.В.</i> ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА ФУНКЦIОНУВАННЯ КАДРОВОЇ БЕЗПЕКИ ПIДПРИЄМСТВА | 351 |
| <i>Руденко В.В.</i> ПОДАТКОВИЙ МЕХАНIЗМ РЕГУЛЮВАННЯ IНВЕСТИЦIЙНИХ ПРОЦЕСIВ НА МIКРОРIВНI | 353 |
| <i>Сiдельникова В.К., Онiсiфорова В.Ю.</i> ДОСЛIДЖЕННЯ ГОЛОВНИХ ТЕОРЕТИЧНИХ АСПЕКТIВ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛIННЯ ПIДПРИЄМСТВОМ | 355 |
| <i>Станкевич I.В., Захаров А.О.</i> УПРАВЛIННЯ ЕКОНОМIЧНОЮ БЕЗПЕКОЮ ПIДПРИЄМСТВА ЗВ'ЯЗКУ | 357 |
| <i>Тардаскина Т.М., Батенчук М.А.</i> ОРГАНIЗАЦIЙНО-ЕКОНОМIЧНI АСПЕКТИ ВПРОВАДЖЕННЯ КОНТАКТ-ЦЕНТРУ ДЛЯ МЕРЕЖ МОБIЛЬНОГО ЗВ'ЯЗКУ | 359 |
| <i>Турчина С.Г.</i> ОСОБЛИВОСТI УПРАВЛIННЯ ПЕРСОНАЛОМ В ПIДПРИЄМСТВАХ АГРАРНОГО БIЗНЕСУ | 361 |
| <i>Федорова В.О.</i> ПРОБЛЕМА НЕСТАЧI ТАЛАНТИВ ЯК ОДНА З ТЕНДЕНЦIЙ РОЗВИТКУ СВIТОВОГО РИНКУ ПРАЦI | 363 |
| <i>Федорова В.О.</i> ВДОСКОНАЛЕННЯ ПРОЦЕСУ КОНТРОЛЮ РIВНЯ IМIДЖУ ПIДПРИЄМСТВА | 364 |
| <i>Федорова В.О.</i> АНАЛIЗ ПIДХОДИВ ДО ЗДIЙСНЕННЯ КОНТРОЛЮ РIВНЯ IМIДЖУ ПIДПРИЄМСТВА | 365 |
| <i>Фроленкова Н.А., Кулиш Д.С.</i> КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА ЯК IНСТРУМЕНТ ЕФЕКТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ПIДПРИЄМСТВА | 367 |
| <i>Шершенюк О.М., Щербанюк В.Л.</i> МОТИВАЦIЯ ПЕРСОНАЛУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ | 369 |
| <i>Юрченко О.В., Токар I.И.</i> ОБГРУНТУВАННЯ СУБ'ЄКТА ТА ОБ'ЄКТА УПРАВЛIННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНIСТЮ БУДIВЕЛЬНОГО ПIДПРИЄМСТВА | 371 |
| <i>Янченко Н.В., Ярець М.В.</i> СУТНIСТЬ ТА ОСОБЛИВОСТI СТРАХУВАННЯ В УКРАIНI | 373 |
| <i>Янченко Н. В., Кулiєвич М. Я.</i> МОТИВАЦIЯ ПЕРСОНАЛУ ЯК ОДНА З ПЕРЕДУМОВ ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛIННЯ ПЕРСОНАЛОМ | 375 |

Секція 7

Діяльність у сфері фізичного виховання та спорту як підприємництво

| | |
|--|-----|
| <i>Алієв Р.А.</i> БАСКЕТБОЛ І ПРОФЕСІЙНИЙ СПОРТ..... | 377 |
| <i>Алієв Р.А.</i> ТРАНСФОРМАЦІЯ ВИЩОЇ ШКОЛИ..... | 378 |
| <i>Алієв Р.А.</i> ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ДИСТАНЦІЙНОЇ СИСТЕМИ ОСВІТИ..... | 380 |
| <i>Безніс О.Є.</i> ФІЗИЧНЕ ВИХОВАННЯ ЯК КОМПОНЕНТ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ ОСОБИСТОСТІ ФАХІВЦЯ..... | 381 |
| <i>Безніс О.Є.</i> ПРОБЛЕМИ ФІНАНСУВАННЯ ФІЗКУЛЬТУРНО-СПОРТИВНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ | 383 |
| <i>Безніс О.Є.</i> ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ У СФЕРІ ПРОФЕСІЙНОГО СПОРТУ..... | 386 |
| <i>Безніс О.Є.</i> ОБГРУНТУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО ПРОЦЕСУ У ВИЩОМУ НАВЧАЛЬНОМУ ЗАКЛАДІ..... | 387 |
| <i>Безніс П.С.</i> ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ШВИДКОСТІ НА ЗАНЯТТЯХ ЗІ СТУДЕНТАМИ ВНЗ..... | 389 |
| <i>Безніс П.С.</i> ВДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНОГО ПРОЦЕСУ ФІЗИЧНОГО ВИХОВАННЯ..... | 391 |
| <i>Безніс П.С.</i> ФОРМУВАННЯ СУЧАСНОГО СПЕЦІАЛІСТА ЕКОНОМІЧНИХ ПРОФЕСІЙ ЗАСОБАМИ РУХОВОЇ АКТИВНОСТІ | 393 |
| <i>Євдокимова І.С.</i> ВИХОВАННЯ КУЛЬТУРИ ЗДОРОВ'Я СЕРЕД СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ..... | 395 |
| <i>Євдокимова І.С.</i> МОДЕЛІ УПРАВЛІННЯ СПОРТОМ..... | 397 |
| <i>Євдокимова І.С.</i> ВПЛИВ ФІЗИЧНОГО ВИХОВАННЯ НА СУЧАСНЕ СУСПІЛЬСТВО..... | 398 |
| <i>Зайцев С.С.</i> АГЕНТИ УКРАЇНСЬКОГО ФУТБОЛУ | 400 |
| <i>Зайцев С.С.</i> ВДОСКОНАЛЕННЯ ТЕХНІКИ БІГУ СЕРЕД СТУДЕНТІВ..... | 402 |
| <i>Кірсанов М.В.</i> МАРКЕТИНГ В ІНДУСТРІЇ СПОРТА | 404 |
| <i>Кірсанов М.В.</i> ВИБІР ЗАСОБІВ ФІЗИЧНОГО ВИХОВАННЯ ЗІ СТУДЕНТКАМИ ТЕХНІЧНИХ ВУЗІВ..... | 406 |
| <i>Курилко М.Ф.</i> ПРОБЛЕМИ ВІДНОВЛЕННЯ СПОРТИВНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ..... | 407 |
| <i>Курилко М.Ф.</i> ФІНАНСУВАННЯ У ЛЕГКІЙ АТЛЕТИЦІ..... | 409 |
| <i>Курилко М.Ф.</i> ОРГАНІЗАЦІЯ ТРЕНУВАЛЬНОГО ПРОЦЕСУ ПІДГОТОВКИ ЮНИХ СПОРТСМЕНІВ..... | 411 |
| <i>Павленко Т.В.</i> ЕМОЦІЙНИЙ ФАКТОР СПОРТИВНИХ ЗМАГАНЬ..... | 413 |
| <i>Плотніков Є.К.</i> ФУТБОЛЬНІ АГЕНТИ У СПОРТИВНІЙ ЕКОНОМІЦІ | 415 |

| | |
|---|-----|
| <i>Плотніков Є.К.</i> ПРОБЛЕМИ ПРОФЕСІЙНОГО ТЕНІСУ В УКРАЇНІ..... | 416 |
| <i>Плотніков Є.К.</i> ЗДОРОВ'ЯЗБЕРІГАЮЧІ ТА СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЇ У ФІЗИЧНОМУ ВИХОВАННІ | 418 |
| <i>Плотніков Є.К.</i> САМОСТІЙНА РОБОТА СТУДЕНТІВ З ФІЗИЧНОГО ВИХОВАННЯ, ЯК ЗАСІБ ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ПІДГОТОВКИ ФАХІВЦЯ..... | 420 |
| <i>Ступак І.К.</i> ІННОВАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ У ФІЗИЧНОМУ ВИХОВАННІ..... | 421 |

Секція 1
***Нормативно-правове забезпечення реалізації
підприємницьких ініціатив***

CURRENT AGRICULTURAL POLICY REFORM IN THE EU

*Bezpartochna Olesia, PhD Student
VUZF University of Finance, Business and Entrepreneurship,
Sofia, Bulgaria*

The reform of agricultural policy in the European Union in 1992 was aimed at avoiding overproduction due to fixed prices for agro-food products. This policy provided support to farmers through direct assistance from the European Union budget. This reform has significantly reduced the surplus of cereals and meat of agricultural producers [1].

However, support for agricultural producers in the European Union remained uneven, as preferences were given to the most economically stable regions and businesses. Intensive farming methods continued to be used, with consequences for both the environment and animal health. In addition, the applicant countries that joined the European Union had to adopt legislation, i.e. meet the parameters and criteria that exist in the Single Market for agricultural products, namely: to ensure appropriate product quality, update the technical and technological base of production, introduce innovative technologies for growing grain and fattening animals, etc.

It was necessary to take into account the international context: the agreement on agriculture - the Act of the Uruguay Round (1995), which provided for a reduction in domestic support and export subsidies, improving access to the market for agricultural products. Multilateral negotiations to this end began in 1999 at the World Trade Organization (WTO) [2].

The Commission's proposals, drawn up by Franz Fischler, Austrian Commissioner for Agriculture, and its Director-General of France, Guy Legros, were submitted on 18 March 1998. The aim was to reduce guaranteed prices while remaining within budget limits (€ 45 billion for EU agricultural policy in 1999) [3]. It was envisaged that the reduction would be offset only in part by direct aid to farmers, the cost of which could be shared between the European Union and the Member States. At the same time, a comprehensive rural development policy was envisaged, which strengthened the social and economic structure of rural areas, curbed the eviction of rural residents, mitigated the impact on the environment and protected the European agricultural model.

With regard to the common organization of markets, measures have been developed for arable crops: reduction of intervention prices for grain by 15% over two years, half compensated by direct aid; maintaining a mandatory 10% deferral rate for the period 2000-2006. New measures have been introduced for livestock to

improve competitiveness in foreign markets: a reduction in the basic price of beef and veal support by 20%, and the loss of income is offset by an increase in beef and veal premiums. , extension of the milk quota system until 2006 and reduction by 15% of intervention prices for butter and skimmed milk powder from 2003-2004, loss of income is compensated by a direct premium based on the producer's quota [3].

However, the scope of these reforms was still limited. The Commission wanted to set the payment of direct aid to farmers subject to environmental protection, but the Council, after discussion, decided to leave this measure to the discretion of the Member States of the European Union, and this decision reduced the scope. The Commission proposed technical, defined the general framework of the new common agricultural policy: greater liberalization of agricultural markets, reducing the role of regulatory mechanisms; phasing out direct aid and shifting funding from the first, Guarantee, to the second, Rural Development, which has now been expanded to include animal health and welfare measures, with redistribution of aid between regions and sectors; separation of income aid from production and the rules of conditionality of aid (compliance with norms and good agricultural practice).

During the 2000s, various agricultural actors in the European Union developed solutions to support producers and create a new budget, as the union included new member states. A new radical reform of the common agricultural policy was formed, which provided that most of the direct aid to producers would be replaced by a single payment for each farm.

On October 21, 2020, the Ministers of Agriculture of the European Union agreed to allocate part of the budget of agricultural policy to programs that ensure environmental protection. There are restrictions that funds for the support of producers are allocated for the so-called "green" programs, for other purposes will not be allocated. Funding begins in 2023, and Ministers have agreed on a two-year pilot phase of green schemes, which will be mandatory from 2025. The common agricultural policy of the European Union provides for a third of the budget - 1.1 trillion Euros for 2021-2027, which will be distributed between direct payments to producers and other support for rural development. Ministers agree that 20% of payments to farmers will go to green schemes such as organic farming or agro-forestry [4].

References:

1. Lee, Ann, Patterson, (1997), Agricultural Policy Reform in the European Community: A Three-Level Game Analysis, International Organization, Vol. 51, No. 1, P. 135–165.
2. Tangermann, Stefan, von Cramon-Taubadel, Stephan (2013), Agricultural policy in the European Union: An overview, Diskussionsbeitrag, No. 1302, Georg-August-Universität Göttingen, Department für Agrarökonomie und Rurale Entwicklung (DARE), Göttingen, Jan. 2013 <http://hdl.handle.net/10419/70909>
3. European Union: agriculture statistical factsheet. June 2020. https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/food-farming-fisheries/farming/documents/agri-statistical-factsheet-eu_en.pdf

4. Proposal for a REGULATION OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL establishing rules on support for strategic plans to be drawn up by Member States under the Common agricultural policy (CAP Strategic Plans) and financed by the European Agricultural Guarantee Fund (EAGF) and by the European Agricultural Fund for Rural Development (EAFRD) and repealing Regulation (EU) No 1305/2013 of the European Parliament and of the Council and Regulation (EU) No 1307/2013 of the European Parliament and of the Council. Brussels, 21 October 2020, <https://data.consilium.europa.eu/doc/document/ST-12148-2020-ADD-1/en/pdf>

ЗАПРОВАДЖЕННЯ ЄВРОПЕЙСЬКОГО ЗАКОНОДАВСТВА В ФІНАНСОВУ СФЕРУ УКРАЇНИ

*Вербицька В.І., к.е.н., доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

В Європейському Союзі введено в дію другу платіжну директиву PSD2, якою запропоновані рівні умови для представників фінансової індустрії, включаючи банки і Фінтех-компанії, легалізацію Open Banking і надання можливостей для розвитку нових фінансових послуг. Статус "payment institution", передбачений директивою, дозволяє перейти від домінування платіжних систем до прямих взаємовідносин між суб'єктами ринку, що повинно стати серйозним поштовхом для розвитку саме невеликих проектів, які потребують таких можливостей.

З того моменту пройшло більше року, і, як показали результати опитування, проведеного шведською банківською платформою Tink, 41% європейських банків все ще не встигли підготуватися до впровадження PSD2. Установи не зуміли вчасно підготувати свої API, які стороннім постачальникам послуг не вдалося протестувати. А недавно ряд європейських Фінтех-компаній і зовсім об'єдналися, щоб боротися зі стандартами PSD2, адже, на їхню думку, реалізація директиви не враховує інтереси дрібних компаній. Це стосується і вступу в силу в Європі означеної платіжної директиви PSD2, метою якої є створення більш прозорого і відкритого платіжного ринку.

Тобто, досвід впровадження PSD2 в зарубіжних країнах показує, що дана директива не є панацеєю для платіжної інфраструктури. Приклади інших країн показали, що можна розробити власні внутрішні платіжні системи, як польська Blik і шведська Swish. В цих країнах банки спільно з іншими учасниками фінансового ринку домовилися про створення швидкої платіжної системи. Вони представили систему всередині країни, яка дешевше, цікавіше і може конкурувати з уже існуючими платіжними сервісами, і для цього будь-які відкриті API не потрібні. Європа по-різному поставилася до впровадження PSD2. Добре відреагували на імплементацію Євродирективи представники фініндустрії країн СНД, Польщі, оскільки цей стандарт стимулює зростання Фінтех-стартапів, більш оптимістично представники фініндустрії більш розвинених ринків - Франції, Німеччини, Бельгії.

Якщо ж говорити про український платіжний ринок, поки що директива не впливає на його діяльність. Однак Нацбанк вже уважно вивчає і аналізує її. Тому наступним кроком для України має стати зміна чинного законодавства. Важливо розуміти, що друга платіжна директива стосується не тільки Open Banking. Цей стандарт передбачає конкретні регуляторні дії з боку Нацбанку, які включають питання, пов'язані із зобов'язанням того чи іншого банку відкрити API, не забуваючи при цьому про захист прав споживачів. Тобто питання не в тому, що треба відкрити API, і не в тому, що створюється співзалежна система платежів, а в тому, щоб регулятор чітко встановив - саме споживач повинен визначати, хто може отримувати доступ до його даних.

Вважається, що головною проблемою регулятора є застаріле законодавство про платіжні системи, що найчастіше пов'язують з дещо штучною централізацією платіжних систем. Одним із кроків у контексті еволюції платіжної системи України є угода Нацбанку і SWIFT про реалізацію проекту з розвитку української платіжної інфраструктури на базі стандарту ISO 20022. Мається на увазі перехід Системи електронних платежів Нацбанку [1] на сучасні і актуальні міжнародні стандарти обміну фінансовими повідомленнями.

Однак слід зазначити, що ще однією ключовою метою реформування платіжної системи є комунікація з Фінтех, для досягнення чого важливо налагодження взаємодії з іншими учасниками фінансового ринку України. В рамках вирішення цього завдання НБУ здійснює створення спеціальної комунікаційної платформи, яка повинна об'єднати думки представників українського Фінтеху і регулятора. Стандарти PSD2 розробляються робочими групами - Фінтех-ринком. Тобто представники Фінтеху і Нацбанку повинні сісти за стіл переговорів і створити стандарти, за якими всім буде зручно працювати. НБУ, як регулятор, повинен визначити базові питання.

В той самий час реалізація PSD2 в Європі дуже сильно знижує прибутковість і роль платіжних систем, таких як Visa і Mastercard. Це також актуально для ринку України. Адже у нас з точки зору структури доходу банку інтерчейндж дуже великий, що спричиняє високий комісійний прибуток. Тому будь-яка демократизація є приводом до зниження доходів по платіжним операціям.

Фахівці департаменту ліцензування НБУ підкреслюють консервативність законодавства в платіжній сфері, що ускладнює і уповільнює формування правового поля для розвитку технологій і конкурентності на ринку. Значне розповсюдження PSD2 дасть можливість модернізації платіжних систем та сприятиме налагодженню ефективної співпраці з іншими компаніями фінансового ринку, і в результаті імплементації Другої платіжної директиви вдасться знизити роль платіжних систем. Слід також мати на увазі, що у банків немає ні культури, ні досвіду роботи з API, а в банках працює дуже мало людей, які мають технічний бекграунд, а наявні працівники не розуміють, як імплементувати ті чи інші технології. Звідси така велика прірва в розвитку інновацій у багатьох банках України. Тим не менш, спеціалісти вважають, що українські банки теоретично готові відкривати свої API при умові створення

окремого підрозділу, до складу якого ввійдуть технічно озброєні ІТ-спеціалісти для підтримки функціонування нової системи.

Таким чином, Україні слід законодавчо змінювати регулювання платіжної інфраструктури, брати приклад з світових лідерів і впроваджувати інновації.

Література:

1. Національний банк у партнерстві із SWIFT розпочне проєкт з розвитку української платіжної інфраструктури на базі ISO 20022. Сайт НБУ. URL: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/natsionalniy-bank-u-partnerstvi-iz-swift-rozpochne-proekt-z-rozvitku-ukrayinskoyi-platijnoyi-infrastrukturi-na-bazi-iso-20022>

ПРАВОВІ ЗАСАДИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РЕАЛІЗАЦІЇ ПІДПРИЄМНИЦТВА В СІЛЬСЬКОМУ ГОСПОДАРСТВІ

*Худавердієва В.А., к.е.н., доцент
Харківська державна зооветеринарна академія*

Характеристика підприємництва була б неповною, якщо розглядати його тільки в статичному стані, без урахування динаміки розвитку. Тому підприємництво слід розглядати як економічний процес, що розвивається. Аграрне підприємництво також має свою специфіку. У структурі підприємницької діяльності до неї слід віднести те, що зв'язане з використанням землі і інших ресурсів для виробництва сільськогосподарської продукції, а також діяльність, пов'язану з його обслуговуванням, наприклад, різні види послуг аграрного сервісу. Крім того, як показує світовий досвід ефективного функціонування аграрного підприємництва, нерідко воно пов'язане з переробкою сільськогосподарської продукції і підсобними видами господарювання [1].

Слід зазначити, що в даний час спостерігається відродження підприємництва і в аграрній сфері економіки. І хоча аграрне підприємництво здійснюється в специфічних формах і його становлення пов'язане з численними проблемами і суперечностями, воно єдине по економічній природі і суті у всіх сферах економіки. Для обґрунтування закономірностей функціонування підприємництва в аграрній сфері перш за все повинна бути визначена його суть як економічної категорії, уточнені її зміст і взаємозв'язки з іншими економічними поняттями, такими як "бізнес", "агробізнес", "фермерство" і іншими [1-3].

Згідно статті 3 Господарського Кодексу України (ГКУ), під господарською діяльністю розуміється діяльність суб'єктів господарювання у сфері суспільного виробництва, спрямована на виготовлення та реалізацію продукції, виконання робіт чи надання послуг вартісного характеру, що мають цінову визначеність [4].

Підприємництво в сільському господарстві участь певних суб'єктів і об'єктів підприємницької діяльності. Згідно ст. 55 ГКУ суб'єктами

господарювання визнаються учасники господарських відносин, які здійснюють господарську діяльність, реалізуючи господарську компетенцію (сукупність господарських прав та обов'язків), мають відокремлене майно і несуть відповідальність за своїми зобов'язаннями в межах цього майна, крім випадків, передбачених законодавством. Суб'єктами господарювання є: 1) господарські організації - юридичні особи, створені відповідно до Цивільного кодексу України, державні, комунальні та інші підприємства, створені відповідно до цього Кодексу, а також інші юридичні особи, які здійснюють господарську діяльність та зареєстровані в установленому законом порядку; 2) громадяни України, іноземці та особи без громадянства, які здійснюють господарську діяльність та зареєстровані відповідно до закону як підприємці [4].

Розвиток аграрного підприємництва залежить не тільки від його організаційної структури, але і від дії чинників, здатних його активізувати. При проведенні дослідження з цього питання в першу чергу слід розглядати внутрішні чинники, або , які можна застосовувати усередині сільськогосподарських підприємств. Крім того, слід особливо відзначити роль міжгалузевих чинників, пов'язаних з розвитком інтеграційних процесів в системі АПК. Тому необхідно визначити варіанти найбільш раціональної і ефективної (у плані активізації підприємництва в сільському господарстві) побудови галузевих і міжгалузевих зв'язків, а також форми їх організації [1].

Не менш важлива роль і таких зовнішніх чинників підвищення підприємницької активності в аграрному секторі, як державне регулювання економіки в цілому і, зокрема, сільського господарства. Воно покликане сприяти вирішенню проблем і п, що виникають в процесі розвитку аграрного підприємництва, але і цілеспрямовано регулювати цей процес. Таким чином, вивчення і систематизація чинників активізації підприємництва в сільському господарстві дозволить зробити висновок про наявність значних невикористаних резервів і визначити передумови для підвищення його ефективності [1-2].

Становлення підприємництва в сільському господарстві пов'язане з подоланням величезної кількості труднощів, природних і штучних бар'єрів та проблем: обмежений попит на агропродовольчу продукцію, обумовлений іноземною продуктовою інтервенцією; низький технічний потенціал вітчизняного виробництва, його деіндустріалізація; катастрофічна деградація ґрунтової родючості і необхідність її відновлення; недостатність державної підтримки; нерозвиненість агропродовольчих ринків; низька інформаційна забезпеченість; диспропорційність в розвитку агропромислового виробництва і обслуговуючих його галузей інфраструктури.

Література:

1. Аналітика, консалтинг, новини АПК України: сайт URL: [http:// www.ukragroconsult.com](http://www.ukragroconsult.com).

2. Земельні відносини в Україні: соціологічний портрет ситуації. Результати комплексного соціологічного дослідження суб'єктів земельних

відносин в сільській місцевості: сайт URL: <http://land.gov.ua/zvitnist/statystyka>.

3. Про фермерське господарство / Закон України від 19.06. 2003 № 973 – IV (із змінами і доповненнями від 31 березня 2016 року № 1067-VIII): сайт URL: <http://zakon3.rada.gov.ua>.

4. Господарський кодекс України від 16.01.2003, № 436-IV, із змінами і доповненнями, внесеними Законами України від 17 січня 2019 року № 2672-VIII: сайт URL: Ліга Закон.

ПРОБЛЕМА РОЗВИТКУ МАЛОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

*Янченко Н. В., к.е.н, доцент, доцент кафедри економіки
Тихомирова А. О., ст., гр. ЕП-60*

Харківський національний університет будівництва та архітектури

На сьогодні на розвиток економіки країни впливає ефективна робота малих та середніх підприємств. Економічне зростання залежить від розвитку підприємницької діяльності, оскільки це сприяє насиченню та диверсифікації ринків, при цьому дає змогу компенсувати витрати ринкової економіки (кон'юнктурні коливання, безробіття та кризові явища).

Певною особливістю малого та середнього підприємства є характерно висока інтенсивність використання різних видів ресурсів і постійне прагнення до збільшення їх оптимальної кількості, забезпечення раціональних для певних умов пропорцій. Ця ситуація є одним з найважливіших факторів досягнення оптимальних показників економіки та суспільства в цілому. Адже важливо переглянути можливі шляхи покращення рівня малого та середнього підприємництва. На 2019 рік в Україні було 517 великих підприємств, 17745 середніх та 362336 малих підприємств (таблиця 1) [1], але це не забезпечує їм певної стабільності та призводить до короткострокової діяльності та банкрутства. Також, згідно статистичних даних видно, що найбільшу частину всіх підприємств складають саме малі, тому і формують значну частину бюджету.

Таблиця 1 – Кількість підприємств за видами економічної діяльності з розподілом на великі, середні, малі та мікропідприємства за 2014-2019 роки [1]

| Роки | Усього | Підприємства | | | З них Мікро-підприємства |
|------|--------|--------------|---------|--------|-----------------------------|
| | | Великі | Середні | Малі | |
| 2014 | 341001 | 497 | 15906 | 324598 | 278922 |
| 2015 | 343440 | 423 | 15203 | 327814 | 284241 |
| 2016 | 306369 | 383 | 14832 | 291154 | 247695 |
| 2017 | 338256 | 399 | 14937 | 322920 | 278102 |
| 2018 | 355877 | 446 | 16057 | 339374 | 292772 |
| 2019 | 380598 | 517 | 17745 | 362336 | 313421 |

В Україні вести бізнес не дуже легко, і саме це відштовхує підприємців для подальшого ведення бізнесу. В Україні частка малого бізнесу на сьогодні застигла на одному місці - на рівні 10–16% від ВВП (рис. 1). В той же час в розвинених країнах малий бізнес дає понад половину ВВП і є загальноновизнаним драйвером інноваційної модернізації економіки [1].

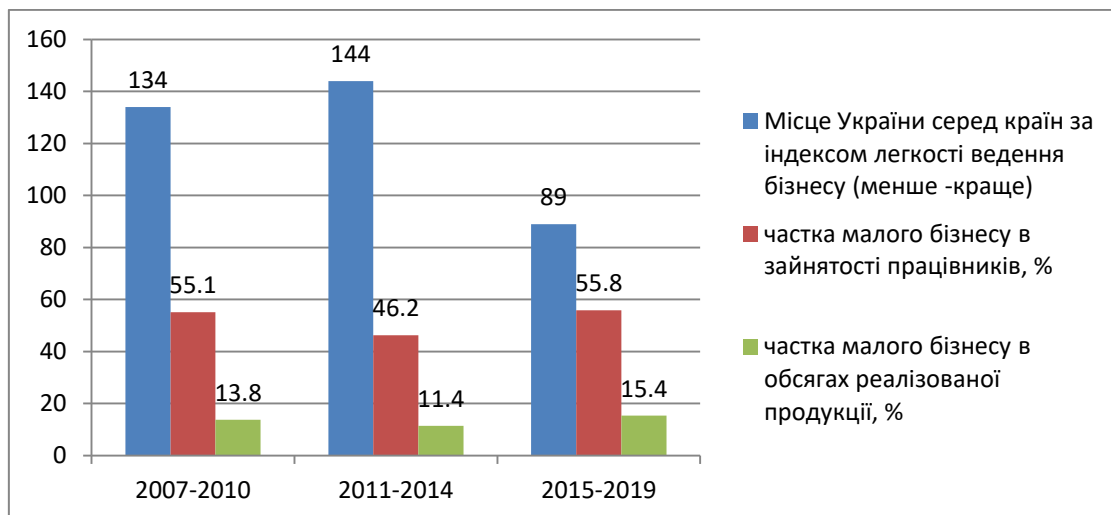


Рис. 1. Середньорічні показники рейтингу легкості ведення бізнесу та розвитку малого бізнесу

Джерело: розроблено за даними Держстату і Doing Business

Більшість інвесторів не мають інтересу вкладати в українські підприємства, це демонструє індекс інвестиційної привабливості країни. Поки що він дуже низький – лише 2,95 із 5. Так, 39% опитаних кореспондентів вважають, що інвестиційний клімат є нейтральним, тоді як 37% вважають, що він є скоріше несприятливим, а ще 7% – вкрай несприятливим. І лише 17% кореспондентів позитивно оцінили бізнес-середовище. Для порівняння, під час попередньої хвилі опитування задоволених бізнес-кліматом було 19%, а наприкінці 2018 року – 25% [2].

Автори вважають, щоб підвищити легкість ведення бізнесу, треба зменшити контроль за підприємцями. Також розглянути питання щодо надання субсидій і зменшення оподаткування для середніх та малих підприємств, а для великих збільшити, щоб урівноважити ситуацію.

Висновки. Було виявлено основні проблеми розвитку малого та середнього бізнесу в Україні. Таким чином, найголовнішою проблемою українських малих та середніх підприємств є непродуманість саме державної політики, неувага влади до негативної ситуації, що складається навколо суб'єктів малого та середнього бізнесу, високий рівень корупції та податкова система. Тому, саме державним політикам треба розглянути питання щодо прийняття нових законів, що будуть позитивно відображатися на діяльності і розвитку підприємств. Також створити нові заходи для мотивації підприємців та підготувати кваліфіковану робочу силу.

Література:

1. Кількість підприємств за видами економічної діяльності з розподілом на великі, середні, малі та мікропідприємства : сайт URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/fin>.
2. Індекс настроїв малого бізнесу – 2019. : сайт URL: <http://company.ligazakon.ua/arhives/7093>.

Секція 2

Економічний потенціал суб'єктів підприємництва

STRATEGY FOR ENSURING ECONOMIC SECURITY OF ENTREPRENEURSHIP IN UKRAINE

Avanesova N.

*Doctor of Economic Science, Professor, Head of the Department of
Management and Public Administration*

Serhiienko Y.

PhD student

Kharkiv National University of Civil Engineering and Architecture

Intensification of entrepreneurship is an important factor in regional development and security primarily due to increasing gross regional product and contributions to local budgets, creating new jobs and increasing employment, improving such structural components of economic security of the region as financial, social, technological, food, demographic, energy and environmental, as well as strengthening the innovation component of the competitiveness of the national economy [1].

An important theoretical and methodological basis for the study of state security is the work of such foreign scholars as J. Barber, L. Birken, K. Goodville, K. Davis, R. Leonard, T. Lowry, W. Samuels, and others. Among foreign authors who have made a significant contribution to the study of the place and role in the economy, the processes of formation and development of the business sector, it is worth noting E. Dolan, P. Drucker, K. McConnell, F. Mises, F. Knight, P. Samuelson, B. Santo, A. Smith, J. Tunen, F. Hayek, J. Schumpeter, and others.

Ensuring the economic security of entrepreneurship is an important task of state policy to ensure the economic security of the state. Entrepreneurship security is an objective prerequisite for the development of the business sector of the national economy, ensuring such structural components of state security as financial, social, technological, food, foreign economic, demographic, energy, environmental, and minimizing the likelihood of significant threats to national economic interests.[3]

Entrepreneurship in the system of economic security of the state is considered as a sector that operates on the basis of organizational and economic innovation in

order to create products (services) with new methods, open new sources of raw materials, markets to strengthen the innovative component of economic competitiveness.

Given the importance of the place and role of economic security of entrepreneurship in the economic security of the state, the priority subject of implementation of tasks to ensure it is public administration, and policy should be formed on the basis of a clear goal (creating appropriate conditions for starting and running a business, maintaining the appropriate level of protection of the business sector from internal and external threats, strengthening the role of business entities in minimizing economic threats to state security, ensuring innovative development and competitiveness of the economy), awareness of entities and their functions, mechanisms, methods and tools, resource provision [2].

The priority tasks of public administration bodies as a subject of implementation of the policy of economic security of entrepreneurship are to prevent the occurrence of such threats as reducing the level of business activity, subjective complication of access to business or economic resources, illegal interference in business entities, monopolization economy, a significant decrease in the level of efficiency of financial and economic activities and the use of resources for the critical mass of enterprises, the deterioration of the competitiveness of enterprises (including in the sectorial-territorial aspect), the formation of irrational and inefficient sectorial structure; significant reduction in production in basic economic activities.

The problem of economic security of entrepreneurship is exacerbated in periods of socio-economic instability, crisis, and changes in public administration, which are characterized by the likelihood of increasing systemic risks that significantly reduce the motivation of entrepreneurial activity.

Ensuring the economic security of entrepreneurship is an important task of public policy as a prerequisite for the intensification of entrepreneurial activity, which is an important factor in socio-economic development and security, allows strengthening the innovative component of the competitiveness of the national economy [2].

The decisive role of economic security of entrepreneurship in the system of economic security of the state requires significant improvement of methodology and methods of its research. In contrast to established theoretical approaches, where entrepreneurship is mostly considered as a commercial component of the business entity, and business security is associated with the economic security of the enterprise or its activities, in the economic security of the state entrepreneurship should be considered as a sector of the national economy. Creation of innovations, implementation of activities on the basis of "entrepreneurial spirit" is a source of development of innovative economy, within which due to better organization of production, economic and financial processes increases the potential and competitiveness of the economy, improves the country's position in the international division of labor [2].

Economic security of entrepreneurship is characterized by a set of conditions (socio-psychological, organizational and professional, resource, financial and

economic) initiation and implementation of entrepreneurial activity, the level of protection of the business sector from internal and external threats, and the place of entrepreneurship in minimizing economic security risks.

References:

1. Popivniak, O. I. On the denition of customs security in theory and legislation. *Visnyk NTUU «KPI»*. 2018. Vol. 1(37). P. 87–91. [https://doi.org/10.20535/2308-5053.2018.1\(37\).152864](https://doi.org/10.20535/2308-5053.2018.1(37).152864)
2. Pudrik, D. V. The concept of «customs security» in modern legal science. *Naukovyi visnyk Mizhnarodnoho humanitarnoho universytetu. Ser. Yurysprudentsiia*. 2016. Vol. 24. P. 106–108.
3. Razumova, O. Customs security concepts in the context of Ukraine’s national security. *Pidpryiemnytstvo, hospodarstvo i parvo*. 2019. Vol. 3. P. 165–158

OPTIMIZATION OF ENTERPRISE COSTS AS A WAY TO ACHIEVE COMPETITIVE ADVANTAGE

*Pakulina A A., Candidate of Economic Sciences., Associate Professor
Kharkiv National University of Civil Engineering and Architecture
Rudas D.S.*

V. N. Karazin Kharkiv National University

Cost management is a system of purposeful influence on the composition, structure and behavior of costs and their factors at all stages of formation and distribution of costs, based on the use of objective economic laws and management functions to increase the efficiency of the enterprise based on cost optimization, ensuring its competitiveness in the market and the achievement of strategic goals and current objectives of its development. The main task of cost management is to find the most efficient way to use available resources, namely cost optimization [1].

The process of optimizing the activities of the enterprise - is ways to find the most effective management methods in which the company would get the maximum effect with minimum costs.

Cost optimization is a continuous process of planning, accounting, analysis, cost control and decision-making on further economic policy of the enterprise using tools to motivate employees at all levels of the existing organizational structure. Planning is carried out in order to determine the required level of costs to ensure the efficient operation of the enterprise, as well as the calculation of profits that will be obtained at a certain level and cost structure; accounting - involves observation, identification of measurements and registration of the facts of consumption of resources in the process of economic activity of the enterprise; the analysis is carried out in order to determine the degree of rationality of costs and assess the impact of relevant factors on their level; organization and control - is to determine the places of formation of costs and centers of responsibility in order to track the causes of overspending or savings and identify those responsible for it; decision-making in the

field of costs is carried out in order to justify the feasibility of production of certain types of products, the choice of equipment and technology, the formation of the product range of the enterprise, etc.

Based on the characteristics of each enterprise and its activities, managers of management services can apply the following areas of cost optimization, which were developed by us as a result of a comprehensive analysis of the topic of costs.

The first is the establishment of the cost management system itself: the reduction of the management staff and the organization of detailed cost accounting. In the cost management mechanism, economic principles are implemented through the organizational system. Organization is the most important element of effective cost management. It establishes how the company manages costs, i.e. who does it, in what timeframe, using what information and documents, in what ways. The places of occurrence of expenses, norms of expenses and the centers of responsibility for their observance are defined. A hierarchical system of linear and functional relationships of managers and specialists involved in cost management is being developed, which should be compatible with the organizational and production structure of the enterprise. The organization and detailing of costs will allow professionals to clearly identify where exactly you can reduce costs, and where there are unnecessary overspending.

If costs are considered as a tool to increase profits, it is necessary to analyze in order to optimize each of their parts. One of the important parts of the cost is the cost of labor.

Thus, the second direction is the optimization of labor costs. Wages are one of the elements of costs, has its own structure and forms the payroll of full-time employees.

Reserves to reduce labor costs are to increase productivity by automating trade processes, improving the organization of trade and labor, as well as improving the use of working time by eliminating possible losses, increasing the level of discipline and responsibility of employees.

Improving productivity can be achieved by using the following proposals:

- mechanization and automation of production, application of efficient equipment and new efficient developments, replacement or modernization of old equipment;
- introduction of economic management methods, improvement of pricing, financial and credit mechanism, etc .;
- optimization of the number of employees of certain professions, training of employees, building an effective system of material incentives.

To increase labor productivity, it is important to organize it - the preparation of the workplace, ensuring proper material and technical base, the rational organization of working time.

Optimization also motivates staff. Thus, if wages are paid not at a fixed rate, but partly as a percentage of sales or bonuses for achieving certain results, it will motivate employees, increase profitability and reduce labor costs in case of non-compliance with a specific implementation plan or tasks.

However, optimization through motivation can have negative side effects when management encourages employees to act outside the best interests of the enterprise. In this case, the control system leads to a lack of coincidence of goals. Conversely, when management motivates the desired behavior for the organization, in this case, experts describe this condition as a situation in which the goals of the organization and the goals of employees coincide.

Results management can cause disagreement goals, especially if the organization's desired results can only be partially determined. Then employees will focus their efforts only on those areas of work that are monitored by the management system, no matter how desirable for the purposes of the organization as a whole. In other words, they will primarily try to improve their own performance, regardless of how well their actions work to achieve common organizational goals. In addition, employees may ignore some important areas if these areas are not tracked by the management system [2].

Another important part of the costs is the material costs included in the cost of production. The process of purchasing raw materials must also be orderly and organized. The next direction of cost optimization is to review the company's procurement process. It is necessary to hold a tender among suppliers and choose the most favorable terms for the purchase of raw materials. It is necessary to conduct a thorough analysis of logistics channels to identify the current state of stocks and identify ways to reduce them. In many cases, this can be achieved by reducing the number of warehouses or their partial combination.

It is also necessary to improve the work of the logistics department (reducing the number of items and the distance of transportation). With a rational organization of the supply process will reduce the number of stocks, including the volume of finished but not sold products. The vacated warehouses can be rented out, thus thawing part of the cash resources.

Revision of the material and technical base of the enterprise can also be considered in the direction of cost optimization: the introduction of new, advanced and innovative machinery and equipment, the use of new raw materials, automation and mechanization of production equipment.

But this direction is quite ambiguous and far-sighted. The cost management service should analyze the economic benefits of purchasing new or upgrading old equipment. The analytical information provided with calculations for the purchase or upgrade of equipment will help managers make the right decisions to incur such costs.

The next direction is to study and eliminate the causes of marriage. Maintaining analytical accounting of marriage, its classification will facilitate its timely detection, elimination and prevention. This will reduce costs by reducing losses from marriage and other unproductive costs, which will reduce and more efficient use of industrial waste.

Another measure to reduce costs can be considered the introduction of the concept of value chain in the enterprise. Establishing close relationships with suppliers and customers. The value chain is a coordinated set of activities that create

value for the company, from the source of raw materials for suppliers of the company to the finished product delivered to the end customer, including customer service. At the same time, attention is focused not only on the processes taking place within the enterprise, but also much more broadly, going beyond a specific enterprise. The company can get a significant advantage by interfering in the work of suppliers and gaining certain cost benefits. On the other hand, the company can improve its competitive advantage by focusing on customer service.

Analyzing value chains, the company can increase its competitiveness by identifying hidden reserves and further optimization of certain activities.

Reducing and optimizing costs will always remain a pressing issue in any business. A rationally functioning cost management system, as a result of which decisions are made aimed at improving the efficiency of production and economic activities, gaining competitive advantage and increasing the profitability of the enterprise, will contribute to its success and prosperity.

Summarizing the above, it should be noted that one of the main means of obtaining more profit and achieving competitive advantage is not just reducing, but optimizing costs.

A comprehensive analysis of the costs of the enterprise determines that in the course of economic activity of the enterprise to achieve competitive advantage can be achieved through the use of the following areas of optimization:

- improving the cost management system;
- optimization of labor costs and increase productivity;
- improving the procurement process;
- organization of the logistics department;
- purchase of new or modernization of old equipment;
- studying the causes of marriage;
- implementation of the concept of value chain.

Enterprise cost management is a whole independent system and it can work more efficiently when available resources are used economically and efficiently. In this case, the system can provide an active and systematic search for opportunities to reduce costs, and thus ensure the development of the enterprise and increase its competitiveness.

For the successful operation of the enterprise, managers must pay more attention to the establishment of a cost management system, apply new measures and areas of cost optimization, it is necessary to study and apply the experience of foreign companies.

Література:

1. Зоріна О. А. Управління підприємством. *Науковий вісник Національного університету ДПС України (економіка, право)*. 2010. № 2 (49). С. 59–66.

2. Пустовіт Л. Є. Система контролінгу як чинник стабільності діяльності підприємств : сайт URL: http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Staftp/2012_53/files/ST53_38.pdf

ІНСТРУМЕНТАРІЙ ПОТЕНЦІАЛУ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ

*Аванесова Н.Е., д-р екон. наук., професор,
зав. каф. менеджменту та публічного адміністрування*

*Марченко О.В., канд. екон. наук.,
доцент кафедри фінансів та кредиту*

*Колодяжна Т.В., канд. екон. наук.,
доцент кафедри фінансів та кредиту*

Харківський національний університет будівництва та архітектури

На теперішній час багато підприємств України характеризуються низькими темпами зростання фінансових результатів їх діяльності, а деяким суб'єктам господарювання взагалі притаманна тенденція до зменшення їх доходів та прибутків. Поряд з об'єктивними причинами цього явища, що обумовлені, зокрема, загальним станом вітчизняної економіки, негативні тренди фінансових результатів підприємств часто викликані відсутністю у їх власників та менеджерів належних знань та навичок стосовно оцінювання потенціалу економічного розвитку підприємств [1].

Складність такого оцінювання обумовлена, серед іншого, тим, що при цьому необхідно виконувати детальне аналізування усіх сторін діяльності підприємства з урахуванням впливу зовнішнього середовища. Тому важливо, щоб оцінювання потенціалу економічного розвитку підприємства здійснювалося із використанням дієвого інструментарію та наукового обґрунтованих моделей такого оцінювання.

Складність та багатогранність економічного розвитку підприємств обумовлює необхідність формування інструментарію його забезпечення.

Також використаємо тлумачення терміну «інструментарій економічного розвитку підприємства»: це повна впорядкована сукупність взаємозв'язків між елементами організаційної структури управління економічним розвитком підприємства та між цими елементами та його зовнішнім середовищем, що здійснюються у вигляді інформаційних потоків, а також характеристика цих взаємозв'язків (стосовно їх змісту і способів розповсюдження) та процедур їх генерування, які базуються на праксеологічних закономірностях прийняття господарських рішень.

Розгляд особливостей формування потенціалу економічного розвитку підприємств надав можливість визначити основні чинники, які обумовлюють процес такого формування.

Зокрема, було виділено такі групи цих чинників:

1) за місцем розташування відповідних чинників: чинники, що характеризують або утворюють внутрішнє середовище підприємства; чинники, що характеризують або утворюють зовнішнє середовище підприємства;

2) за характером впливу на реалізацію потенціалу економічного розвитку підприємства: чинники, які позитивно впливають на процес реалізації

потенціалу економічного розвитку підприємства; чинники, які негативно впливають на процес реалізації потенціалу економічного розвитку підприємства (бар'єри на шляху до такої реалізації);

3) за можливістю керування відповідними чинниками: керовані чинники; умовно керовані чинники; некеровані чинники;

4) за зміною (незмінністю) протягом певного періоду часу: статичні, рівень яких залишається незмінним протягом розрахункового періоду; динамічні;

5) за часом, необхідним для зміни (активізації) відповідних чинників: короткострокові; середньострокові; довгострокові;

6) за характеристикою взаємозв'язків між показниками діяльності підприємства: первинні; вторинні (похідні);

7) за місцем у ієрархії: чинники безпосереднього впливу; чинники опосередкованого впливу відповідного порядку (першого, другого тощо); базисні чинники;

8) залежно від виду економічного потенціалу, який обумовлюють відповідні чинники: чинники, які обумовлюють наявний економічний потенціал підприємства; чинники, які обумовлюють стратегічний економічний потенціал підприємства;

9) за способом оцінювання чинників: кількісні; якісні;

10) за видами економічного розвитку підприємства: чинники формування потенціалу людського розвитку підприємства; чинники формування потенціалу технічного розвитку підприємства; чинники формування потенціалу технологічного розвитку підприємства; чинники формування потенціалу продуктового розвитку підприємства;

11) за функціональними властивостями підприємства: чинники формування потенціалу економічного розвитку підприємства за його критеріальною функціональною властивістю; чинники формування потенціалу економічного розвитку підприємства за його частковою функціональною властивістю.

Окрему увагу треба приділити тій обставині, що, окрім властивостей самого підприємства та його складників, у процесі оцінювання потенціалу економічного розвитку суб'єкта господарювання потрібно враховувати та аналізувати також і властивості його зовнішнього середовища. Це обумовлено тим, що стан зовнішнього середовища підприємства суттєво впливає на потенціал його економічного розвитку [2].

Література:

1. Avanesova N., Kolodyazhna T. Strategic prospects for the development of enterprises of the military-industrial complex of Ukraine. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління (електронний науково-практичний журнал)*. 2018. №4(15). с. 140–144.

2. Avanesova N., Marchenko O., Kolodyazhna T. Modern trends in personnel safety of enterprises. *Сучасний стан наукових досліджень та технологій в промисловості*. 2019. No 3 (9). С. 5–11.

ЧЕТВЕРТИЙ ЗАКОН ЛОГІСТИКИ

*Бабайлов В.К., к.е.н., доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Як відоме з літературних джерел термін і поняття «Логістика» походить від грецького терміна «logistike», що означав искусство вычислять, рассуждать [1]. Как отмечается в литературных источниках практика логистики существовала ещё в Римской империи. Были известны «логисты», или «логистики», которые занимались распределением продуктов питания. Наука логистика достаточно молодая. Основателем её считается французский военный специалист начала XIX века Джомини [1]. Он определял логистику как «практическое искусство маневра войсками». Особенно бурное развитие она получила в период второй мировой войны как наука о рациональном управлении движением вначале только материальными потоками в сфере обращения, а затем и в производстве.

В настоящее время представление о логистике значительно обогатилось и углубилось. Логистика как практика, логистическая практика, или просто логистика – это рациональная организация потоков [2]. В этом её сущность. «Рациональная» означает – наиболее эффективная.

На думку автора роль логістики в майбутньому буде тільки зростати. Їй пов'язане це, перш за все, з тим, що майбутня постіндустріальна епоха буде підприємницькою епохою. Її особливе значення будуть набувати саме закони логістики.

Однак за всю багатовікову історію розвитку логістики були відкриті тільки три закони логістики (20-80, 10-70, 5-50) [1]. Закони логістики з'являються ефективними засобом значного зменшення зусиль без суттєвих збитків у результатах. Так, перший закон логістики 20-80, показує, що можливі тільки 20% зусиль (замість 100%), щоб одержати 80% результатів (замість 100%). Тобто, кількість зусиль зменшується у п'ять разів ($100:20=5$); при цьому результати зменшуються лише в $100:80=1,25$ рази.

Другий закон логістики 10-70 зменшує зусилля не у п'ять, але у десять разів ($100:10=10$); при цьому результат зменшується лише в $100:70=1,43$ рази.

Третій закон логістики 5-50 є удосконаленням і подальшим розвитком другого закону логістики 10-70; його використання зменшує зусилля не у десять, але у двадцять разів ($100:5=20$); при цьому результат зменшується лише в $100:50=2$ рази.

Однак недостатність кількості приватних законів логістики досі не дозволяє встановити й єдиний, *основний* закон логістики.

Мета даної доповіді – спроба встановити ще один – *четвертий* закон

логістики. При цьому автор виходил з самої сутності всіх законів логістики. Вона заключається в становленні співвідношення між величинами причин і наслідків (результатів). Так, перший закон логістики 20-80 встановлює, що 20% причин забезпечує 80% наслідків (результатів). Другий закон логістики – закон 10-70 встановлює, що 10% причин забезпечує 70% наслідків (результатів). Третій закон логістики – закон 5-50 встановлює, що 5% причин забезпечує 50% наслідків (результатів).

Однак інших законів логістики досі не існує. Але у реальній практиці логістики існує необхідність во всіх інших кількісних співвідношеннях причин і результатів.

В даній доповіді пропонується ще одне співвідношення причин і результатів, яке випливає з чисто простого і логічного міркування й яке, як ні парадоксальне, – не потребує особливих доказів. Дійсно, вся практика свідчить, що відсутність причин завжди веде й до відсутності наслідків (результатів)! Але цей очевидний факт – є не ще інше, як ще один, невід’ємний закон логістики, *четвертий закон логістики!*

Висновок. Роль даного закону логістики важко переоцінити – тому що, саме він дозволяє проєкстраполірувати і з’єднати всі дискретні залежності чотирьох законів логістики в одну суцільну залежність будь-яких значень результатів від будь-яких значень причин! Це без сумніву буде сприяти підвищенню економічного потенціалу будь-якого підприємства.

Література:

1. Бабайлов В. К. Теория метода: монография. Харків: ХНАДУ, 2011. 232 с.
2. Бабайлов В. К. Менеджмент: Наука и практика: учебник. Х.: ХНАДУ, 2015. 276 с.

ОСНОВНИЙ ЗАКОН ЛОГІСТИКИ

*Бабайлов В.К., к.е.н., доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Поняття «Основний закон» будь-якої сфери діяльності був обґрунтований в [1]. В [1] вперше встановлена важлива роль основного закону. Саме основний закон відображає сутність будь-якого явища. Зараз вже відомі основні закони таких важливіших сфер діяльності як: економіки (економіка є організація вартості); менеджмента (менеджмент є організація будь-якої діяльності); інженерії (інженерія є організації технік); адміністрації (адміністрація є організація персоналу); маркетинга (маркетинг є організація обміну) тощо. Місце основного закону ясно видно з моделі розробки парадигм [1]. З неї слідує, що основний закон є одним з елементів змісту основної теорії.

Основний закон може бути встановлений у результаті узагальнення значної частини приватних законів. Однак, як свідчить огляд літературних джерел,

основний закон такої важливої сфери діяльності якою є логістика досі не встановлений.

Метою даної доповіді й було встановлення, формулювання, організація основного закону логістики. Вся практика дослідницької діяльності автора привела до висновку, що досі не було реальних передумов для встановлення основного закону логістики. Справді було не реально встановити основний закон логістики на основі узагальнення тільки трьох існуючих на теперешній час приватних законів логістики – законів 20-80; 10-70; 5-50 [2]. Дійсно, вони лише надають інформацію тільки в досить обмеженого діапазону причин (від 5% до 20%) і наслідків (результатів) тільки від 50% до 80%. Але як себе проявляють причини і результати за межами даного діапазону досі було невідоме. Ясно, що для проведення екстраполяції не було можливості – помилка могла бути занадто значною.

Для рішення цієї проблеми автор висказав гіпотезу о можливості встановлення ще двох приватних законів логістики, причому в двох ключових місцях діапазону: у самому його началі і у самому кінці.

Так, насправді, можливо зтверджувати, що відсутність причин (нуль причин) неминуче веде до відсутності (нулю) й наслідків (результатів). Й це є один новий четвертий приватний закон логістики.

Більш за те, не підлягає сумніву, що й на прикінці діапазону 100% причин обов'язкове приведе до 100% наслідків (результатів). Це ще один – п'ятий приватний закон логістики. Ясно, що наявність вже п'ятьох приватних законів логістики надає можливість їх узагальнення шляхом екстраполяції, тобто проведення кривої через п'ять точок, охоплюючих фактично увесь діапазон причин і наслідків. Така крива залежності причин і наслідків і є основний закон логістики.

Висновок. Основний закон логістики має важливіше практичне значення: він дозволить отримати дані про співвідношення будь-яких величин причин і наслідків (результатів) причому у всьому діапазоні їх величин. Це підвищить економічний потенціал будь-якого підприємства.

Література:

1. Бабайлов В. К. Модель разработки парадигм: важнейшие свойства. *Новий колегіум*. 2016. № 3. С.48–53.
2. Бабайлов В. К. Теория метода: монография. Х. : ХНАДУ, 2011. 232 с.

П'ЯТИЙ ЗАКОН ЛОГІСТИКИ

*Бабайлов В.К., к.е.н., доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Як було доведено в [1] майбутня постіндустріальна епоха, яка наближається, – це підприємницька епоха. Для неї характерним буде зростання ролі новшеств. Причому новшеств, впровадження яких зменшит витрати і

підвищити результати. А це означає підвищення ролі такої галузі діяльності як логістика. В теперешній час уявлення про логістику значно збагатилося і поглибилося. Логістика як практика, логістична практика, або просто логістика – це раціональна організація потоків. В цьому її сутність. «Раціональна» означає – найбільш ефективна.

На думку автора роль логістики в майбутньому буде тільки зростати. В останні роки досягнутий значний прогрес у розвитку логістики. Особливим результатом в цьому напрямку було відкриття двох нових законів логістики – закону 10-70 і 5-50 [2]. Однак саме відкриття нових законів логістики поставило й нову проблему – необхідність формулювання не тільки нових приватних законів логістики, але й необхідність формулювання *основного* закону логістики, як наслідка, узагальнення всіх її приватних законів. Й чим більше буде приватних законів, тим найбільш точним, аргументованим буде й основний закон логістики.

Метою даної доповіді є обґрунтування *нового* приватного закону логістики. Суть даного закону випливає з наступного. Аналіз вже відомих трьох законів логістики приводить до висновку, що всі вони відображають кількісну залежність результатів (наслідків) від відповідних причин. Так, перший закон логістики 20-80 встановлює, що 20% причин забезпечує 80% наслідків (результатів). Другий закон логістики – закон 10-70 встановлює, що 10% причин забезпечує 70% наслідків (результатів). Третій закон логістики – закон 5-50 встановлює, що 5% причин забезпечує 50% наслідків (результатів).

Однак інших законів логістики досі не існує. Але у реальній практиці логістики існує необхідність відносно всіх багатьох інших кількісних співвідношеннях причин і результатів.

В даній доповіді пропонується ще одне співвідношення причин і результатів, яке випливає з чисто простого і логічного міркування й яке, як ні параадоксальне, – не потребує особливих доказів. Дійсне, вся практика свідчить, що всі 100% причин завжди приведуть й до 100% наслідків (результатів)! Й цей очевидний факт – є не ще інше, як ще один закон логістики, *новий, п'ятий* закон логістики!

Висновок. Роль п'ятого закону логістики виключно важлива – тому що, саме він дозволяє проєкстраполірувати і з'єднати всі дискретні залежності трьох відомих законів логістики з даним новим законом в одну суцільну залежність будь-яких значень результатів від будь-яких значень причин! Це б буде сприяти підвищенню економічного потенціалу будь-якого підприємства.

Література:

1. Бабайлов В. К. Предпринимательство: концепция новой парадигмы. *Проблеми і перспективи розвитку підприємництва*: збірник наукових праць Харківського національного автомобільно-дорожнього університету. 2013. №1(4). С. 9–13.

2. Бабайлов В.К. Теория метода: монография. Харків: ХНАДУ, 2011. 232 с.

РИЗИК-МЕНЕДЖМЕНТ ЯК ОСОБЛИВА ФОРМА ОРГАНІЗАЦІЇ ПРИЙНЯТТЯ РІШЕНЬ

*Бабайлов В.К., к.е.н., доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет
Левченко Я.С., PhD, доцент,
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Як відомо з літературних джерел в даний час вже чітко склалося визначення сутності менеджменту, як організації будь-якої діяльності [1]. Однак це занадто загальне уявлення про менеджмент. Конкретно будь-який менеджер зайнятий тільки організацією прийняття рішення стосовно проблеми, що склалася; потім відбувається прийняття рішення; і на основі прийняття рішення відбувається вже саме рішення проблеми [2]. *Організація прийняття рішення* – це процедура будь-якого менеджменту, яка проводиться через *аналіз проблеми, який включає чотири процедури*:

1. перший крок у аналізі - це чітке розуміння, діагностика, визначення суті, характеру проблеми;
2. другий крок (другий елемент змісту аналізу) – це генерування будь-яких альтернатив вирішення проблеми поза їх логічного осмислення (наприклад, за допомогою методики мозкового штурму);
3. третій елемент – усунення, виключення нереальних альтернатив;
4. четвертий елемент – оцінка і порівняння реальних альтернатив.

І на цьому аналізі проблеми закінчується.

Всі ці чотири елементи змісту аналізу є не чим іншим, як організацією, підготовкою прийняття рішення, підготовка синтезу. Звідси синтез (сутність) – це прийняття рішення. Це організація підсумку аналізу, висновків, заключення, резюме. Це разовий акт вибору однієї найефективнішої альтернативи [2]. При цьому, як свідчить практика організації реальних альтернатив, практика всіх видів менеджменту, їх кількість зазвичай необмежена. Вона може бути найрізноманітнішою.

Тому в даній роботі звернено уваги до унікальної особливості ризик-менеджменту (Р-М), урахування якої приведе до значного скорочення часу організації прийняття рішення в умовах ризику. Ця особливість зводиться до наступного: відбір реальних альтернатив у РМ має постійний, стандартний характер і зводиться тільки до чотирьох стандартних реальних альтернатив, до чотирьох стандартних методологій РМ:

Повне страхування – повне позбавлення від ризику, продаж ризику, зменшення ризику до нуля;

Часткове страхування (попередження виникнення ризику);

Зменшення ризику за рахунок встановлення його без ризикової частини;

Відбір меншого серед можливих ризиків без зменшення самих ризиків.

Отже, проведений аналіз веде до таких висновків:

Всі види менеджменту (виробничий, державний, підприємницький,

маркетинговий, інженерний, адміністративний, бізнес-менеджмент тощо) мають як риси схожості, так і відмінності;

Схожість має прояв, перш за все, в існуванні трьох етапів в будь-якому менеджменті: організації прийняття рішення; прийняті рішення; рішенні проблеми;

Відмінність – у різних предметах різних видів менеджменту (у різному характері їх проблем);

Але ризик-менеджмент має особливу, унікальну відмінність: якщо організація прийняття рішення для всіх видів менеджменту включає обов'язкову необхідність чотирьох кроків, то у практиці ризик менеджменту такий крок, як формування набору реальних альтернатив, має стандартний, незмінний состав; він включає чотири стандартні методології.

Дана обставина дозволяє практичним ризик-менеджерам суттєво зменшити обсяг робіт з організації прийняття рішення проблеми, тобто суттєво підвищити ефективність своєї діяльності.

Література:

1. Бабайлов В. К. Менеджмент. Наука и практика: учебник. Х.: ХНАДУ. 2018. 276 с.
2. Бабайлов В. К. Методологія наукових досліджень: навч. посібник. Х.: ФОП Бровін, 2019. 150 с.

СПОЖИВЧА ВАРТІСТЬ АРИСТОТЕЛЯ – ЇЇ ІСТИНИЙ СЕНС

*Бабайлов В.К., к.е.н., доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет
Левченко Я.С., PhD, доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

У 2020 році був зроблений несподіваний висновок, що так звана «споживча вартість» не існує – не існує взагалі [1]! Споживча вартість (правильніше – «потребницька вартість») походить від терміну і поняття «потреби». В [1] аргументовано, що потреби будь-якої природи, будь-якого походження не мають вартості, тому що потреби неможливо обміняти ні на товар. Тому потребницька вартість теж дорівнює нулю. Це погоджується й з висновками А. Сміта, який стверджував, що існує тільки трудова вартість – вартість визначається тільки витратами праці [2]. Однак його послідовник Д. Рікардо вважав, що вартість визначається не тільки витратами праці, але й потребами покупця [2]. Більш за те, маржиналісти взагалі вважали, що вартість визначається тільки потребами покупця, споживача. Але мабуть найбільший вплив на помилкову точку зору відносно існування «*потребницької*» вартості має такий авторитетний вчений, яким без сумніву є Аристотель. Саме Аристотель вперше ввів термін і поняття «споживча вартість». Тому метою даної роботи є визначення істинного сенсу споживчої вартості Аристотеля.

Аналіз поглядів Аристотеля щодо споживчої вартості свідчить, що він споживчу вартість визначав як вартість, яка повністю споживається у натуральному господарстві. Тобто він робить акцент на споживанні вже створеної вартості всередині домашнього (натурального) господарства. Тобто, Аристотель фактично ніде не стверджує про походження споживчої вартості від потреб споживача. Він взагалі залишає осторонь питання про джерела, про причині походження споживчої вартості і про визначення її величини. Тому його визначення споживчої вартості ґрунтується на суто зовнішньому – на наслідках, але не на причині, не на істинному джерелі виникнення споживчої вартості. Аристотель взагалі ігнорував саме джерело виникнення вартості. Він приймає як факт існування споживчої вартості, але залишає питання її походження без уваги. Він ще не дійшов до розуміння важливішої ролі праці, витрат праці в формуванні вартості. Це буде зроблено значно пізніше А. Смітом. Саме Сміт запропонував найглибшу ідею, що до споживчої вартості – треба її, перш за все, створити. І тільки після цього можна говорити про споживання створеної вартості (яка, до речі, і дорівнює споживчій вартості Аристотеля). А створення вартості відбувається тільки у процесі витрат праці. Тобто природа (джерело вартості) тільки в витратах праці. Із проведеного аналізу ясно, що споживча вартість Аристотеля – це фактично трудова вартість.

Проведений аналіз споживчої вартості Аристотеля дозволяє стверджувати, що не існує протиріччя між висновком про відсутність споживчої вартості і існуванням споживчої вартості Аристотеля. Вся справа в тому, що споживча вартість Аристотеля фактично є не споживча, а трудова вартість!

Література:

1. Бабайлов В. К., Приходько Д. О. Джерело утворення вартості: момент істини. *Проблеми і перспективи розвитку підприємництва*: Збірник наукових праць Харківського національного автомобільно-дорожнього університету. 2019. № 2 (23). Харків: Стиль-Издат. С. 13–20.
2. Бартечев С. А. Экономические теории и школы (история и современность) : курс лекций. М.: БЕК, 1996. 352 с.

УПРАВЛІННЯ КАДРОВИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА

*Бачинська О.М., к.е.н., викладач
Подільський спеціальний навчально-реабілітаційний
соціально-економічний коледж*

Сьогодні головним чинником виробництва вважається кадровий потенціал підприємства, від рівня розвитку якого залежить ефективність господарської діяльності та місце підприємства на ринку.

Не варто вважати категорії «кадри» і «кадровий потенціал» тотожними. Кадри – це статична (кількісна) чисельність працівників різних спеціальностей,

а кадровий потенціал – величина динамічного характеру, яка відображає такі якісні параметри як мобільність кадрів, трудову та інноваційну активність тощо.

При формуванні кадрового потенціалу будь-якого підприємства варто пам'ятати, що він характеризується кількісними (стосується чисельності персоналу; статевого складу працівників; стажу роботи; віку співробітників) та якісними показниками (професійні характеристики; досвід; психологічні особливості людей), які необхідно враховувати, адже саме вони здійснюють вплив на організаційну культуру та клімат у колективі загалом. Трудовий потенціал підприємства в цілому визначається такими характеристиками:

- рівнем і змістом професійних знань, вмінь, навичок;
- демографічними особливостями;
- психомотиваційним механізмом професійної діяльності;
- специфічними характеристиками, які пов'язані з конкретними

особливостями вимог підприємств-роботодавців [1, с. 9].

Всі елементи системи управління кадровим потенціалом умовно можна розділити на три блоки:

1) технології формування персоналу, до яких відносяться кадрове планування, визначення потреби в наймі, набір, відбір, прийом, вивільнення, іноді сюди включають адаптацію працівників;

2) технології розвитку персоналу, які об'єднують навчання, кар'єру і формування кадрового резерву;

3) технології раціонального використання персоналу, що включають оцінку, мотивацію, нормування праці [2].

Управління кадровим потенціалом повинно бути систематичним комплексним процесом і починатись з планування. Ця система охоплює ряд підсистем, зокрема: вивчення ринку праці і формування вимог до потенційних працівників; застосування певних методик відбору кандидатур та оцінки їх компетентності; реалізацію новітніх форм навчання персоналу і формування кадрового резерву; впровадження дієвої системи мотивації праці і соціального розвитку підприємства, а також системи управління кадровою безпекою.

Кадровий потенціал характеризується мінливістю (не стабільністю), що закономірно пов'язана з його активністю як відповідною реакцією на зміну умов зовнішнього середовища (макроекономічних, політичних, соціальних, демографічних, правових, ринкових і т. ін.) і внутрішньої структури підприємства. Зміна величини кадрового потенціалу підприємства відбувається за рахунок:

- руху кадрів (звільнення, додаткового прийому працівників);
- зміни кваліфікації як через її підвищення, так і через зниження (застарівання знань, втрати вмінь);
- зміни (підвищення або зниження) мотивації працівників;
- створення умов, що сприяють прояву індивідуально кваліфікаційного потенціалу і професійних характеристик працівника;
- виникнення конфліктних ситуацій у колективі [3].

А. Міненко та Д. Альохін [4] вважають, що для ефективної реалізації програми управління кадровим потенціалом необхідно визначити її мету і завдання. Основна мета має полягати в забезпеченні продуктивної роботи підприємства в сучасних умовах господарювання. Завданнями досягнення сформованої мети повинні бути наступні:

- кваліфікований розвиток наявного персоналу;
- залучення нових кваліфікованих фахівців, яких бракує виробництву;
- створення оптимальних умов для ефективної роботи працівників;
- забезпечення необхідного еквіваленту мотивування діяльності персоналу.

Отже, управління кадровим потенціалом є складним процесом, який вимагає від керівництва комплексного підходу до його організації. Не устаткування і виробничі запаси, а саме кадровий потенціал є запорукою конкурентоспроможності та економічного росту підприємства.

Література:

1. Слиньков В. Н. Управление персоналом (Практические рекомендации). К. : Алерта, 2004. 240 с.
2. Корінь М. В., Шевченко О. О., Шовкопляс О. О. Управління розвитком кадрового потенціалу підприємства в сучасних умовах. URL : <http://btie.kart.edu.ua/article/viewFile/123676/118277> (дата звернення: 26.10.2020).
3. Дашко І. М. Кадровий потенціал: сутність та фактори розвитку. URL: http://www.economy.in.ua/pdf/1_2017/16.pdf (дата звернення: 28.10.2020) (дата звернення: 28.10.2020).
4. Міненко М. А., Альохін Д. І. Управління кадровим потенціалом суб'єктів господарювання. URL : http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/-9_2019/5.pdf.

ВПЛИВ АДАПТИВНОГО ПОТЕНЦІАЛУ НА ЕКОНОМІЧНУ ЕФЕКТИВНІСТЬ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

*Безугла Ю.Є., к.е.н., доцент
Українська інженерно-педагогічна академія
Лиман Т.І., здобувач вищої освіти
Українська інженерно-педагогічна академія
Рогоза Н.С., здобувач вищої освіти
Українська інженерно-педагогічна академія*

Домінантною проблемою впливу адаптивного потенціалу на економічну ефективність найчастіше є проблема вибору, що стосується того, як і яким чином проводити, розподіляти ресурси, капітал і прибуток. Від рівня адаптивно-економічної ефективності багато в чому залежить вирішення низки соціально-економічних завдань, таких як підвищення рівня життя населення,

швидке зростання економіки, вдосконалення умов праці та відпочинку, зниження рівня інфляції. Відповідно, економічна ефективність промислових підприємств визначається основними факторами: запровадження максимально досяжних потенційно-економічних цілей, орієнтованих на загальний потенціал підприємств; виявлення змін, необхідних для повного розкриття потенціалу підприємств; проведення необхідних змін, досягнення поставлених стратегічних цілей. Всі фактори впливу адаптивного потенціалу на економічну ефективність промислових підприємств є взаємопов'язаними та стратегічно важливими. Слід відзначити, що адаптивно-стратегічні фактори підвищення ефективності діяльності промислових підприємств можуть бути класифіковані за декількома домінуючими ознаками: за основними напрямками розвитку та вдосконалення виробництва, які є комплексами технічних, організаційних та соціально-економічних заходів; за джерелами підвищення ефективності; за сферою застосування.

Отже, об'єктивна оцінка адаптивної ефективності діяльності промислових підприємств має винятково велике значення, оскільки характеризує успішність менеджменту підприємства, формує його імідж, сприяє доступу на ринки капіталу й обґрунтовує доцільність інвестицій. У цих умовах уміння менеджменту оцінити адаптивний потенціал підприємства та визначити шляхи його реалізації з максимальною ефективністю є головним завданням. Підвищення економічної ефективності будь-якого суб'єкта господарювання відіграє визначну роль у його діяльності, тому існує потреба постійного контролю та пошуку шляхів її зростання.

Література:

1. Ареф'єва О. В., Вовк О. М., Кириченко А. І. Формування механізму нарощування ефективності використання резервів розвитку потенціалу підприємства. *Інфраструктура ринку*. 2018. №25. : сайт URL: <http://www.market-infr.od.ua/uk/25-2018>.
2. Бояринова К. О., Цатурян Л. С. Формування механізму управління потенціалом інноваційного розвитку підприємства. *Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу*. 2013. № 3. С. 58–61.

ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

*Блага В.В., к.е.н., доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній
університет*

Ефективність розвитку національної економічної системи в значній мірі залежить від формування інноваційного розвитку суб'єктів господарювання. При цьому інноваційний розвиток підприємств виявляється як в інвестиціях в передові технології виробництва, так і у випуску високотехнологічної

продукції.

У кризових умовах існування сучасне економічне співтовариство прагне до модернізації та переорієнтації виробництв відповідно до потреб ринку шляхом нарощування як матеріальної, так і інтелектуальної складової бізнесу. Це, перш за все, викликано інтелектуалізацією бізнесу в цілому, що відбувається не тільки в наукомістких сферах економіки, але і в матеріаломістких, таких як торгівля, виробництво продуктів харчування, будівництво та інше.

Під інтелектуалізацією виробництва в широкому сенсі розуміється зміщення спектра уваги керівників економічних систем з матеріальної основи бізнесу на нематеріальні можливості і ресурси підприємства: знання, компетентність, здатність до управління, ідеї, пропозиції персоналу. Все це стає частиною активів підприємства, яка здатна впливати на рівень конкурентоспроможності, лояльності клієнтів, зміни попиту на продукцію, репутацію підприємства в бізнес-середовищі та інше. Цінність знань, нестандартного мислення, особисті якості співробітників набувають все більшої значущості. В останні роки затребуваними є фахівці, що володіють високим рівнем знань, професіоналізмом і компетенцією, які становлять інтелектуальний ресурс підприємства. Якщо підприємство вміло й ефективно керує цим ресурсом, ресурс стає інтелектуальним капіталом підприємства, здатним відтворювати і капіталізувати прибуток, тим самим створюючи конкурентну перевагу на ринку.

На практиці підприємства стикаються з жорсткою конкуренцією, що не завжди є добросовісною та чесною. При цьому вони намагаються вижити, використовуючи інтелектуальні важелі, за рахунок чого отримують деякі конкурентні переваги і визнають ефективність своєї інноваційної діяльності. Звичайно, цей шлях нелегкий і в нашій країні не склалася, на жаль, сформована технологія створення та розвитку інноваційного середовища в глобальному виробничому масштабі. Тому протягом ряду років продовжує залишатися завдання підвищення ефективності науково-технічних досягнень, формування власної інтелектуальної бази досліджень і розробок, яка дозволить істотно підвищити конкурентоспроможність підприємства на ринку.

На випуск нового виду товару або нової асортиментної лінійки на підприємствах впливає ряд чинників, таких як: коливання макроекономічних показників економіки в цілому, рівень затребуваності товару на ринку, рівень конкурентності в сформованій сфері діяльності, фінансові можливості виробника до розвитку наукоємного виробництва.

На нашу думку, у період кризи збільшуються можливості підприємств до раціоналізації, оптимізації структури витрат на інновації. В період кризових явищ можуть формуватися додаткові коопераційні зв'язки між підприємствами реального сектора економіки, закладами вищої освіти і науковими організаціями з питань спільного формування інноваційних проектів.

Прикладом може служити алгоритм комерціалізації патентів Массачусетським технологічним інститутом (МІТ, США):

1. Кожним вченим підписується угода про передачу інтелектуальної власності МІТ.

2. Здійснюється оцінка комерційних перспектив проекту та, виходячи з цього, рішення про патентування затверджується офісом.

3. Проводиться публікація заявки про винахід. Щорічно МІТ повідомляє про 700-800 своїх інноваціях.

4. Приступають до пошуку інвестора, який зможе повністю або частково профінансувати цей проект. Офіс здійснює допомогу в пошуках. Однак, як правило, вирішальну роль на практиці відіграють особисті зв'язки новатора, які і допомагають в знаходженні спонсора. Відсутність інвестора може стати причиною припинення процесу патентування.

5. Трансфер технологій проводиться на підставі ліцензійних угод. МІТ щорічно укладає близько сотні подібних договорів. При цьому винахідник отримує лише частину грошей від комерціалізації, решту коштів витрачаються на проведення подальших досліджень в рамках університетських програм [1].

Варто відзначити, що незважаючи на достатньо високий інтелектуальний і людський потенціал України в розрізі можливостей нових розробок, НДДКР, вітчизняні підприємства не приділяють належної уваги необхідності інвестування інноваційного розвитку бізнесу, розвитку інтелектуального капіталу підприємств, що доводить недосконалість системи довгострокової стратегічної орієнтації підприємств і є важливим моментом в питанні підвищення інноваційної активності підприємств.

В питанні оцінки інноваційного потенціалу підприємства пріоритетним є встановлення взаємозв'язку впливу інноваційного потенціалу на ключові показники діяльності підприємства, а не оцінка як така його в якісному або кількісному вигляді. Встановлення домінуючих елементів інноваційного потенціалу за силою впливу на показники чистого прибутку або ринкової капіталізації дозволяє підприємству орієнтуватися при формуванні стратегії інноваційного розвитку підприємства в цілому.

Література:

1. Інновації в Україні: несподівані факти і цифри: сайт URL: <https://wisegroup.com.ua/ua/innovaci%D1%97-v-ukra%D1%97ni-nespodivani-fakti-i-cifri/>.

ФОРМУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Благой В.В., канд. екон. наук, доцент

Байлов І.А., студент

Харківський національний університет будівництва та архітектури

В умовах складних політичних та економічних перетворень значно зростає рівень непередбачуваності зовнішнього середовища, перед

підприємствами постає ряд складних проблем, вирішення яких вимагає формування гнучкої та адаптивної інвестиційної політики. Ефективним інструментом в вирішенні завдань підвищення конкурентоспроможності та розвитку вітчизняних підприємств є стратегічне управління їх інвестиційною діяльністю, яка може забезпечити стабільність, стати базою для підвищення ефективності функціонування та подальшого розвитку господарюючого суб'єкта.

Актуальність розробки інвестиційної стратегії підприємства визначається рядом умов. Найважливішим з них є інтенсивність зміни чинників зовнішнього інвестиційного середовища. Висока динаміка основних макроекономічних показників, що пов'язані з інвестиційною активністю підприємств, темпи розвитку технологій, часті коливання кон'юнктури інвестиційного ринку, мінливість державної інвестиційної політики і форм регулювання інвестиційної діяльності не дозволяють ефективно управляти інвестиціями підприємства на основі лише раніше накопиченого досвіду і традиційних методів. І, оскільки під впливом багатьох факторів інвестиційні рішення окремих структурних підрозділів підприємства можуть мати різно напрямлений характер, це може призвести до виникнення протиріч і зниження ефективності інвестиційної діяльності в цілому. Тому, однією з умов, що визначають актуальність розробки інвестиційної стратегії підприємства, є його майбутній перехід до нової стадії життєвого циклу. Кожній із стадій життєвого циклу підприємства властиві характерні рівень інвестиційної активності, напрямки і форми інвестиційної діяльності, особливості формування інвестиційних ресурсів і саме інвестиційна стратегія дозволяє заздалегідь адаптувати інвестиційну діяльність підприємства до майбутніх кардинальних змін можливостей його економічного розвитку [1].

Для більш детального розуміння феномену як інвестиційна стратегія, слід дати визначення. Поняття «інвестиційна стратегія» в сучасній економічній літературі тлумачиться як формування системи довгострокових цілей інвестиційної діяльності та вибір найефективніших шляхів їх досягнення. Інвестиційна стратегія визначає можливості поліпшення результатів господарювання суб'єкта за допомогою інвестицій, тобто окреслює напрями інвестування з метою одержання прибутку та збільшення власних активів. Інвестиційну стратегію можна розглядати і як процес стратегічного управління інвестиційною діяльністю. В цьому випадку він включатиме в себе: тактичне управління інвестиційною діяльністю шляхом формування інвестиційного портфелю; оперативне управління інвестиційною діяльністю шляхом оперативного керування окремими інвестиційними проектами та програмами [2]

Поняття інвестиційної стратегії відноситься як до інвестиційного, так і до стратегічного менеджменту. З точки зору стратегічного менеджменту інвестиційна стратегія є однією із функціональних стратегій в стратегічному наборі підприємства, тобто однією із підтримуючих стратегій, яка визначає стратегічну орієнтацію інвестиційної діяльності, яка забезпечує її досягнення поставлених цілей. Мартиненко М. М. та Ігнат'єва І. А. відносять інвестиційну

стратегію до «ключових» функціональних стратегій разом з інноваційною та фінансовою стратегіями [3]. Значна увага приділяється інвестиційній стратегії в інвестиційному менеджменті, де розглядаються її основні напрями, процес формування інвестиційних ресурсів для її забезпечення та процес оцінювання ефективності її реалізації [4].

Важливими компонентами інвестиційного планування на підприємствах є пошук і формування варіантів капіталовкладень, визначення відносних і абсолютних розмірів їх прибутковості, встановлення можливостей фінансування за рахунок різних джерел, оцінювання надійності реалізації та можливості успіху того чи іншого варіанта інвестування. Правильність прийнятих науково-технічних рішень, пов'язаних з практичними можливостями, буде I Міжнародна науково-практична інтернет-конференція «Формування потенціалу економічного розвитку промислових підприємств» 17 виявлятися під час тривалого періоду сприятливого впливу інвестицій на виробництво та збут продукції, збільшення прибутку підприємства [5].

Формування інвестиційної стратегії сучасного підприємства є важливим аспектом у діяльності компанії. Ефективне використання інвестиційних ресурсів підвищує ефективність діяльності підприємства, що сприяє підвищенню конкурентоспроможності підприємства, забезпечує збільшення вартості його активів. Кожне підприємство формує інвестиційну стратегію, виходячи з власних потреб в інвестуванні і враховуючи віддачу від вкладень з точки зору отримання прибутку і забезпечення соціального ефекту.

Література:

1. Поняття інвестиційної стратегії та порядок її формування на підприємстві. URL: <https://buklib.net/books/35293/> (Дата звернення: 30.10.2020)
2. Зобов О. С. Математичне моделювання інвестиційної стратегії підприємств. *Журнал : Молодий вчений*. 2014. №6 (09). С. 119–121.
3. Мартиненко М. М., Ігнат'єва І. А. Стратегічний менеджмент : підручник. К. : Каравела, 2006. 320с.
4. Шляхи підвищення інвестиційної діяльності в Україні: монографія / за заг. ред. В. Г. Федоренка. Ніжин : «Видавництво «Аспект – Поліграф», 2003. 724 с.
5. Якимчук Т. В. Роль інвестиційної стратегії в діяльності підприємства. *Наукові праці НУХТ*, 2008. № 27. С. 144–145.

СИТУАЦІЙНИЙ АНАЛІЗ СТАНУ СЕРЕДОВИЩА ПІДПРИЄМСТВА

*Благой В.В., канд. екон. наук, доцент
Клименко І.В., студент*

Харківський національний університет будівництва та архітектури

Актуальність обраної теми зумовлена тим, що в сучасних умовах

розвитку економіки особливої актуальності набувають проблеми якісної, раціональної організаційно-технічної підготовки у використанні будівельно-монтажних робіт [1].

Об'єктом аналізу є будівельна компанія – одна з перших приватних компаній, яка здійснила в Харкові великі інвестиції в будівництво якісно нової сучасної житлової нерухомості. Компанія має позитивну репутацію і завоювала довіру і повагу місцевих інвесторів.

В даний час підприємство є передовим у Харкові підприємством житлової та комерційної нерухомості. Будівництво ведеться за сучасними індивідуальними проектами з використанням нових технологій, які забезпечують принципово новий рівень якості, що гарантує стабільний попит на запропоновану нерухомість.

В таблиці 1 наведено аналіз факторів макросередовища підприємства.

Таблиця 1 – PEST-аналіз підприємства

| Політика (policy) | Економіка (economy) |
|-------------------------------------|--|
| Ставлення уряду до підприємництва | Рівень життя населення |
| Антимонопоольна політика | Інфляція |
| Податкова політика | Рівень затрат підприємства |
| Сертифікація товарів і послуг | Купівельна спроможність населення |
| | Підвищення цін постачальників |
| Соціум (society) | Технологія (technology) |
| Динаміка чисельності | Поява принципово нових видів будівництва |
| Зниження реальних доходів населення | Широке поширення засобів автоматизації |
| Міграція населення | Нові технології надання послуг |
| Зміна в стилі та рівні життя | Досягнення в області інноваційної обробки будівельних матеріалів |
| Вплив ЗМІ | |

Таким чином, загальний вплив макроекономічного середовища на діяльність підприємства є негативним. Причому найбільший негативний вплив справляють економічні фактори. Високий рівень інфляції, зниження доходів населення впливають на рівень купівельної спроможності споживача і, відповідно, на його споживчі витрати.

На другому місці за ступенем впливу стоять соціальні фактори. Міграція населення у розвинуті в економічному відношенні райони, призводить не тільки до зниження чисельності населення, але й до зміни його соціального статусу. Відповідно, знижується рівень доходів споживачів та їх культурно-освітній статус. Третіми за ступенем значущості є політичні чинники. Усі спроби уряду врегулювати ринок призводить до виникнення різних обмежень у діяльності торговельних підприємств, збільшення витрат виробництва, а отже до зниження рентабельності торгівлі, зниження прибутку [2].

Позитивним впливом на діяльність підприємства можна вважати вплив науково-технічного прогресу. Широке впровадження автоматизованих систем

спрощує і покращує якість обліку, ведення і контролю виробничих процесів, що веде до зниження витрат підприємства.

Формування стратегії, найбільш ефективної і адекватної динамічним умовам зовнішнього середовища і внутрішніх можливостей підприємства, можливо з допомогою SWOT-аналізу підприємства. Першим з його складових є аналіз можливостей і загроз зовнішнього середовища компанії (табл.2).

Таблиця 2 – SWOT-аналіз «Аналіз зовнішнього середовища»

| Можливості | Важливість | Ймовірність | Загрози | Важливість | Ймовірність |
|--|------------|-------------|---|------------|-------------|
| Розширення ринку збуту | 8 | 0,3 | Скорочення ринків збуту | 8 | 0,6 |
| Зниження конкуренції | 9 | 0,5 | Підвищення конкуренції | 9 | 0,5 |
| Зниження податків | 7 | 0,3 | Підвищення податків | 8 | 0,8 |
| Стабілізація законодавства | 9 | 0,5 | Дестабілізація законодавства | 8 | 0,6 |
| Зростання доходів населення | 9 | 0,6 | Спад доходів населення | 9 | 0,6 |
| Зростання соціально-культурного розвитку | 4 | 0,6 | Спад соціально-культурного розвитку населення | 2 | 0,4 |
| Розвиток інформаційних технологій | 5 | 0,6 | Застій інформаційних технологій | 5 | 0,4 |
| Можливості | 24,3 | | Загрози | 28,7 | |

Таким чином, виходячи з даних таблиці 2, загальний вплив макроекономічного середовища на діяльність підприємства є негативним (загрози перевищують можливості). Причому найбільш негативний вплив надають такі чинники, як збільшення конкуренції, спад доходів населення, а також скорочення ринків збуту.

Література:

1. Кіндрацька Г. І. Стратегічний менеджмент: навч. посібник. 2-ге вид., перероб. і доповн. Львів : Вид-во Львівської політехніки, 2010. 406 с.
2. Любимова Н. Р. Оптимізація розподілу фінансових ресурсів в задачі перспективного розвитку виробничо - технологічного комплексу. *Менеджмент в Україні та за кордоном*. 2009. № 4. С. 56–61.

АНАЛІЗ ВНУТРІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА ПІДПРИЄМСТВА

*Благой В.В., канд. екон. наук, доцент
Коляда А.С., студентка*

Харківський національний університет будівництва та архітектури

Актуальність обраної теми зумовлена тим, що в сучасних умовах розвитку економіки особливої актуальності набувають проблеми розробки

ефективної стратегії розвитку підприємства в довгостроковому періоді на основі аналізу впливу чинників зовнішнього та внутрішнього середовища [1].

Організаційно-технічна підготовка будівництва є важливим етапом у підвищенні конкурентоспроможності будівельної продукції. При цьому конкурентоспроможність будівельного підприємства значною мірою залежатиме від здатності виконувати будівельною організацією замовлення на будівництво об'єкта якісно, у встановлені терміни з мінімальними витратами, які забезпечать прибутковість будівельної організації. У зв'язку з цим зростання будівельної галузі з підвищенням обсягів будівельно-монтажних робіт передбачає і підвищення ефективності будівництва за рахунок правильної побудови системи організаційно-технічної підготовки.

Другий із складових SWOT-аналізу є аналіз сильних і слабких сторін підприємства, наведений в табл. 1.

Таблиця 1 – Аналіз внутрішнього середовища підприємства

| Сильні сторони | Важли- вість | Ймовір- ність | Слабкі сторони | Важли- вість | Ймовір- ність |
|---------------------------|-----------------|------------------|--|-----------------|------------------|
| Висока якість | 10 | 0,8 | Нераціональне місцезнаходження | 4 | 0,3 |
| Імідж | 8 | 0,6 | Відсутність попиту | 6 | 0,4 |
| Адекватна цінова політика | 9 | 0,6 | Недостатній асортимент | 5 | 0,5 |
| Наявність власної техніки | 8 | 0,4 | Плинність кадрів | 6 | 0,5 |
| Реклама | 9 | 0,8 | Зниження собівартості продукції за рахунок її якості | 8 | 0,5 |
| Сильні сторони | 28,6 | | Слабкі сторони | 13,1 | |

З табл. 1 видно, що сильні сторони підприємства перевищують його слабкі сторони, перш за все за рахунок адекватної цінової політики, високої якості і гарної реклами.

Таким чином, проаналізувавши зовнішнє та внутрішнє середовище підприємства можна обрати стратегію.

Стратегія підприємства визначається за допомогою матриці SWOT-аналізу (рис. 1) [2].

| | |
|--------------------------------|--------------------------------|
| 1. Сильні сторони і можливості | 2. Слабкі сторони і можливості |
| 3. Сильні сторони і загрози | 4. Слабкі сторони і загрози |

Рис. 1. Матриця SWOT-аналізу

З попередніх розрахунків відомо, що: можливості < загрози, а

сильні сторони > слабкі сторони.

Таким чином, можна сказати, що підприємство відноситься до третьої стратегії виробництва «Сильні сторони і загрози». Сильні сторони і загрози – стратегія «максі-міні» використання сильних сторін для усунення зовнішніх загроз.

Література:

1. Кіндрацька Г. І. Стратегічний менеджмент: навч. посібник. 2-ге вид., перероб. і доповн. Львів : Вид-во Львівської політехніки, 2010. 406 с.
2. Планування в організації. : сайт URL: <http://allegri.org.ua/management/755/>.

РИНОК ПРАЦІ В УКРАЇНІ

Благой В.В., канд. екон. наук, доцент

Приходько О.С., студент

Харківський національний університет будівництва та архітектури

В Україні розроблена та законодавчо закріплена Методика розрахунку рівня економічної безпеки України. Згідно цього документу складовими економічної безпеки є [1]: виробнича, демографічна, енергетична, зовнішньоекономічна, інвестиційно-інноваційна, макроекономічна, продовольча, соціальна, фінансова безпеки.

Ринок праці - це економічна система, яка посідає центральне місце серед інших ринків, є найбільш складним елементом ринкової економіки, в процесі функціонування якого переплітаються інтереси робітника та роботодавця щодо визначення ціни праці та умов функціонування, а також відображаються практично всі соціально – економічні процеси, що відбуваються в державі. Ринок праці - це право кожного працівника вільно, на основі трудового найма за вибором, бажанням та ринковими цінами працевлаштуватись [2].

Актуальність обраної теми зумовлена тим, що в сучасних умовах розвитку економіки особливої актуальності набувають проблеми ефективної зайнятості населення України, створення ринку робочої сили і запобігання масового безробіття. Розвинений ринок праці – є головною рушійною силою у забезпеченні добробуту суспільства. Це пов'язано з тим, що ринок праці неодмінно пов'язаний із всіма іншими ринками: ринком товарів та послуг, ринком капіталу, ринком землі.

Сучасну ситуацію на ринку праці вчені та дослідники вважають кризовою і такою, що продукує трудову бідність, зниження економічної активності працездатного населення, розширення вимушеної праці, розшарування населення на соціально-вразливі групи, неузгодженість із ринком освітніх послуг, і, відповідно, зниження якості трудового потенціалу та мотивації до продуктивної діяльності [1].

Стан ринку праці та процеси у сфері зайнятості населення належать до

соціально-економічних параметрів, що визначальним чином впливають на суспільний розвиток і конкурентоспроможність національної економіки. Основними категоріями, що характеризують ефективність функціонування ринку праці є: економічно активне населення; економічно неактивне населення; безробітні та зайняті.

На стан ринку праці в Україні впливає не менш важливий фактор – демографічний стан населення. Це зумовлено різким скороченням населення, яке супроводжується зменшенням народжуваності та зростання числа смертності.

Ще одним негараздом в системі ринку праці є ріст числа працівників, які не офіційно працюють.

Також на даному етапі в Україні особливої актуальності набуває проблема працевлаштування інвалідів як однієї із найнезахищеніших верств населення.

Зменшились і трудові ресурси України, відбуваються суттєві зміни у структурі зайнятості за галузями економіки та формами власності, зокрема спостерігається зменшення чисельності зайнятих у сільському господарстві.

Особливу тривогу викликає зниження чисельності зайнятих у науці, культурі, мистецтві, охороні здоров'я.

Отже, зростання безробіття, посилення структурних і регіональних диспропорцій зайнятості, неконтрольований відтік робочої сили, регресивні зміни в якості робочої сили й мотивації до праці, катастрофічне зниження рівня реальних доходів населення впливають на політичне й економічне життя країни, стають істотним чинником поглиблення кризових явищ, стримування структурних перетворень і створення передумов для стабілізації й економічного піднесення.

Ринок праці є самостійною комплексною системою в ринковій економіці, водночас функціонально пов'язаною з ринком товарів і послуг, ринком капіталу, ринками житла, інформації, освітніх послуг та духовних благ, ринком робочих місць і, з одного боку, безпосередньо залежною від зазначених ринків, а з іншого - такою, що впливає на їхнє формування. Ринок праці як частина ринкової структури забезпечує рух товарів і послуг, спрямовуючи та вилучаючи ресурси з галузей народного господарства відповідно до руху капіталів і товарів. Відносна самостійність ринку праці визначається специфікою функціонування суб'єктів, особливостями умов виникнення ринку праці, наявністю притаманних лише йому механізмів інфраструктури, особливостями товару, що циркулює на ринку праці, а також особливостями визначення обсягів попиту та пропозиції тощо. Проте ринок праці потребує і активного втручання держави, яка, застосовуючи різноманітні важелі впливу, регулює трудові відносини в Україні. Вона відіграє велику роль у формуванні суб'єктів економічної діяльності на вітчизняному ринку праці [3].

Отже, ринок праці – це складна ланка в економіці країни, яка відіграє ключову роль у благополуччі населення. Саме ринок праці є динамічною одиницею в системі економічних показників, він відображає рівень розвитку

цивільно-трудова відносин, стимулює вдосконалення трудового потенціалу та ефективності його використання.

Література:

1. Гринькова В. М., Самійленко В. В. Ринок праці: теоретико-методологічні засади та напрямки розвитку: монографія. Х.: ВД «ІНЖЕК», 2007. 280 с.
2. Завіновська Г. Т. Економіка праці: навч. посібник. Київ, 2003 р. 140 с.
3. Ринок праці на сучасному етапі економічного розвитку України : сайт URL: https://works.doklad.ru/view/8NhM_teHqR4.html.

ЗНАЧЕННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ ІННОВАЦІЙ В УМОВАХ РОЗБУДОВИ ЕКОНОМІКИ ЗНАНЬ

Богашко О. Л., к.е.н., доцент

*Навчально-науковий інститут економіки та бізнес-освіти
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

Знання виступають ключовим ресурсом сучасної економіки, а інноваційна діяльність стала обов'язковим атрибутом підприємництва. Цим обумовлений величезний масив наукових досліджень з інновацій і технологічного розвитку, в яких автори досліджують роль інноваційної діяльності в досягненні економічного зростання. Якщо спочатку вважалося, що загальнодоступність знань надає всім країнам рівні можливості технологічного розвитку, то теорія «перетікання знань» показала, що в деяких випадках доступ до них визначається географічною близькістю. «Закриті» (обмежено доступні) знання, володіють неявними інноваційними властивостями, створюються виключно в ході взаємодії суб'єктів інноваційної системи. Ключовим залишається питання про природу технологічного розвитку, про те, які процеси й інститути відіграють в ньому вирішальну роль.

Сучасним підходом до дослідження інноваційної діяльності та технологічного розвитку економіки є теорія національної інноваційної системи. Відповідно до неї знання виступають найважливішим економічним ресурсом і при цьому створюються і накопичуються в ході інтерактивного і кумулятивного процесів інноваційної діяльності, вбудованих в національний інституційний контекст, який визначає результати інноваційної діяльності [1].

Парадоксальним чином посилення глобалізації може поставити концепцію національної інноваційної системи під сумнів, оскільки найважливіші елементи інноваційного процесу залишаються регіональними, а не національними за своєю природою. Основна маса соціальних конвенцій, що визначають процеси пізнання і технологічного розвитку, формуються саме на національному рівні. Разом з тим все більшого значення набуває субнаціональний рівень (кластери й регіони).

Національні інститути можуть по-різному впливати на регіональні,

галузеві й технологічні інноваційні системи, до того ж не всі інститути є національними. Якщо перші важливі насамперед для великого бізнесу, то мале і середнє підприємництво критично залежить від регіональних інститутів. Всі згадані теорії (по суті, вся література по інноваційній діяльності) можуть бути використані при розробці комплексної моделі регіонального економічного розвитку на основі технологій шляхом включення їх в більш загальну модель регіонального економічного зростання [2, 3].

Системна перспектива з'явилася і в області стратегічного менеджменту, де особливої популярності набула концепція «бізнес-систем». Національна бізнес-система враховує важливі структурні та стратегічні чинники, що визначають частку створеної в рамках екосистеми вартості, на яку може розраховувати конкретна фірма в залежності від того, як вона організує свою взаємодію з іншими учасниками екосистеми. Фундаментальна відмінність між концепціями національної бізнес-системи та національної інноваційної системи полягає в фокусі аналізу: якщо перша пояснює специфіку організації діяльності та поведінки фірм в різних країнах, то друга ставить на чільне місце інноваційну діяльність і підкреслює роль обмежень на передачу технічних компетенцій.

В цілому дослідження, присвячені економічному розвитку (що відображають набір взаємозв'язаних концепцій, включаючи національну інноваційну систему і національну бізнес-систему, яка використовується з метою стратегічного менеджменту), значною мірою ігнорують роль підприємців. Мова в них, як правило, йде про «фірми» або «підприємства», тоді як інновації створюють саме підприємці, які комбінують наявні елементи знання і породжують нову вартість (продукт). Разом з тим в ході своєї діяльності (створення компанії та забезпечення її роботи) підприємці організовують робочі місця і досягають економічного зростання (результату).

Обидві теорії ігнорують той факт, що доступ до ресурсів може бути істотно обмежений здатністю до засвоєння знань, яка залежить як від індивідуальних характеристик підприємця, так і від ступеня його соціальної взаємодії.

У дослідженнях підприємницької діяльності останніх років набирає популярність концепція підприємницької екосистеми. Число робіт на цю тему помітно зросло, і навіть сам термін увійшов в моду [3]. Ця концепція сфокусована на тому, що залишається поза полем зору двох попередніх, а саме – на підприємцю. На відміну від характерного для моделі національної інноваційної системи інституційного акценту (інститути як основні ініціатори та регулятори), рушійною силою підприємницької екосистеми виступають індивіди, тоді як робота інститутів спрямована на конкретних гравців і отримані ними результати.

Найважливіша риса концепції підприємницької екосистеми полягає в тому, що вона відображає багатовимірну природу підприємництва, оскільки враховує безліч факторів і зв'язок між ними, як якісними детермінантами його продуктивності. Для вимірювання якісного аспекту підприємницької

екосистеми в національному контексті був розроблений Глобальний індекс підприємництва.

Література:

1. Богашко О. Л. Людський капітал та його роль у забезпеченні інноваційного розвитку національної економіки. *Вісник Одеського національного університету*. Серія «Економіка». Том 19. Випуск 2/2. Одеса : Видавничий дім «Гельветика», 2014. С. 32–35.

2. Bohashko O. (2020). The «Knowledge Triangle» Is A Modern Concept for Managing the Development of Education, Science and Innovation, Proceedings of the 35th International Business Information Management Association Conference (IBIMA). 1-2 April 2020. Seville. Spain. P. 5964–5971.

3. Spigel B., Harrison R. (2018). Toward a process theory of entrepreneurial ecosystem. *Strategic Entrepreneurship Journal*. Vol. 12. № 1. P. 151–168.

СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ ВПРОВАДЖЕННЯ СУЧАСНИХ БАНКІВСЬКИХ ІННОВАЦІЙ В УКРАЇНІ

*Вербицька В.І., к.е.н., доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

За останні роки банкінг і платіжний ринок в Україні помітно змінилися. Майбутнє ринку прямо пов'язане з інноваціями, захистом прав споживачів, розвитком конкуренції та відносно новим постійно зростаючим трендом - FinTech. Індустрія мобільних оплат постійно вдосконалюється, і зараз за допомогою телефону можна не тільки розраховуватися, а й отримувати оплату, забувши про класичні POS-термінали. Поки технологія тільки впроваджується та розповсюджується, Payment Card Industry Security Standards Council модернізує стандарти прийому мобільних оплат, щоб зробити їх максимально зручними. Безпеку розрахунків гарантує стандарт PCI SPoS.

Дослідження і прогнози експертів показують, що вже через рік близько 10% роздрібних платежів в Європі будуть здійснюватися не банками, а PISP, AISP, TPP-провайдерами. Концепція відкритого банкінгу дасть можливість будь-якій компанії пропонувати рішення, розроблені спеціально під конкретного клієнта - і саме в тій конфігурації і з тим функціоналом, які йому будуть потрібні. Користувач зможе такі банківські програми завантажувати в Google Play або App Store. Це вже зараз стимулює колосальне зростання Фінансово-технічних стартапів. При цьому в сегменті ринку вже побачили для себе перспективу багато країн: уряди Литви та Латвії заявили, що створюють спеціалізовані технопарки (яскравий приклад такого - Вільнюський технологічний парк), в яких будуть діяти пільгові податкові умови конкретно для Фінансово-технічних стартапів. Над подібними пільгами задумалися держави та інших країн. Мальта взагалі відзначилася в цьому плані і першою створила оптимальну регуляторну базу не тільки для інноваційних Фінтех-

стартапів в цілому, але і для кріптовалютних проектів зокрема.

Першу Платіжну директиву Європарламент прийняв у 2007 році. Нею створено єдиний в Європі ринок платежів, які зробили їх транскордонними і підлеглими єдиним правилам. Це стосувалося кредитних переказів, прямого дебетування, платіжних карт. Директива створила, по суті, правову основу для Єдиної зони платежів в євро (SEPA). Завдяки їй на ринку почали активно розвиватися компанії, що працюють на ринку платежів - причому частіше це були далеко не банки, а молоді стартапи, які використовували інтернет для створення систем платежів. Так народився Фінтех-сектор, який став надавати традиційні банківські послуги. І саме «Фінтех-прорив» своєю появою зажадав введення нових правил з тим, щоб підвищити безпеку платежів, простимулювати інновації та конкуренцію, створити рівні умови для всіх гравців ринку.

Вирішити означені завдання була покликана друга платіжна директива - PSD2, прийнята ще в 2015, але її імплементація на рівні національних законодавств тривала ще кілька років. Проте багато положень набрали юридичну силу тільки зараз - коли були доопрацьовані технічні стандарти, нові правила захисту інформації, наприклад, сувора аутентифікація.

Чи піде Україна шляхом створення інноваційних технопарків, або по шляху мальтійців, стане зрозуміло вже найближчим часом. Поки що «батьківщиною» для Фінтех став спеціально створений для розробників в Києві простір - інноваційний парк в Києві під назвою Unit.city. Українська Фінансово-технічна Асоціація разом з партнерами почала роботу над створенням каталогу і карти Фінтех-екосистеми України, який стане візиткою українського ринку під час спілкування з іноземними колегами, партнерами та інвесторами.

В той самий час слід зауважити, що на даний момент головною проблемою регулятора є не впровадження Open Banking, а застаріле українське законодавство про платіжні системи. Це пов'язано з штучною централізацією платіжних систем, що ускладнює і уповільнює формування правового поля для розвитку технологій і конкурентності на ринку. Інфраструктура платежів в Україні побудована навколо такого великого сегмента, як платіжна система, тому всі регуляторні процедури доступу на ринок будь-яких нових учасників пов'язані з їх обов'язковою причетністю до ПС. Сьогодні ми маємо парадоксальну ситуацію: створена компанія, яка хоче здійснювати платежі, повинна спочатку отримати статус фінансової установи, потім - ліцензію від комісії по фінпослугам, потім прийти в Нацбанк і отримати ліцензію на грошові перекази, після чого створити платіжну систему або стати її учасником, що потребує безліч часу та ресурсів. НБУ намагається оновити це законодавство. Одним із кроків у контексті еволюції платіжної системи України є угода Нацбанку і SWIFT про розвиток українських платіжних систем на базі стандарту ISO 20022, що означає процес переходу Системи електронних платежів Нацбанку на сучасні і актуальні міжнародні стандарти обміну фінансовими повідомленнями.

Крім того, НБУ збирається активно розвивати нормативну базу в сфері

безготівкових розрахунків, зокрема, імплементувати європейську Payment Services Directive 2 (PSD2). Результатом стане докорінна зміна ринку, на якому банки втратять своє лідируюче становище і розділять його з Фінтех-компаніями. Все це буде спрямовано на створення в Україні так званої «регуляторної пісочниці» з максимально сприятливими умовами для Фінтех. Пісочниця - це певні юридичні умови, які створюють держави для технологічних компаній. Беручи ці умови, стартапи можуть сміливо розробляти нові продукти і експериментувати з їх впровадженням без ризиків порушувати Закон або принести шкоду користувачам. Завдяки цьому виграшні продукти швидко виходять на ринок, а невдалі бізнес-моделі йдуть у небуття.

Приклади інших країн показали, що можна розробити власні внутрішні платіжні системи, як польська Blik і шведська Swish. Україні треба змінювати регулювання платіжної інфраструктури, брати приклад з світових лідерів і впроваджувати інновації, однією з яких є PSD2.

Література:

1. Грошові перекази за новими правилами: де правда, а де міфи. URL: https://buh.ligazakon.net/ua/analytics/194899_

НЕОБХІДНІСТЬ ВРАХУВАННЯ ФАКТОРІВ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ АГЕНТСТВОМ НЕРУХОМОСТІ

*Деділова Т.В, к.е.н., доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет
Осипова С.К., ст. викладач
Національний технічний університет «Харківський політехнічний
інститут»*

Сучасний ринок вимагає сучасних рішень. Труднощі, які виникають перед компаніями у зв'язку з переходом до ринку, багато в чому пов'язані з тим, що менеджмент компаній не знає законів ринку і механізмів його дії. Обставини ставлять перед менеджментом нові завдання.

Кожне підприємство пропонує свій товар. Це головний об'єкт на ринку. Він має свою вартість і цінність для споживача, також він має якість, корисність, ефективність у споживанні чи виробництві та багато інших особливостей. Тому товар – це один з найважливіших показників масштабу виробника, та його економічної сили.

У сучасному економічному розвитку головна мета підприємства є конкурентоспроможність на ринку. Кожен день в Україні відкриваються приблизно 900 різних видів бізнесу (за даними досліджень Vox Ukraine з серпня 2017 по серпень 2019) [1]. Внаслідок цього керівникам кожен день потрібно шукати нові інструменти управління та поліпшення діяльності підприємства.

Термін «конкуренція» в економічній літературі має різні трактування Йозеф Шумпетер стверджував, що принаймні з точки зору економічного

зростання конкуренція являє собою суперництво старого з новим. Френк Найт визначав конкуренцію як ситуацію, в якій конкурентних одиниць багато і вони нерухомі.

Отже, підприємство не може функціонувати без обліку діяльності конкурентів. Треба розуміти, що існування підприємства в обставинах конкурентної боротьби – неминучий фактор його функціонування. Управління конкурентоспроможністю фірми являє собою область професійної діяльності й знань, спрямованих на формування та забезпечення досягнення цілей щодо підвищення ефективності фірми.

Конкурентоспроможність підприємства – це можливість ефективної господарської діяльності та її практичної прибуткової реалізації в умовах конкурентного ринку.

Ця реалізація забезпечується всім комплексом наявних у підприємства коштів. Виробництво і реалізація конкурентоспроможних товарів і послуг – узагальнюючий показник життєдіяльності підприємства, його вміння ефективно використовувати свій фінансовий, виробничий, науково технічний і трудовий потенціал.

Ріелторські організації – це важливі оператори ринку нерухомості. Водночас, основною метою діяльності підприємницьких організацій є максимізація прибутку. На сучасному ринку ріелторська діяльність постійно розвивається. В кожному місті України сформувався цілий спектр ріелторських послуг, які надають значний вплив на забезпеченість житлом і рівень життя населення їх соціально-економічний розвиток.

Ріелторські послуги мають високу соціально-економічну вагомість на ринку і передбачають здійснення додаткових досліджень в частині оптимізації функцій управління ріелтерськими організаціями та розробки нових науково обґрунтованих підходів і принципів регулювання ріелтерської діяльності, спрямованих на підвищення якості і ефективності функціонування агентств нерухомості.

Факторів, які впливають на конкурентоспроможність агентства нерухомості досить багато: політичні обставини, економічний фактор, технологічний фактор, соціальний фактор, міжнародний фактор, ринковий фактор тощо.

Зміцнити свої позиції та досягти переваг можна внаслідок:

- збільшення збуту послуг та зменшення витрат;
- забезпечення незамінність послуги за допомогою підвищення її якості;
- збільшення концентрації у сегменті;
- збільшення кількості реклами у ЗМІ та у соціальних мережах.

В умовах динамічного розвитку конкурентного середовища необхідно проводити аналіз конкурентоспроможності агентства нерухомості на тлі інших представників. Цей аналіз необхідний для поліпшення процесів, які сприяють зниженню конкурентоспроможності. Проведення аналізу є життєво необхідною складовою функціонування не тільки агентства нерухомості, а також інших підприємств. Зневага цього процесу може привести до банкрутства.

Література:

1. В Україні в середньому відкривається 900 бізнесів в день. URL: <https://minfin.com.ua/2019/10/09/39321989/> (дата звернення 27.09.2020).

СУЧАСНИЙ СТАН СИСТЕМ ВОДОПОСТАЧАННЯ І ВОДОВІДВЕДЕННЯ УКРАЇНИ

Деділова Т.В., к.е.н., доцент

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Юрченко О.В., к.е.н., доцент

Сумський національний аграрний університет

За даними Міністерства екології та природних ресурсів України в більшості містах України очисні споруди перевантажені і в першу чергу потребують санації. Винятки є лише у Києві та Харкові, а також в деяких інших обласних центрах, що за минулі роки брали участь в міжнародних інвестиційних проектах. У країні загалом із 3093 комунальних очисних, 2638 (87%) споруд потребують санації. Високий ступінь амортизації установок – це вагомий фактор, який перешкоджає нормальному функціонуванню системи очистки стічних вод.

Повна заміна старих елементів системи новими вимагає значних витрат і передбачає комплексні процеси планування. Через відсутність інвестиційних коштів в Україні, як правило, проводяться заходи із заміни деталей у випадку їх поломки чи аварії. Як наслідок, обладнання загалом працює мало ефективно.

Недостатня енергоефективність очисних споруд – це ще один наслідок використання застарілого обладнання та відсутності автоматизації. Комунальні очисні споруди належать до найбільших споживачів електроенергії, які щорічно споживають приблизно 5 млрд. кВт/год. Це становить 4 % від усього споживання електроенергії в Україні. Міністерство регіонального розвитку виходить з того, що внаслідок незадовільного стану більшості каналізаційних мереж і насосних станцій втрачається до 40 % електроенергії. Необхідних заходів з енергоефективності не вживають через недостатнє фінансування.

Можна назвати ще такі причини поганої роботи очисних споруд:

1) зростання концентрації шкідливих речовин на вході до очисних споруд, які мають вищі показники, ніж показники відповідно до проекту (особливо азот, органічні речовини);

2) зміна частки шкідливих речовин та зростаюче значення шкідливих речовин, що ще не було враховано при проектуванні очисних споруд у другій половині 20-го століття (наприклад, фосфат);

3) зростання вимог до якості очищених стічних вод, перш за все через погіршення якості поверхневих вод;

4) відсутність обробки і утилізації активного мулу та переповнення мулових майданчиків.

В свою чергу, в роботі [1] зазначається, що розвиток систем

водопостачання та водовідведення є стратегічно важливим для господарської діяльності більшості галузей економіки і населення. З одного боку, вони мають задовольняти потреби у воді суб'єктів господарювання, з іншого – постійно контролювати якісний та кількісний стан водного ресурсу і, крім цього, турбуватися про зовнішні та внутрішні впливи, які виникають у процесі господарської діяльності (табл. 2).

Таким чином, збереження водних ресурсів, покращення їх якості є невід'ємною частиною стратегії сталого водокористування. В «Порядку денному на XXI століття» визначено загальну мету «...забезпечення адекватного постачанням якісною водою всього населення планети, зберігаючи гідрологічні, біологічні і хімічні функції екосистем, корегуючи діяльність людини до можливостей природи...» [2].

Тому розвиток водогосподарського комплексу України (ВГК) має відповідати сучасним соціально-економічним і екологічним вимогам. Економічні вимоги передбачають реалізацію заходів, спрямованих на вдосконалення територіально-галузевої структури і технологій водокористування; забезпечення якісною питною водою і збереження здоров'я населення; сприяння розвитку регіонів на засадах сталості; розбудову міжнародного співробітництва в галузі використання і охорони водного фонду; врахування екологічних обмежень і вимог при прийнятті рішень. Екологічні вимоги до розвитку ВГК мають забезпечувати охорону водоресурсних джерел, раціональне використання водних ресурсів, збереження біорізноманіття; підвищення безпеки при використанні токсичних хімічних речовин, вирішення проблеми відходів [3].

Література:

1. Чередніченко Ю. Г. Економіко-екологічна оцінка систем водопідготовки та водовідведення : автореф. дис. ... канд. екон. наук. : 08.00.06. Київ, 2004. 21 с.

2. Програма дій «Порядок денний на XXI століття» : Конвенції і угоди ООН. URL: https://www.un.org/ru/documents/decl_conv/conventions/agenda21_ch18.shtml (дата звернення: 21.10.2020).

3. Водне господарство України: сучасний стан та перспективи розвитку / С. І. Дорогунцов, М. А. Хвесик, І. Л. Головинський, Н. М. Радкевич, І. М. Кирпач. Київ : РВПС України НАН України, 2002. 55 с.

ПРИНЦИПИ УПРАВЛІННЯ ТРУДОВИМИ РЕСУРСАМИ

*Дмитрієв І.А., д.е.н, професор
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Беззаперечною конкурентною перевагою будь-якого підприємства є кадровий потенціал; галузі, регіону чи держави – трудові ресурси. Ефективність використання трудових ресурсів значною мірою визначається дотриманням

принципів управління ними.

Метою дослідження є формування системи принципів управління трудовими ресурсами.

При формуванні системи принципів управління трудовими ресурсами слід застосувати комплексний підхід, який передбачає виділення принципів функціонування системи управління й їх адаптацію до особливостей трудових ресурсів як об'єкта управлінського впливу.

Принципами функціонування системи управління вважаємо наступні:

- науковість як поєднання теорії та практики в управлінському процесі;
- комплексність як результат інтеграції елементів системи управління;
- ієрархічність як прояв багатоступеневості системи управління;
- лідерство як забезпечення цілеспрямованості системи управління;
- об'єктивність як умову неупередженості системи управління;
- зворотний зв'язок як ознаку цільності системи управління;
- гнучкість як можливість системи управління оперативно й ефективно підлаштовуватися під зміни в турбулентному середовищі;
- оптимальне поєднання централізації та децентралізації при здійсненні управління;
- відповідальність за результат і «робота над помилками»;
- нормативна регламентація взаємодії елементів системи управління.

З урахуванням, доповненням і адаптацією зазначеного, вважаємо, що під час управління трудовими ресурсами слід дотримуватися наступних базових принципів:

- корпоратизація трудових відносин з урахуванням кращих світових практик;
- орієнтація на соціальні цінності в канві соціальної відповідальності бізнесу;
- відкритість і прозорість системи добору, розміщення та ротації кадрів;
- планування кар'єри працівників;
- навчання носіїв трудового потенціалу протягом життя;
- раціональність систем оплати та стимулювання праці у прив'язці до отриманих результатів;
- автономізація та стимулювання творчого пошуку інноваційних рішень;
- демократичність і колегіальність.

Дотримання зазначених принципів сприятиме підвищенню ефективності управління трудовими ресурсами, зокрема в частині стимулювання працездатних осіб до високо продуктивної трудової діяльності.

ВПЛИВ КАДРОВИХ РИЗИКІВ НА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ПОСЛУГ В УМОВАХ КРИЗИ

*Дуднева Ю.Е., к.е.н., доцент
Арутюнян К.К., магістрант
Донгалецька І.О., магістрант*

Ключовим ресурсом підприємства сфери послуг є персонал. Від компетентностей персоналу багато у чому залежить можливість сервісної організації реалізовувати клієнтоорієнтований підхід до діяльності, що в сучасних кризових умовах часто є запорукою виживання та взагалі присутності на ринку. У тих сферах, де отримання послуги пов'язане безпосередньо з особистим контактом з представником компанії, значення стилю поведінки персоналу, комунікаційних компетентностей, ввічливості, чуйності перетворюються на конкурентну перевагу, а управління персоналом – на найважливішу функцію. Для підприємств сфери послуг надзвичайне значення за таких умов мають кадрові ризики, які визначимо як ймовірність отримання негативних матеріальних та нематеріальних результатів діяльності суб'єкту господарювання через діяльність персоналу [1].

Серед всієї сукупності ризиків, які впливають на діяльність підприємств сфери послуг (виробничий ризик, контактний ризик, репутаційний та клієнтський ризики, ризик відсутності попиту на послуги тощо) окремою позицією необхідно виділити саме кадрові ризики.

Поряд з очевидною значущістю управління кадровими ризиками у сфері послуг існує їх недооцінка з боку власників та менеджерів. Пов'язано це, на наш погляд, з наступним.

По-перше, кадрові ризики стосуються найскладнішого об'єкта управління – людини. Управління персоналом завжди реалізується в умовах високого ступеню соціальної невизначеності через неможливість спрогнозувати поведінку та реакцію людини у різних ситуаціях, на яку впливають як зовнішні, так і внутрішні чинники. Це призводить до уявлення про кадрові ризики, як про випадкові, які неможливо передбачити, а отже ними трудно керувати.

По-друге, у багатьох випадках достатньо проблематично оцінити вплив кадрових ризиків на фінансові результати діяльності, особливо якщо мова йде про втрачений прибуток (не отриманий дохід). Здійснити кількісну оцінку кадрових ризиків практично неможливо через неможливість кількісної оцінки поведінки персоналу [2].

Кадрові ризики виникають через невідповідність наявних характеристики працівників вимогам, які компанія до них висуває, та закладає у параметри бізнес-процесів.

Серед кадрових ризиків можна виділити:

- кваліфікаційний ризик (невідповідність освіти та кваліфікації працівника вимогам посади),
- ризик відсутності необхідних для здійснення діяльності особистих якостей (стресостійкості, вміння спілкуватись з клієнтами різних категорій, емоційна витримка тощо),
- ризик нелояльності персоналу (зловживання довірою керівника та колег).

В залежності від втрат, які може зазнати підприємство сфери послуг у

результаті дії кадрових ризиків, їх можна згрупувати таким чином [3]:

– ризики, пов’язані з майновою безпекою (прямі матеріальні втрати, пошкодження майна, крадіжки сировини, інструментів тощо);

– ризики, пов’язані з фінансовою безпекою (крадіжки грошових коштів, маніпуляції з рахунками, фальсифікація звітності, отримання «відкатів» від контрагентів);

– ризики, які стосуються інформаційної безпеки підприємства сфери послуг (передавання технологічних таємниць конкурентам за винагороду, крадіжка баз даних клієнтів, втрата інформації з серверів після звільнення працівника);

– ризики втрати співробітників, носіїв ключових компетентностей, зниження загального кадрового потенціалу організації.

Діагностика кадрових ризиків та розробка заходів для зниження їх негативних наслідків є актуальною вимогою забезпечення конкурентоспроможності. Зниження попиту на багато видів послуг через загальне падіння купівельної спроможності населення та погіршення активності бізнес-структур у 2020 році вимагає від менеджерів сервісних організацій використання інструментів впливу на ризики з метою підвищення керованості суб’єкту господарювання та зміцнення його конкурентної позиції.

Література:

1. Щербак В. Г., Пугачов О. П. Кадрові ризики в системі менеджменту персоналу. *Ринок праці та зайнятість населення*. 2013. № 2. С. 12–16.

2. Мішина С. В., Мішин О. Ю. Класифікація кадрових ризиків підприємства. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2016. Вип. 53. С. 87–92.

3. Дуднева Ю. Е. Ризики організацій сфери послуг: підходи до класифікації. *Адаптивне управління: теорія і практика. Економіка*. 5(10). URL: <https://amtp.org.ua/index.php/journal2/article/view/78>.

ЕКОНОМІЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ДНІПРОПЕТРОВЩИНИ

*Кербікова А.С., старший викладач
кафедри економіки та підприємництва
Національна металургійна академія України*

Займаючи 5,3% території з часткою населення 7,6%, Дніпропетровська область є одним з провідних регіонів України.

На Дніпропетровщині виробляється п’ята частина (481,5 млрд грн) усієї реалізованої промислової продукції України. За цим показником область посідає перше місце в Україні.

Індекс промислового виробництва області за 2019р. проти 2018р. склав 100%.

Підсумки діяльності індустрії регіону за 2019р. формувалися під впливом

зростання обсягів випуску продукції (товарів, послуг) у переробній галузі (індекс – 102,7%) при одночасному їх зменшенні у добувній промисловості і розробленні кар’єрів (99,6%) та сфері з постачання електроенергії, газу, пари та кондиційованого повітря (81,8%).

Індекс споживчих цін у Дніпропетровській області у грудні 2019р. до попереднього місяця склав 99,8%, з початку року – 103,7%.

Внесок Дніпропетровщини у загальнодержавний оборот від промислової діяльності склав 18,3%.

У структурі обсягу реалізованих промислових товарів і послуг переважає продукція металургійного виробництва, виробництва готових металевих виробів, крім машин і устаткування (34,4%). До списку лідерів серед товаровиробників-переробників належать і галузі з виробництва харчових продуктів, напоїв і тютюнових виробів (8%), машинобудування (5,3%), з виготовлення гумових і пластмасових виробів, іншої неметалевої мінеральної продукції (4%) та хімічних речовин і хімічної продукції (3,7%).

У 2019р. в економіку Дніпропетровщини іноземними інвесторами вкладено 52,8 млн дол. США прямих інвестицій (акціонерного капіталу).

Обсяг унесених з початку інвестування в економіку області прямих інвестицій на 31 грудня 2019р. дорівнював 3797,6 млн дол. За цим показником область посіла друге місце серед регіонів країни після м. Києва [1].

Інвестиції в економіку області надійшли з 63 країн світу. Із країн ЄС інвестовано 88,3% загального обсягу вкладень, або 3354,1 млн дол. Серед основних країн-інвесторів: Кіпр – 1514 млн дол., Нідерланди – 854,6 млн дол., Німеччина – 676,1 млн дол., Британські Віргінські Острови – 195,5 млн дол.

Інвестиційна привабливість областей проявляється в здатності області залучати інвестиційні ресурси.

Розглянемо динаміку зміни прямих інвестицій в економіку Дніпропетровської області за період 2014-2019 роки (рис. 1) [1].

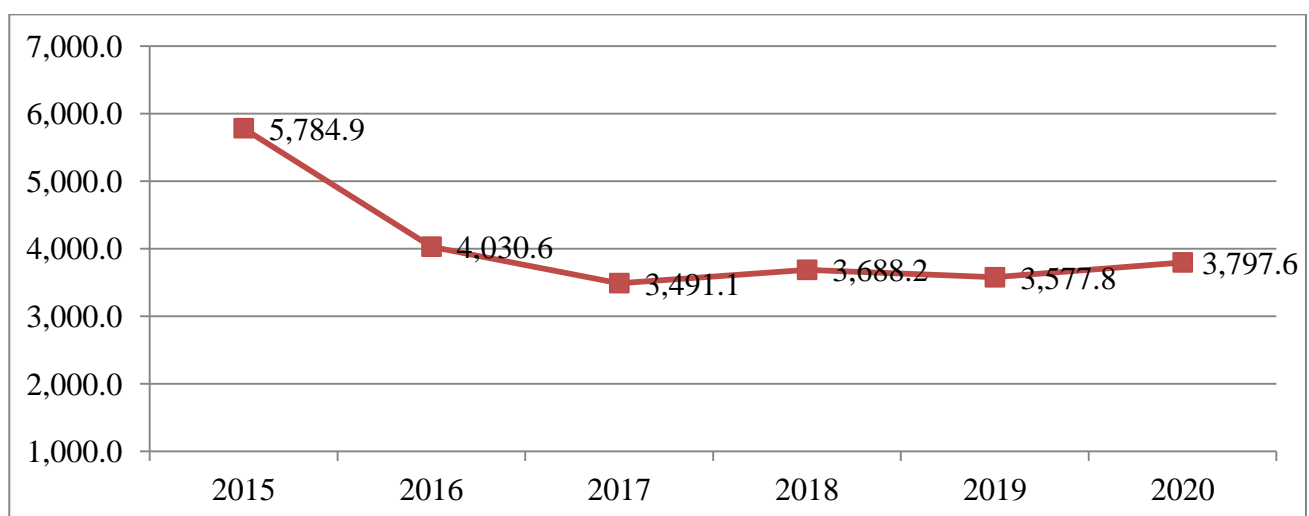


Рис. 1 Прямі інвестиції в економіку Дніпропетровської області (на 1 січня поточного року), млн дол. США

Розмір прямих іноземних інвестицій свідчить про розкритий інвесторами економічний потенціал регіону. Цей потенціал є фактором інвестиційної привабливості регіону. Крім цього, прямі іноземні інвестиції покращують якість ділового середовища, посилюючи ринкову конкуренцію та стимулюючи підвищення продуктивності праці.

Література:

1. Державна служба статистики України: веб-сайт. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>. (дата звернення: 21.10.2020).
2. Кербікова А. С., Копитько А. О. Інвестиційна привабливість регіонів України. *Актуальні проблеми економіки та управління в умовах системної кризи*: зб. матеріалів міжнародної наук.-практ. конф. м. Львів. 27 листопада 2019 року. Львів 2019. С. 257–260.

ЛОГІСТИКА БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ

*Колмакова О.М., к.е.н., доцент,
Кривобок Ю.С., студентка,
Харківський національний університет будівництва та архітектури*

Бізнес-процес (БП) - являє собою сукупність бізнес-операцій, певну кількість внутрішніх видів діяльності, що починаються з одного або більше входів і закінчуються створенням продукції, необхідної клієнту.

Виділяють кілька видів бізнес - процесів: основні (операційні), керуючі та підтримуючі або допоміжні.

Основні БП - ті функції, які спрямовані на створення продуктів або послуг компанії.

Допоміжні БП - ті, які підтримують основні бізнес-процеси, роблять можливим їх виконання.

Керуючі БП – це функції, які відповідають за управління та розвиток всієї організації.

Якщо розділити дані види за рівнями управління то отримаємо матрицю бізнес-процесів (табл.1).

Таблиця 1 – Матриця бізнес-процесів

| | Перший рівень управління (Загальний вплив на БП) | Другий рівень управління (Деталізація БП) |
|-----------|---|---|
| Основні | Загальні процеси розвитку виробництва | Стадії виробничого процесу |
| Допоміжні | Політика компанії | Реалізація розробленого плану щодо допоміжних сфер діяльності |
| Керуючі | Стратегічне планування | Поточне управління |

Логістичний процес — це організована в часі послідовність виконання логістичних операцій, що дозволяє досягти задані цілі.

До логістичних процесів належать процеси, що пов'язані зі зміною параметрів простору (розміщення), часу, форми, властивостей логістичних потоків.

Існує п'ять видів логістичних процесів: 1. Виконання. 2. Планування. 3. Отримання, опрацювання та накопичення інформації. 4. Контроль і аналіз виконання логістичного процесу. 5. Управлінські рішення у рамках конкретного логістичного процесу.

Поєднуючи поняття логістика та бізнес-процесів отримаємо інтеграцію логістичного управління на рівні підприємства, інтеграцію функцій і процесів сфер постачання, виробництва і збуту. Це означає розгляд логістики як функціональної сфери діяльності підприємства, для якої є характерним і необхідним формування таких елементів: логістичних цілей підприємства; логістичної стратегії підприємства; концепції логістичних рішень; прийняття та організації виконання управлінських рішень з логістичного управління; оцінки та контролю результатів логістичної діяльності.

Логістика бізнес-процесів дозволяє оптимізувати всі сфери діяльності підприємства:

1. Використання методів логістики в діяльність підприємства дозволяє оптимізувати його поточкові процеси, це в свою чергу сприятиме його ефективній діяльності.

2. Моделювання бізнес-процесів з використанням методів логістики дозволить сформулювати оптимальні управлінські рішення, що сприятиме ощадності, ефективності та ліквідації марнотратності.

3. Методи логістики дозволяють розвинути та розширити партнерство серед учасників логістичного ланцюга поставок та формування спільних схем співпраці, що дозволить зменшити терміни замовлення, інтенсифікувати використання ОЗ логістичної інфраструктури, знизити рівень запасів і замороженого капіталу.

4. Логістика бізнес-процесів дозволить сформулювати нові бізнес-моделі та нові бізнес-процеси.

КОНЦЕПЦІЯ МАРКЕТИНГУ І ЛОГІСТИКИ НА ПІДПРИЄМСТВІ

*Колмакова О.М., к.е.н., доцент,
Крохмальна В.І., студентка,*

Харківський національний університет будівництва та архітектури

Маркетинг - тип економічної роботи людини, орієнтований на задоволення потреб шляхом обміну.

Маркетинг – це не тільки стимулювання збуту продукції. На основі маркетингу формується стратегічне планування розвитку компанії, щодо збуту продукції, оцінці потреб споживачів, створенні продуктової лінійки бренда і

т.д.

Логістика – це планування, управління, контроль и регулювання руху матеріальних и пов'язаних із ними інформаційних потоків в просторі та часі починаючи від їх первинного джерел и закінчуючи місцем кінцевого споживання.

Рішення в сфері логістики орієнтовані на оптимізацію діяльності підприємства, економію ресурсів та скорочення часу виробництва-реалізації, і не орієнтовані на облік культурних, традиційних та інших особливостей ринку певного продукту, які характеризують національний або місцевий соціум. А рішення в сфері маркетингу, навпаки.

Таблиця 1

| Характеристики логістики | Концепція взаємодії маркетингу і логістики | Характеристики маркетингу |
|-------------------------------------|--|--|
| Поточне планування | Маркетинг спрямований на розширення видів діяльності підприємства, товарів та послуг, що неможливе без використання логістичних систем | Стратегічне планування |
| Управління ресурсами | | Оцінка ринку та потреб споживачів |
| Контроль за використанням ресурсів | | Розширення сфер діяльності, продукції, брендів |
| Регулювання діяльності підприємства | | |

Концепція взаємодії маркетингу і логістики (маркетингові підрозділи планують потокові руху організаційно, а служби логістики займаються їх оптимізацією), дає можливість глибше виявити віддачу від логістики як головний підсумок роботи цілої конструкції переміщення товарів у вигляді ознаки рівня обслуговування клієнтів. Цей результат містить в собі (принаймні) наступні компоненти, у вигляді вимог до рівня обслуговування [1]: швидкість виконання замовлень і доставки замовлень клієнтам; можливість забезпечити термінову доставку; висока якість товарів; готовність зробити повернення (або обмін) дефектного товару; наявність різноманітних послуг.

Чим успішніше для спільноти стратегія маркетингу, тим переважні здатності для застосування логістики та побудови оптимальних (відповідних) логістичних систем. Відповідно, маркетинг та логістика взаємопов'язані, і одна без іншої не зможе повноцінно функціонувати, приносячи бажаний результат.

Література:

1. Маркетинг и логистика: что важнее в оптимизации бизнес – процессов? : сайт URL: <http://calculino.info/ru/usefull/articles/id573748>.

КЛАСИФІКАЦІЯ ПРИНЦИПІВ ОЦІНКИ ВАРТОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

*Колодяжна Т.В., к.е.н.,
Харківський національний університет будівництва та архітектури*

В економічній літературі проблема класифікації та визначення економічної сутності принципів оцінки є достатньо розробленою, однак на нашу думку потребує узагальнення та систематизації. Так, при аналізі робіт вітчизняних та закордонних вчених [1, 2] було виявлено чимало класифікацій принципів оцінки, в яких можна виділити принципи, що є загальними для всіх, а саме: принципи, пов'язані з ринковим середовищем, принципи, засновані на уявленнях користувача, принципи, пов'язані з експлуатацією власності та принцип найкращого та найбільш ефективного використання. Шляхом узагальнення, аналізу та систематизації принципів оцінки, усунення з них дублюючих, було побудовано наступну класифікацію принципів оцінки вартості підприємства (рис. 1).

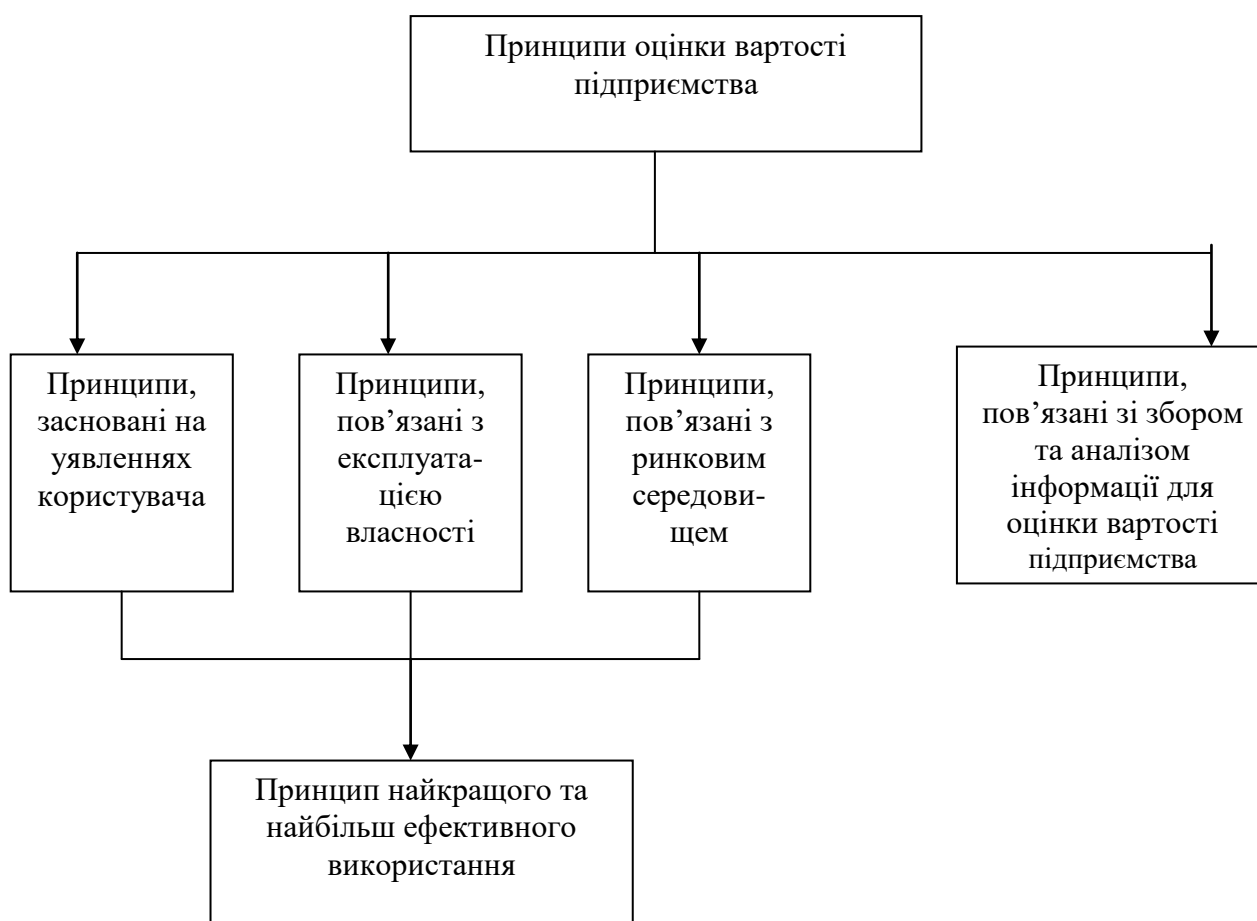


Рис. 1. Класифікація принципів оцінки вартості підприємства [2]

Отже, до принципів, заснованих на уявленнях користувача відносяться: принцип корисності; принцип заміщення; принцип очікування.

До принципів, пов'язаних з експлуатацією власності відносяться: принцип внеску; принцип залишкової продуктивності; принцип зростаючої та зменшуваної віддачі; принцип збалансованості; принцип оптимального розміру підприємства в цілому та окремих його факторів; принцип економічного розмежування та з'єднання прав власності; принцип надлишкової продуктивності; принцип додаваності приведених вартостей [3].

До принципів, пов'язаних з ринковим середовищем відносяться: принцип залежності; принцип відповідності; принцип попиту та пропозиції; принцип конкуренції; принцип зміни; принцип майбутніх переваг; принцип регресії; принцип прогресії [4].

Синтезом трьох попередніх груп оціночних принципів є принцип найкращого та найбільш ефективного використання об'єкта, яке розуміється як юридично та технічно здійсненне та таке, що забезпечує власнику максимальну вартість оцінюваного майна.

До принципів, пов'язаних зі збором та аналізом інформації для оцінки вартості підприємства відносяться: принцип коректності вихідних даних; принцип достовірності; принцип цільової спрямованості; принцип системності; принцип багатокритеріальності; принцип актуалізації результатів розрахунків; принцип аналогії; принцип оптимальності; принцип адекватності; принцип верифіційованості [5].

Перелічені принципи можна вважати універсальними. Вони були сформульовані в результаті багаторічного досвіду вітчизняних і зарубіжних оцінювачів, є єдиною базою оцінки вартості будь-якого об'єкта та можуть бути використані для оцінки всіх видів вартості.

Література:

1. Постанова Кабінету міністрів України від 10.09.03 р. №1440 «Про затвердження національного стандарту №1 «Загальні засади оцінки майна та майнових прав». URL: <http://www.zakon.rada.gov.ua>.
2. Хаустова В.Є., Колодяжна Т.В. Вплив процесів злиттів та поглинань компаній на конкурентоспроможність економіки в умовах глобалізації: монографія. Харків: ФОП Лібуркіна Л.М., 2019. 416 с.
3. Сычева Г. И., Колбачев Г. И., Сычев В. А. Оценка стоимости предприятия (бизнеса). Ростов н/Д.: Феникс, 2004. 384 с.
4. Грязнова А. Г., Федотова М. А. Оценка бизнеса. М.: Финансы и статистика, 2004. 625 с.
5. Щербаков В. А., Щербакова К. Л. Оценка стоимости предприятия (бизнеса). М.: Омега-Л, 2006. 288 с.

ЩЕ РАЗ ПРО МЕНЕДЖМЕНТ

Левченко Я.С., PhD, доцент

Пахомова Л.В., асистент

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Сучасна концепція менеджменту виходить з того, що його: сутність – це організація будь-якої діяльності, в тому числі й особистої, менеджерської; зміст менеджменту включає шість елементів – чотири функції (планування, проектування, мотивацію, контроль) і два зв'язуючі процеси (прийняття рішення і ділове спілкування) [1]. Дана концепція дозволила успішно вирішити множини проблем практики менеджменту. Однак у деяких випадках вона приводить до двох протирічч. По-перше, якщо функції менеджменту є елементи змісту, то вони повинні використовуватися будь-якими менеджерами поза залежності від посади, ієрархії, виду менеджменту. Однак реальна практика менеджменту не підтверджує цього: бухгалтер ніколи не виконує інженерну функцію; навпаки, інженер не виконує обов'язки бухгалтера тощо. По-друге, прийняття рішень, як елемент змісту менеджменту, не може бути реалізований без організації прийняття рішень (ОПР). Однак у змісті менеджменту згідно сучасної його концепції ОПР повністю відсутній. Але вся логіка і практика менеджменту приводить до висновку, що сутність і зміст менеджменту мають бути визначеними таким чином, щоб вони були притаманними будь-якому менеджеру. Корекція сутності і змісту менеджменту й явилася *метою* даної доповіді.

Аналіз сучасної теорії і практики менеджменту однак не приводить до повної відмови від всіх аспектів у визначенні сутності менеджменту. Дійсне залишається й положення сучасної концепції менеджменту, відносно до якого сутність менеджменту в організації будь-якої діяльності. Однак автори вважають, що сутність менеджменту повинна бути більш конкретною. Й тому вони пропонують сутність менеджменту визначати з безперечного твердження, що будь-який менеджер завжди робить тільки одне – він завжди *організує рішення проблеми (ОРП)*. Саме це й є дійсна і конкретна по формі *сутність* менеджменту. Робочий, на відміну від менеджера, тільки виконує ОРП, здійснену менеджером.

Така корекція визначення сутності менеджменту веде до зміни й у змісті менеджменту: зміст менеджменту – це зміст саме ОРП! А з літератури відоме, що ОРП завжди включає два елементи: організацію прийняття рішень; прийняття рішень[1]. Саме ці дві процедури виконує будь-який менеджер (бухгалтер, інженер, начальник тощо)! Тобто, з шістьох елементів змісту менеджменту з минулої його концепції тільки *прийняття рішення* залишається у складі змісту менеджменту.

Однак внаслідок цього встає питання про роль і місце решти елементів минулого змісту менеджменту, таких, як планування, проектування, мотивація, контроль і ділове спілкування. На думку авторів, планування, проектування,

мотивація, контроль виконують роль важливих *форм* менеджменту! Що стосується до ділового спілкування, то у дійсності він виграє роль ефективного засобу, ефективної *методології* менеджменту[2]!

Висновок. Вперше доведено найбільш коректне визначення сутності та змісту менеджменту. Це без сумніву буде сприяти підвищенню ефективності практики менеджменту і його важливішої частини – економіки, а в результаті – підвищенню економічного потенціалу будь-якого підприємства.

Література:

1.Бабайлов В. К. Менеджмент. Наука и практика: учебник. Х.: ХНАДУ, 2015. 276 с.

2. Бабайлов В. К. Методологія наукових досліджень: навч. посібник. Х.: ФОП Бровін О.В., 2019. 150 с.

ПРОМИСЛОВІ ПІДПРИЄМСТВА ЛЬВІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ: ІННОВАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ

*Лецих І.В., к.е.н.,
науковий співробітник відділу просторового розвитку,
ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М. Долишнього НАН
України», м. Львів*

Незважаючи на тенденції щодо розвитку окремих галузей промисловості, Львівська область не відноситься до регіонів України з яскраво вираженою промисловою спеціалізацією економіки. Негативними тенденціями у промисловому секторі є зростання частки видобувної промисловості та зниження частки переробної промисловості в структурі випущеної промислової продукції, а також переважання продукції з низьким ступенем обробки. Однією із головних економічних регіональних проблем залишаються низькі темпи модернізації виробництва та структурної трансформації промисловості, а саме – перерозподілу її структури на користь частки високотехнологічних секторів, що виробляють продукцію з високою доданою вартістю [1]. Впродовж 2015-2019 рр. у Львівській області спостерігалось щорічне зниження інноваційної активності промислових підприємств. Так, якщо у 2015 р. інноваційно активними були 19,3% промислових підприємств (кожне п'яте підприємство), то у 2019р. – лише 12,8% промислових підприємств (кожне восьме підприємство). Відповідний середній показник в Україні – 15,2% та 14,3% (розраховано авторами на основі даних [2]).

Упродовж 2015-2019 рр. у загальній кількості інноваційно активних промислових підприємств регіону найвищу питому вагу становили підприємства харчової промисловості (код за КВЕД-2010 10-12), підприємства з виробництва меблів, іншої продукції, ремонту і монтажу машин і устаткування (код за КВЕД-2010 31-33), а також підприємства з виготовлення виробів з деревини, паперу та поліграфічні підприємства (код за КВЕД-2010 16-18).

Разом з тим, упродовж досліджуваного періоду вкрай мізерною була частка реалізованої інноваційної продукції в загальному обсязі реалізованої промислової продукції – лише 0,83%. При цьому, лєвова частка реалізованої інноваційної продукції регіону (у розрахунку на одне підприємство) припадала на підприємства харчової промисловості (код за КВЕД-2010 10-12), підприємства з виробництва меблів, іншої продукції, ремонту і монтажу машин і устаткування (код за КВЕД-2010 31-33) та підприємства з виробництва автотранспортних засобів, причепів і напівпричепів та інших транспортних засобів (код за КВЕД-2010 29-30).

Незначним в регіоні залишається й обсяг реалізації принципово нової інноваційної продукції, що є свідченням того, що промислові підприємства у виготовленні інноваційної продукції орієнтуються на власні потреби, а не на потреби ринку. Відповідно, така продукція є низькоконкурентною на ринку.

Важливим видом економічної діяльності з точки зору забезпечення науково-технічного розвитку промисловості є машинобудування. Однак, проведене дослідження дозволяє констатувати переорієнтацію підприємств фондозабезпечувальних галузей машинобудування (виробництво машин, устаткування, транспортних засобів) на вироблення запчастин, обладнання й агрегатів [3]. Зазначене є однією із перешкод у виробництві конкурентоспроможної інноваційної продукції із завершеним циклом виробництва.

Лєвова частка інноваційних промислових підприємств Львівської обл. впроваджували маркетингові інновації, а частка підприємств, що впроваджували інноваційну продукцію становила лише 6% від загальної кількості обстежених підприємств. При цьому, витрати на внутрішні науково-дослідні розробки мали лише 1,5% обстежених промислових підприємств, а на зовнішні науково-дослідні розробки – 1,2% обстежених промислових підприємств (розраховано авторами на основі даних [2]). У структурі джерел фінансування інноваційної діяльності переважають власні кошти підприємств. Отже, інноваційна діяльність промислових підприємств регіону загалом характеризується браком коштів на інновації, низьким технологічним рівнем виробничої бази, відсталістю технологічної структури, що й виступає стримуючими факторами розвитку видів економічної діяльності з високою доданою вартістю.

Література:

1. Стратегія розвитку Львівської області на період 2021-2027 років. URL: <https://www.minregion.gov.ua/wp-content/uploads/2020/05/strategiya-rozvytku-lvivskoyi-oblasti-na-period-2021-2027-rokiv.pdf>.
2. Головне управління статистики у Львівській області: офіційний веб-сайт. URL: <https://www.lv.ukrstat.gov.ua/>
3. Лещух І. В. Інноваційний вимір структурних трансформацій економіки великих міст України. Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України: збірник наукових праць. 2019. Випуск 1 (136). С. 11–19.

ПОТЕНЦІАЛ ВИЖИВАННЯ СУБ'ЄКТІВ МАЛОГО БІЗНЕСУ В СУЧАСНИХ ЕКОНОМІЧНИХ УМОВАХ

*Остапенко А.С., к.т.н., доцент
Херсонський національний технічний університет*

В сучасних економічних умовах перспективи подальшого розвитку суб'єктів малого бізнесу залежать саме від їх потенціалу та галузей, у яких вони функціонують (в першу чергу, через можливість переходу до дистанційного/безконтактного здійснення господарської діяльності), завдяки тому, що цей вид підприємництва не потребує значних початкових фінансових інвестицій, виступає стимулом економічної конкуренції та сприяє розв'язанню соціальних завдань тощо. Під час пандемії коронавірусу найбільше постраждали суб'єкти малого бізнесу, які надавали транспортні, туристичні, розважальні послуги, а також послуги у сфері ресторанного та готельного бізнесу, будівництва, оптової та роздрібною торгівлі, яким вкрай важко здійснити перехід на безконтактне обслуговування клієнтів. Отже, вижити у новостворених складних форс-мажорних соціально-економічних умовах вдалося лише тим суб'єктам малого бізнесу, які змогли вчасно переорієнтуватися, зреагувати на зміни, пристосуватися до нових умов та перебудувати виробничо-господарський процес.

Так, при появі перших симптомів кризи у зовнішньому або внутрішньому середовищі підприємству необхідно поступово переключитись із режиму розвитку у режим антикризового функціонування і задіяти потенціал виживання. В умовах кризи найбільш проблемним питанням для суб'єктів малого бізнесу є створення та реалізація потенціалу виживання, який являє собою абстрактний видовий прояв потенційних можливостей.

У вітчизняній фінансово-економічній науці довгий час потенціал підприємства ототожнювали із масштабами його діяльності, в якості його основних характеристик використовували розмір та виробничі потужності підприємства. Але ці поняття надають орієнтовне уявлення про можливості та перспективи підприємства, оскільки вони не знаходяться у прямому взаємозв'язку з умовами використання ресурсів, впливом зовнішніх та/або внутрішніх факторів на інтенсивність та ефективність використання ресурсів.

Під потенціалом виживання розуміють наявні можливості розвитку за позитивним сценарієм (здатність до самовиживання), наслідком якого є нормалізація стану господарської системи, відновлення конкурентоспроможності підприємства й забезпечення ефективного господарювання. Крім того науковці термін «потенціал виживання підприємства» використовують для узагальнюючої прогностичної оцінки перспектив розвитку підприємства в майбутньому, його компетентностей та можливостей щодо подолання кризових явищ [1, с. 68].

Безпосередньо процес формування та реалізації потенціалу виживання малого підприємства є одним із ключових напрямків фінансово-економічної

стратегії його розвитку, який передбачає створення та організацію взаємодії наявних ресурсів та компетенцій, з метою досягнення стратегічних, тактичних та оперативних цілей діяльності підприємства, розвитку факторів успіху тощо.

Найбільш оптимальними підходами формування потенціалу виживання суб'єктів малого бізнесу в сучасних економічних умовах є застосування: інноваційного підходу (відбувається орієнтація на активізацію інноваційної діяльності за допомогою факторів виробництва та інвестицій); поведінкового підходу (підвищується ефективність сукупного потенціалу за рахунок інтелектуального потенціалу); ситуаційного підходу (альтернативність досягнення цілей, забезпечення максимальної адаптації до конкретної ситуації тощо); комплексного підходу (передбачається необхідність комплексного врахування правових, технічних, технологічних, екологічних, економічних, організаційних, соціальних, психологічних та інших аспектів діяльності суб'єктів малого бізнесу). Таким чином, щодо дослідження формування і реалізації потенціалу виживання суб'єктів малого бізнесу дозволяє зробити певні висновки про те, що він формується в конкретних умовах під впливом зовнішнього і внутрішнього середовища. Серед характерних факторів впливу зовнішнього середовища можна виділити наступні: нормативно-правову і законодавчу базу України, рівень науково-технічного прогресу, рівень економічного розвитку країни, стан інфраструктурного забезпечення, взаємовідносини з постачальниками сировини і матеріалів, стан ринку праці, діяльність місцевих органів влади, ставки банківського процента та рівень інфляції, дієвість економічних інструментів екологічного розвитку, соціокультурні фактори. Внутрішнє середовище формування та реалізації потенціалу виживання суб'єктів малого бізнесу характеризується: компетентністю керівного та кадрового складу; фінансовими ресурсами – матеріальною основою формування та реалізації потенціалу; виробничими ресурсами – результатом взаємодії яких є фактичний та перспективний обсяг виробництва продукції; ринковою активністю підприємства, яка проявляється в фактичному та перспективному обсязі реалізації (продажу) продукції; інформаційними ресурсами, які забезпечують удосконалення структури потенціалу та ефективності використання всіх його елементів [2, с. 440].

Отже, потенціал виживання суб'єктів малого бізнесу характеризується сукупністю багатьох функціональних сфер (управлінська, фінансова, виробнича, ресурсна та інші сфери).

Література:

1. Рябенко В. В. Формування потенціалу підприємства в умовах кризи. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2015. Вип. 12. Ч. 3. С. 65–68.
2. Фенц У., Белова І. Теоретичні основи дослідження потенціалу малого підприємництва. *Вектори розвитку науки і бізнесу в глобальному середовищі: тренди та перспективи* : матеріали Націон. наук.-практ. конфер. м. Тернопіль, 7 листоп. 2019 р. Тернопіль : ТНЕУ, 2019. С. 437–442.

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ТА ПІДТРИМКИ МАЛОГО Й СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ НА РЕГІОНАЛЬНОМУ РІВНІ

*Пакуліна А.А. к.е.н., доцент
Кулімякіна Д.Ю.*

Харківський національний університет будівництва та архітектури

В умовах активних соціально-економічних перетворень в Україні повному визначається роль малого й середнього бізнесу для регіонального розвитку, відбувається розширення економічної самостійності регіонів. Розробка системи підтримки малого й середнього бізнесу дасть змогу сформулювати стратегічні засади підтримки та розробити управлінські технології стимулювання розвитку малого й середнього бізнесу для забезпечення необхідних етапів ефективного регіонального розвитку [1]. Тому на сьогоднішній день тема дуже актуальна, адже на сучасному етапі трансформації економіки України одним із головних чинників стабільності соціально-економічних відносин у державі є забезпечення сталого економічного зростання та розвитку регіонів на основі мобілізації й ефективного використання всього комплексу наявних умов та відповідних ресурсів.

Перехідний стан соціально-економічної системи України є об'єктивним етапом її розвитку, зумовленим характером руху кожної системи від початку становлення до досягнення вищого стану і від нього до стану регресу, стагнації, коли через зміни в середовищі і власних елементах система припиняє функціонування [2]. Суспільний прогрес і трансформаційні перетворення у світі зумовили зміни в структурі економіки, підвищили значення конкурентних сил у процесі визначення парадигми сучасного економічного розвитку не тільки країни, а й окремих регіонів. Малий та середній бізнес, може стати потужним фактором у подоланні кризових явищ в економіці регіону, формуванні та розвитку конкурентних переваг регіональної економіки.

Успішне функціонування підприємництва є вагомим чинником розв'язання важливих соціально-економічних проблем і суперечностей, а також виступає запорукою подальшого інтенсивного зростання регіону і держави в цілому. Малі та середні підприємства як самостійні елементи ринкової економіки займають переважну частку в таких галузях економіки, як оптова та роздрібна торгівля, харчова промисловість та будівництво, одночасно стимулюючи розвиток конкуренції в економіці, забезпечуючи зайнятість населення та сприяють збільшенню обсягу вироблених товарів і послуг у конкретному регіоні [3].

Мале та середнє підприємництво несе на собі значне смислове навантаження. Дрібні і середні підприємства мають помітне значення в зайнятості, виробництві окремих товарів, дослідницьких і науково-виробничих розробках. Вони створюють середовище і дух підприємництва, без яких неможлива ринкова економіка, забезпечують необхідну мобільність в умовах

ринку, створюють глибоку спеціалізацію і кооперацію, без яких неможлива висока ефективність.

Так, малий і середній бізнес забезпечує: створення нових робочих місць, забезпечення зайнятості працездатного населення і, як наслідок, скорочення кількості людей, які потребують соціальної допомоги; забезпечення соціальної стабільності та зниження рівня бідності; можливість енергійним і заповзятим людям відкрити свою справу у виробничій, науковій та іншій діяльності, реалізуючи в ній свої здібності; збільшення надходження до бюджету; зростання частки ВВП, яку створюють малі підприємства; збільшення частки середнього класу, а, значить, соціальної та політичної стабільності; підвищення стійкості та конкурентоспроможності підприємств.

Малий бізнес відіграє важливу роль для розвитку ефективного середнього бізнесу, що в процесі свого зростання та розвитку переходить в іншу, більш масштабну категорію. На відміну від великого, малий та середній бізнес мають певні переваги, які забезпечують розвиток регіональної економіки країни: МСБ на відміну від великого бізнесу, не вимагає великих інвестицій та характеризуються швидкою окупністю витрат; значно підвищують рівень конкуренції на ринку та спонукають підприємців до більш ефективної та якісної діяльності; відмінність МСБ від великого бізнесу полягає в здатності більш динамічно та оперативно розвиватися, забезпечує необхідну мобільність в умовах ринку, орієнтуючись на інновації, і швидко реагують на запити споживачів; відкритість доступу та легкість входження до цього сектора економіки, на відміну від великого бізнесу, що збільшує можливість залучати до роботи на своїх підприємствах таких спеціалістів, які працюють на свій страх та ризик за невелику винагороду; підприємства МСБ вирішують проблеми зайнятості в регіоні за допомогою створення робочих місць, створюють передумови формування середнього класу; підвищують рівень конкурентоспроможності регіонів та галузей унаслідок високої мобільності у використанні ресурсів, невеликих термінах часу переформатування діяльності; вирішують значну кількість соціальних проблем та організації соціальної сфери в регіональних господарських комплексах.

Малі й середні підприємства виконують в економіці країни низку важливих та специфічних функцій. В економічній літературі загально визнані чотири основні функції МСБ: соціальна, економічна, ресурсна, творча [4].

Отже, для нормального розвитку малого та середнього бізнесу владні структури на рівні держави та регіонів мусять створювати відповідне регулююче середовище. Вплив малого й середнього бізнесу на економічний розвиток регіону відбувається за умов наявності ефективною системи підтримки малого й середнього бізнесу, на який впливає рівень споживання населення, який визначає економічний розвиток регіонів України.

Література:

1. Сучасний стан та тенденції діяльності підприємств малого бізнесу в Харківській області: сайт URL: file:///C:/Users/%D0%AE%D1%80%D1%8F/Desktop/170454-376258-1.
2. Фінагіна О. В. Ринкова трансформація в регіоні: особливості розвитку та діагностування: монографія. НАН України. Ін-т екон.-прав. дослідж. Донецьк: Юго-Восток. Лтд. 2005, 228 с.
3. Регіональні особливості розвитку малого та середнього бізнесу на прикладі Чернігівської області : сайт URL: file:///C:/Users/%D0%AE%D1%80%D1%8F/Desktop/inek_2013_7_31.pdf.
4. Вороніна Л. І. Малий бізнес та підприємництво в ринкових умовах господарювання: навч. посібник. Київ: Вид-во Європ. ун-ту, 2002. 307 с.

КОНТРОЛІНГ ЯК НАПРЯМ ІНФОРМАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

*Пакуліна А. А., к.е.н, доцент
Байлов І. А.*

Харківський національний університет будівництва та архітектури

Контролінг – це один з найновіших напрямів інформаційно-економічного розвитку підприємства. В сучасних умовах господарювання інтерес до нього проявляється у все більшій мірі, що зумовлено появою значної кількості перекладених видань з питань обліку, фінансів, ціноутворення тощо. Система контролінгу – це принципово нова концепція інформації і управління, яку можна визначити як обліково-аналітичну систему, що реалізує синтез елементів обліку, контролю, планування, яка забезпечує як оперативне, так і стратегічне управління процесом досягнення цілей і результатів діяльності підприємства.

Під терміном «контролінг» в зарубіжній літературі розуміють спеціально сконструйовану систему на основі інтеграції методів планування, обліку, аналізу, нормування, контролю та управління, яка забезпечує отримання, опрацювання та узагальнення інформації про діяльність підприємства. Така система разом з вирішенням оперативних завдань орієнтується на стратегічні цілі.

Під контролінгом розуміють концепцію ефективного управління фірмою і забезпечення її довгострокового існування. Концепція контролінгу передбачає розробку філософії поведінки фірми, використання принципу прямого і зворотного зв'язку біокібернетичному контурі регулювання, розробку енергетичного балансу, балансу навколишнього середовища, створення систем обліку витрат, активізацію нематеріальних факторів (комунікації, мотивація, стимулювання праці). Складність сучасних умов забезпечення прийняття рішень вимагає посилення узгодженості в діях штабних і лінійних управлінських кадрів. Розробка спеціальної системи контролінгу для підприємства вимагає від спеціаліста не лише знання проектування

інформаційних систем, але й проектування сфери поведінки людей [1].

Необхідність появи на сучасних підприємствах такого феномена, як контролінг, можна пояснити такими причинами: підвищення нестабільності зовнішнього середовища висуває додаткові вимоги до системи управління підприємством; зміщення акценту з контролю минулого на аналіз майбутнього; збільшення швидкості реакції на зміни зовнішнього середовища, підвищення гнучкості підприємства; необхідність у безперервному відстеженні змін, що відбуваються у зовнішньому і внутрішньому середовищі підприємства; необхідність продуманої системи дій щодо забезпечення виживання підприємства та уникнення кризових ситуацій; ускладнення систем управління підприємством вимагає механізму координації всередині системи управління; загальнокультурний – прагнення до синтезу, інтеграції різних сфер знання і людської діяльності [2].

Існує декілька функцій управління, які безпосередньо пов'язані з контролінгом на сучасних підприємствах. Першою функцією є планування, яка дає змогу здійснювати розроблення методики планування, графіка складання планів, надання інформації для складання планів, перевірку планів, складених підрозділами підприємств, та координацію різних планів і розробок. Наступною виступає функція організації, яка веде облік та контроль витрат і результатів по підрозділах. Функція стимулювання дає змогу використання планів в підрозділах. Функція контролю та регулювання використовує порівняння планових і фактичних величин, установлення допустимих меж відхилень від плану, аналіз відхилень та їх причини. Функція аналізу рішень бере участь у розробленні архітектури інформації системи управління, зборі найбільш значимих для управління даних, консультації з напрямів усунення відхилень та розробленні інструментарію для планування контролю та прийняття управлінських рішень [3].

Для того щоб зрозуміти місце контролінгу в системі керування підприємством, треба пам'ятати, що зміст будь-якої системи керування складається з визначення політики підприємства на тривалу перспективу, координації роботи підрозділів і служб, вирішення поточних завдань ведення бізнесу, тому першочерговим завданням контролінгу є формування обліково-економічної інформації на підприємстві і забезпечення оптимізації взаємозв'язків і залежностей інформаційних потоків між усіма основними функціями керування.

Загалом мета діяльності контролінгової служби має полягати в ефективній забезпеченості системи управління організацією за допомогою інформаційно-аналітичної та методологічної підтримки керівників на всіх рівнях підприємства в процесі прийняття ними управлінських рішень, що спрямовується на досягнення головних цілей підприємств.

Література:

1. Гарасим П. М., Журавель Г. П., Бруханський Р. Ф., Хомин П. Я. Первинний та аналітичний облік на підприємстві : навч. посібник. Тернопіль,

2005. 464 с.

2. Цигилик І. І., Мозіль О. І., Кірдякіна Н. В. Контролінг в системі управління. *Актуальні проблеми економіки*. 2015. № 3. С. 117–123.

3. Прохорова В. В., Мартюшева Л. С., Петрусевич Н. Ю., Прохорова Ю. В. Контролінг – від теорії до реалізації на практиці. Харків: ІНЖЕК, 2006. 200 с.

ОПТИМІЗАЦІЯ СИСТЕМ УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ

Пакуліна А. А., к.е.н, доцент

Байлов І. А.

Харківський національний університет будівництва та архітектури

Діяльність підприємства залежить від раціонального використання усіх видів ресурсів, що обумовлює необхідність переходу до оптимальної системи управління витратами. Існує декілька основних причин, які змушують підприємства постійно працювати над оптимізацією своїх поточних витрат та шукати шляхи економії ресурсів: створення додаткових грошових резервів для інвестування у власний розвиток, необхідність зменшення собівартості продукції або послуг для зміцнення конкурентних позицій підприємства на ринку, а також збільшення обсягів виробництва продукції. Актуальність та висока соціальноекономічна значущість проблеми управління витратами зумовлює необхідність ґрунтовного дослідження та визначення оптимальної структури граничних витрат, їх ролі в розширенні виробництва та максимізації прибутку.

Управляти витратами означає:

- 1) організувати облік витрат у відповідності до підрозділів;
- 2) аналізувати структуру витрат та її вплив на результати діяльності підприємства;
- 3) приймати обґрунтовані управлінські рішення;
- 4) планувати рівень витрат;
- 5) планувати прибуток з урахуванням обсягів здійснюваних витрат та змін у ринковому середовищі;
- 6) формувати дієву систему мотивації працівників до контролю та зменшення витрат;
- 7) контролювати рівень витрат та вживати заходи для їх зменшення

Управління витратами – це система цілеспрямованого впливу на склад, структуру і поведінку витрат та їх чинники на всіх етапах формування і розподілу витрат, що ґрунтується на використанні об'єктивних економічних законів і функцій менеджменту, задля підвищення ефективності діяльності підприємства на основі оптимізації рівня витрат, забезпечення його конкурентоспроможності на ринку та досягнення стратегічної мети і поточних завдань його розвитку. Основним завданням управління витратами є пошук найефективнішого способу використання наявних ресурсів, а саме оптимізація витрат [1].

Для обґрунтованого управління витратами та комплексного здійснення їх оптимізації необхідно забезпечити керівників релевантною інформацією та організувати комунікації між ними, що вимагає створення інформаційної системи управління витратами. В ринкових умовах функціональною підсистемою інформаційної системи управління витратами виступає управлінський облік, що виконує функції надання апаратові управління спеціально підготовленої інформації для прийняття рішень та її руху між рівнями управління. Під час проведення аналізу витрат підприємства варто враховувати обсяги та структуру випуску продукції, ефективність використання персоналу підприємства та основних фондів, а також рівень собівартості продукції, що дозволить чітко встановити джерела покриття та ефективність використання грошових коштів підприємства і визначити основні заходи для їх оптимізації. Для визначення повної структури та обліку витрат їх розподіляють на дві основні групи: перша група витрат включається до собівартості реалізованої продукції, а друга – обліковується відокремлено.

До першої групи відносять витрати на придбання сировини і матеріалів, витрати на оплату праці, відрахування на соціальні заходи, амортизацію та інші операційні витрати. До другої ж відносяться адміністративні витрати, витрати на збут та інші операційні витрати [2].

Облік витрат – відображення витрат, що здійснюються на підприємстві протягом певного періоду, пов'язаних з процесами постачання, виробництва і реалізації в розрізах, що формують собівартість готової продукції. Таке відображення забезпечує отримання вичерпаної інформації, необхідної для того, щоб управляти витратами підприємства, оцінювати його діяльність шляхом визначення фінансових результатів, визначати оптимальну структуру витрат та впроваджувати методи по їх зниженню [3].

Підсумовуючи, успішне функціонування підприємства в сучасних умовах господарювання залежить від управління витратами, у процесі якого приймаються рішення, спрямовані на підвищення ефективності його виробничо-господарської діяльності, конкурентоспроможності й прибутковості. Особливості витрат як об'єкта управління полягають в їхній різноманітності, постійному змінненні під впливом зовнішнього і внутрішнього середовища, різній динаміці у різні періоди часу. Усе це призводить до ускладнення точного кількісного оцінювання величини, динаміки, рівня витрат, визначення впливу витрат на економічні результати діяльності підприємства та методи їх оптимізації. Ефективність планування і контролю рівня витрат залежить також від своєчасного забезпечення релевантною інформацією всіх рівнів управління витратами.

Література:

1. Корінько М. Д., Тітаренко Г. Б. Концептуальні основи управління витратами суб'єктів господарювання в умовах удосконалення ринкових відносин. *Актуальні проблеми економіки*. 2009. № 9. С. 126–131.
2. Котенко Т. Ю. Аналіз витрат як складова управління на підприємствах

будівельної галузі. *Актуальні проблеми економіки*. 2010. № 6. С. 118–121.

3. Коваленко Л. О., Ремньова Л. М. *Фінансовий менеджмент: навч. посібник*. 2-ге вид., перероб. і доп. К.: Знання, 2005. 485 с.

ПРОЕКТ-КОНТРОЛІНГ БУДІВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

*Пакуліна А. А., к.е.н, доцент
Демакова Д. Ю.*

Харківський національний університет будівництва та архітектури

Як і всякий інвестиційний проект, будівництво будь-якого об'єкта (за винятком, звичайно, тих, що не потрапляють в категорію ринкових – військових, соціальних та інших) передбачає певні стадії і форми роботи капіталу, що вкладається в нього .

Сам ринок керуючих компаній зазнаватиме змін і чекає, що на кінцевому етапі буде отримана досить міцна галузь, наповнена професійними і кваліфікованими гравцями. Варто уточнити, що однією з причин такого помітного спаду можна визнати відсутність стабільного інституту управляючих компаній. Зазвичай їх називають по-різному: інжиніринговими компаніями, будівельно - інжиніринговими компаніями, професійними керуючими компаніями, вони реалізують практично весь цикл і мають можливість поєднувати етапи[1].

У загальному вигляді ці стадії складаються з декількох функціональних блоків:

1. Цілепокладання інвестора;
2. Вибір інвестором інвестиційної стратегії на ринку;
3. Планування реалізації проекту, в тому числі вивчення ринку, конкуренції, технологій;
4. Реалізація проекту;
5. Контроль за виконанням поставлених цілей.

Треба визнати, що така загальна схема реалізації проектів в будівельній галузі не розкриває повністю всіх особливостей інвестицій в цей вид бізнесу. На практиці, зокрема в секторі девелопменту (сучасна термінологія, яка характеризує саме інвестиційну спрямованість зведення об'єктів нерухомості в комерційному секторі), використовуються цілком сучасні методики реалізації проектів, починаючи від планування і закінчуючи введенням в експлуатацію.

Визначення керуючої компанії можна сформулювати наступним чином: керуюча компанія - це юридична особа, яка спеціалізується на здійсненні управлінських функцій і має необхідні для цього ресурси. Після укладення договору з замовником, ці компанії прагнуть виробити свій ключовий продукт - рішення, яке має сприяти досягненню поставлених замовником цілей і з урахуванням сформованих умов і наявних ресурсів. Тут і проявляється основна перевага керуючої компанії перед людиною: вона спеціалізується на прийнятті рішень і має відповідне забезпечення.

Керуюча компанія, як правило, має в своєму розпорядженні необхідний штат співробітників, інфраструктуру (в тому числі використовуваної епізодично, але в різних проектах, за рахунок чого знижуються загальні витрати).

До інфраструктурних елементів можуть бути віднесені:

- консультанти і радники з певних питань;
- органи та особи, що допомагають прийняти рішення в складних або неоднозначних ситуаціях і т. п [2].

Важливою особливістю цих організацій є саме людський капітал при практично повній відсутності матеріального забезпечення – як правило, керуючі компанії не мають в своєму розпорядженні будь-якої будівельної техніки або обладнання, їх головний актив - це кваліфіковані фахівці, інженери, кошторисники, будівельники. Спеціалізація керуючої компанії дозволяє залучити кваліфікованих фахівців, не тільки підготовлених, але і «налаштованих» на управління бізнесом. Можливість обміну досвідом та професійного зростання, участь в різних проектах, налагоджене інформаційне забезпечення сприяють підтримці високого рівня підготовки фахівців, задіяних в управлінні об'єктами.

На практиці підрядних учасників може бути набагато більше, кожен відповідає за свою частину робіт.

У системі управління стратегічним розвитком будівельної компанії необхідно застосовувати сукупність взаємозв'язаних показників, які всебічно характеризують бізнес-процеси, що відбуваються в організації, та використовувані ресурси. У зв'язку з цим було проведено класифікацію відповідних показників і встановлено їх взаємозв'язок з ФОП у системі проект-контролінгу підрядної будівельної організації.

З метою обґрунтування і дослідження взаємозв'язків показників, а також розробки інформаційного забезпечення управління будівельною організацією розроблено концепцію контролінгу, що базується на таких принципах, як:

- досягнення цільових економічних показників;
- орієнтація на прийняття рішень;
- проектна орієнтація;
- узагальнення інформації на рівні прийняття рішень.

Формування інформаційних вузлів та потоків здійснюється за такими ознаками:

- функціональна область;
- тип інформації;
- тимчасові параметри обліку та планування;
- проекти;
- підсистеми;
- рівні управління.

Як і всякий інвестиційний проект, будівництво будь-якого об'єкта (за винятком, звичайно, тих, що не потрапляють в категорію ринкових - військових, соціальних та інших) передбачає певні стадії і форми роботи

вкладеного в нього капіталу.

На завершення зауважимо, що контролінг може називатися сучасною концепцією управління підприємством та вирішувати широке коло поставлених перед ним завдань тільки при одночасному виконанні кожної з його функцій: планування, інформаційного забезпечення, аналізу/контролю та управління. Ці ключові функції поєднані одна з одною системою взаємозв'язків з постійним зворотним зв'язком у такий спосіб, що недостатня увага у сфері однієї функції призводить до значних неполадок у загальній системі контролінгу.

Література:

1. Шило В. П., Ільїна С. Б., Меньша І. Ю. Роль контролінгу в системі управління підприємством. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2011. № 1. С. 45–50.

2. Пустовіт Л. Є. Система контролінгу як чинник стабільності діяльності підприємств. URL: http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Statp/2012_53/files/ST53_38.pdf.

СТРАТЕГІЧНИЙ КОНТРОЛІНГ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

*Пакуліна А. А., к.е.н, доцент
Демакова Д. Ю.*

Харківський національний університет будівництва та архітектури

Історично склалося так, що спочатку ідеї контролінгу отримали цілісне виклад в західній економічній літературі на основі узагальнення практичного досвіду їх застосування.

Так, в якості основної причини формування концепції контролінгу слід зазначити промислове зростання в США в кінці XIX – початку XX століття, який викликав ускладнення процесів управління, що в першу чергу зажадало адекватних і науково обґрунтованих підходів до їх реалізації.

Об'єктивна необхідність впровадження контролінгу в практику зарубіжного управління обумовлювалася конкретно-історичною ситуацією, яка визначає характер зовнішнього середовища функціонування керованих об'єктів.

Необхідно врахувати головною умовою ефективного функціонування системи контролінгу - здатність визначати небезпеку кризи своєчасно, а також оперативно запобігати його, тому виникає необхідність у здійсненні безперервного відстеження фактичної траєкторії розвитку підприємства, «попереджуючи відхилення про теоретичну траєкторії».

Взаємодія служб контролінгу в організаційно-функціональному розрізі дозволяє за допомогою ефекту зворотного зв'язку здійснювати оцінку доцільності обраного плану розвитку, що в свою чергу визначає, що за своїм функціональним наповненням і ролі система контролінгу повинна займати

центральне місце в системі управління підприємством.

Система контролінгу є важливим економічним важелем підприємств, забезпечуючи підтримку цільових функцій управління, таких як планування, контроль, облік, аналіз, оцінка ситуацій, прийняття стратегічних, оперативних, тактичних рішень. Концепції контролінгу мають поетапне застосування в системі менеджменту та розраховуються в розрізі повного спектру функцій управління:

1. Постановка загальних або конкретних завдань в системі контролінгу (прямий зв'язок).

2. Визначення розмірів відхилень факту від плану, виявлення цих відхилень (спостереження-моніторинг)

3. Включення зворотного зв'язку при отриманні негативної інформації службою контролінгу (зворотний зв'язок).

4. Забезпечення безперервності, безперервності, функцій управління і контролінгу, їх інтеграція в єдине ціле (координація).

Відносно реалізації стратегії стабільності головне завдання контролінгу – розробка альтернативних рішень керівництва з метою мінімізації відхилень у розвитку організації в умовах впливу зовнішніх і внутрішніх факторів. Критеріями даних відхилень виступають допустимі параметри стійкості (стабільності) розвитку [1].

Основними завданнями контролінгу у системі управління є:

- створення системи раннього попередження і реагування на недоліки у здійсненні суб'єктами господарювання господарських операцій (постійне відстеження зовнішньої і внутрішньої інформації, порівняння планових і фактичних обсягів виконаної суб'єктами господарювання роботи, аналіз впливу відхилень на виконання поточних планів, розроблення проектів управлінських рішень, спрямованих на поліпшення фінансово – господарської діяльності);

- оцінка впровадження у діяльність суб'єктів господарювання норм витрачання сировини, матеріалів, палива;

- оцінка ефективності діяльності загалом та в окремих напрямках (інновацій або інвестицій);

- створення надійної системи прогнозування.

Багато підприємств ставлять головним завданням в стратегічному плануванні збереження структурно-економічних параметрів функціонування, яке забезпечує (до часу повної адаптації до нових умов) мінімально допустимий рівень розвитку підприємства.

Стратегія стабільності дає можливість виявити «слабкі місця», які можуть згодом стати кризовими для діяльності компанії. Завданням даної стратегії послужить вироблення попереджувальних заходів щодо усунення таких ситуацій [2].

З точки зору стратегічного аспекту процесу контролінгу важливе значення займає аналіз зовнішнього середовища з метою виявлення можливостей, майбутніх загроз і перспектив для підприємства.

Зовнішні чинники, з якими стикаються підприємства, в основному

відносяться до таких сфер, як політика і економіка, ринок, технології, конкуренція, міжнародні відносини, соціальна сфера.

На даний момент підприємства мають значний організаційно-кадровий потенціал для можливості формування і розвитку системи контролінгу, підкріплений фінансами підприємств і сприятливими умовами для впровадження контролінгу на підприємствах всієї національної економіки. Від правильності прийнятих рішень в умовах різких змін економіки залежить виживання і успіх підприємства. Стратегічне планування бізнесу вимагає значної уваги керівного підрозділу як на стадії аналізу і прийняття, так і на стадії виконання і контролю[3]. Перш за все управління має орієнтуватися на поєднання всіх аспектів таким чином, що мінімізація ризиків повинна обумовлювати розвиток потрібної стратегії в ситуації невизначеності.

Таким чином, сучасна економічна ситуація, що впливає на розвиток підприємств, обумовлює необхідність формування та удосконалення системи контролінгу, як основного важеля збереження економічної стабільності підприємства і розвитку його основних стратегій з метою отримання прибутку і мінімізації ризиків.

Впровадження системи контролінгу у систему управління необхідно здійснювати на всіх етапах організації і функціонування підприємницької діяльності. Розробка стратегії буде успішною тільки при різноплановій діяльності, яка дає можливість виявити приховані потенційні резерви, «вузькі місця», які можна ліквідувати без зовнішньої допомоги. На основі дослідженого матеріалу можна зробити висновок про присутність поняття контролінгу як складової стратегічного управління в Україні, проте даний напрям потребує більш широкого дослідження та впровадження. Створення відповідної системи та підготовка спеціалістів нададуть можливість змінювати стратегію діяльності залежно від обставин. Впровадження і використання методів стратегічного контролінгу дозволить розширити можливості управління, сформулювати перспективні напрямки діяльності та впевненість у завтрашньому дні.

Література:

1. Зоріна О. А. Управління підприємством. *Науковий вісник Національного університету ДПС України (економіка, право)*. 2010. № 2 (49). С. 59–66.
2. Пустовіт Л. Є. Система контролінгу як чинник стабільності діяльності підприємств. URL:http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Statp/2012_53/files/ST53_38.pdf.
3. Шило В. П., Ільїна С. Б., Меньша І. Ю. Роль контролінгу в системі управління підприємством. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2011. № 1. С. 45–50.

ЕКОНОМІКА КСЕНОФОНТА І СУЧАСНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ – ІХ ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК

Пахомова Л. В., асистент

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Вже протягом тисячоліть існує твердження, що термін і поняття «Економіка» вперше ввів Ксенофонт [1]. Однак поза увагою всіх поколінь економістів сталося головна думка Ксенофонта. Суть її в тому, що Економіку («Ойкономіку») Ксенофонт визначав не як організацію вартості: він взагалі не вводить термін і поняття «вартість». Якщо бути точним, Ксенофонт визначає свою «Ойкономію» як організацію натурального (домашнього) господарства, як «Домострой» [1]. На жаль й досі в розумінні більшості економістів господарська діяльність зводиться саме тільки до економічної діяльності.

Метою даної доповіді з'явився більш уважний аналіз визначення економіки Ксенофонтом. При цьому автор прийшов до висновку, що уважний, не упереджений аналіз обов'язкове приведе до ствердження, що в будь-які епохі будь-яка господарська діяльність включатиме не тільки економічну діяльність. В будь-якому господарстві античності, феодалізму, у будь-якому сучасному підприємстві, у фірмі завжди існувала й буде існувати не тільки економічна, але й інженерна і адміністративна діяльність, в будь-якому господарстві існують, взаємодіють три обов'язкові соціуми – це: економісти, інженери, адміністратори (начальники). Тобто, будь-яке господарство, будь-яка господарська діяльність, її організація в самому точному сенсі не зводиться тільки до економічної діяльності. У сучасному контексті, якщо бути максимальне логічним, точним, неминуче прийде до висновку, що будь-яка господарська діяльність – це менеджмент [2]! А звідси випливає зовсім нетрадиційний висновок: термін «Ойкономія» Ксенофонта в його буквальному визначенні необхідно трактувати не як «Економіку», а як «Менеджмент»! Однак Ксенофонту термін «Менеджмент» був ще невідомий.

Фактично подальшому й Аристотель економіку розуміє як усю господарську діяльність. Однак вже у самій господарської діяльності від виділяє, акцентує увагу на створенні важливішого аспекту господарської діяльності – на організації вартості, *споживчої* вартості [1].

Які головні висновки слідує з проведеного аналізу. На думку автора в протилежність існуючої точки зору про обмежене розуміння економіки Ксенофонтом необхідно зробити такі *висновки*:

- Будь-яка господарська діяльність не зводиться тільки до економічної діяльності, а включатиме і інженерію, і адміністративну діяльність.
- Ксенофонт фактично дав визначення не економіки, а усього менеджменту. Але для його позначення використовує не термін «Менеджмент», а «Ойкономія». На жаль у подальшому це внесло певну плутанину зв'язку понять «Економіка» і «Менеджмент».

– Перший крок до сучасного розуміння економіки зробив у подальшому Аристотель. Саме він вперше акцентує увагу в економіці саме на організації вартості, споживчої вартості.

– Ксенофонт і Аристотель вперше розуміють її моральний, громадський, соціальний характер економіки-менеджменту.

Література:

1. Бартенев С. А. Экономические теории и школы (история и современность) : курс лекций. М. : БЕК, 1996. 352 с.

2. Бабайлов В. К. Менеджмент. Наука и практика: учебник. Х.: ХНАДУ. 2018. 276 с.

КРАУД-ТЕХНОЛОГІЇ ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ ІНСТРУМЕНТ ФІНАНСУВАННЯ РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ

Петлін І.В., к.е.н, доцент

Львівський інститут економіки і туризму

На сьогоднішній день динамічний розвиток суб'єктів господарювання залежить від пошуку і залучення різноманітних джерел фінансування в їх діяльність, що забезпечує підвищення ефективності діяльності підприємств.

Крауд-технологія – це процес, в якому добровільні ініціативи окремих людей акумулюються для реалізації загальної справи» [1]. Тобто, крауд-технології являють собою способи, методи та інструменти об'єднання ресурсів зацікавленого кола осіб задля вирішення різноманітних завдань на основі використання віртуальних платформ.

Можна виокремити такі види крауд-технологій в діяльності підприємств: краудсорсинг, краудфандинг, краудворкінг, краудрекрутинг, краудстафінг, краудтренінг, краудлендинг, краудінвестинг, краудмаркетинг.

Краудсорсинг являє собою організовану роботу великої кількості однодумців, яка націлена на вирішення ключових проблем методом включення інноваційних ідей [2].

Краудфандинг походить від поєднання двох слів - crowd (натоп, юрба, маса) і funding (фінансування) – це колективна співпраця людей (донорів), які добровільно разом об'єднують свої гроші або інші ресурси, як правило через Інтернет, щоб підтримати зусилля інших людей або організацій (реципієнтів) [3, с. 2180].

Краудворкінг – залучення трудових ресурсів ззовні для прискорення процесів виробництва. Цей метод передбачає виконання платних, короткотермінових завдань, що передаються через інтернет-платформи.

Краудрекрутинг – це спосіб відбору найбільш перспективних носіїв професійних компетенцій, необхідних конкретному підприємству, на основі показників їх роботи в краудсорсинговому проекті, шляхом спостереження та оцінювання діяльності учасників у ситуації, що імітує робочий процес [4].

Краудрекрутинг – відбір кваліфікованих працівників для проекту з метою їх працевлаштування підприємством на постійній основі.

Краудстаффінг – технологія пошуку і відбору персоналу заснована на залученні зовнішніх рекрутерів для роботи на спеціалізованій віртуальній платформі, з метою оцінки кандидатів на вакантні посади [5, с.20].

Краудтренінг – метод навчання персоналу, в основі якого лежить аналіз і обґрунтування оцінки запропонованих варіантів вирішення завдання іншими учасниками процесу і розробка власної ідеї [5, с. 20].

Краудлендинг – сучасна технологія краудових технологій, яка здійснюється онлайн, шляхом надання кредиту на інвестиційні проекти фізичних юридичних осіб на основі інтернет-платформи [6].

Краудінвестинг – інвестування коштів і отримання максимальної вигоди від вкладання коштів в реалізацію проекту – об'єкта краудінвестування [7].

Краудмаркетинг – це управління широким колом споживачів, об'єднаних у спільноти, з метою реалізації комерційних інтересів компанії.

Використання крауд-технологій є джерелом розвитку підприємницьких структур та реалізації здібності людей через мережу Інтернет. Використання крауд-технологій можливе у різних сферах діяльності підприємницьких структур, зокрема виробничій (краудворкінг), маркетинговій (краудсорсинг, краудмаркетинг), інноваційній (краудсорсинг), інвестиційній (краудфандинг, краудінвестинг, краудлендинг), управління персоналом (краудрекрутинг, краудстаффінг, краудтренінг), що надає їм переваги від використання ресурсів учасників задля досягнення певних цілей та завдань.

Література:

1. Ceraso, Antonio. Crowd technologies: Rhetoric and power in peer production discourse. ProQuest: веб-сайт. URL: <http://search.proquest.com/docview/304988911>.
2. Howe J. The Rise of Crowdsourcing. WIRED, 2006. Access mode: www.wired.com/wired/archive/14.06/crowds.html.
3. Спиридонова Е. В., Шумовская А. С., Сошников Д. С. Инновационные способы финансирования проектов: теория и практика краудфандинга. *Российское предпринимательство*. 2016. Т. 17. № 17. С. 2179–2192. DOI: 10.18334/rp.17.17.36531
4. Краудрекрутинг – новая технология массового поиска талантов. Companion UA: веб-сайт. URL: <https://companion.ua/208489/>.
5. Полякова Ю. М. Управление персоналом на основе современных крауд-технологий: краудстаффинг, краудрекрутинг и краудинвестинг. *Научные исследования экономического факультета*. Электронный журнал. 2020. Том 12. Выпуск 3. С. 16–30.
6. Чуланова О. Л. Современные крауд-технологии: краудсорсинг, краудфандинг, краудинвестинг, краудлендинг : веб-сайт. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennyye-kraud-tehnologii-kraudsorsing-kraudfanding-kraudinvesting-kraudlending/viewer>.

7. Hornuf L., Schwiendbacher A. Crowdinvesting. Angel Investing for the masses? 2014. 21 p.

ВПЛИВ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ЕКОНОМІЧНУ БЕЗПЕКУ

*Поясник Г.В., к.т.н., доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній
університет*

Інвестиційна складова займає провідне місце в економічній безпеці країни, а забезпечення розвитку економіки потребує нарощення обсягів інвестування, що має бути включено до стратегічних пріоритетів економічної політики України. Ефективна діяльність фірм, підприємств і організацій в довгостроковій перспективі, забезпечення високих темпів їх розвитку та підвищення конкурентоспроможності в значній мірі визначається рівнем їх інвестиційної активності і діапазоном інвестиційної діяльності. Фізична або юридична особа, яка здійснює інвестиції від свого імені і за свій рахунок є інвестор. Інвестиційна діяльність в даний час являє собою вкладення інвестицій і здійснення практичних дій в цілях отримання прибутку. Приватні компанії та держава виступають як регулятор інвестиційного процесів і безпосередньо беруть участь в інвестиційному процесі. Для подальшого збільшення обсягів приваблюючого капіталу в розвиток національної економіки, зниження ризиків, пов'язаних з процесом інвестування і з залученням іноземних інвестицій необхідно враховувати інтереси всіх учасників ринку. Якщо ж держава використовує в свою особисту вигоду інвестиції, вона буде прагнути врегулювати в країні інвестиційний процес. Найдоступніший і самий ефективний для держави регулятор інвестиційної діяльності є право.

Не варто забувати, що багато елементів інвестиційної діяльності в Україні вже склалися. Навчитися ними правильно оперувати і управляти, ось головне завдання яке стоїть перед фінансистами і аналітиками. Існує два види захисту інвестиційної діяльності: нормативно-правовий захист за допомогою ринкових механізмів. Прикладом другого способу досить явно може служити створення інвестиційного портфеля з певного переліку і кількості акцій різних компаній. Цей спосіб захищає його активи [1].

Ефективність інвестиційної політики досить таки підвищиться коли будуть з'єднані два способи захисту. Наприклад, введення обов'язкового розширення асортименту продукції, що випускається (диверсифікація). У наш час в скороченому варіанті дана форма присутня в недержавних пенсійних фондах. Введення даного способу захисту як обов'язкового істотно знизить ризики при інвестування. Загалом, варто відзначити, що для забезпечення ефективності інвестиційної діяльності необхідно більш щільна взаємодія ринкових і нормативно-правових механізмів захисту. Оскільки ринкові механізми не просто перевірені часом, а й набагато більше відповідають ринковій ситуації. Інвестиції в Україні покращаться в тому

випадку, якщо інвестиційне законодавство буде тісно пов'язане із застосуванням міжнародних стандартів при регулюванні інвестицій, в тому числі при укладанні інвестиційних угод і захисту прав інвесторів.

Інвестиційна діяльність держави при певних умовах здатна забезпечувати розширене відтворення економічної системи. Створюючи інвестиційну систему, необхідно уявляти її основні параметри і специфічні властивості. По-перше, інвестиційна система має виступати як організація інвестиційних процесів, які реалізуються через інвестиційну діяльність господарюючих суб'єктів та через господарські зв'язки між ними. По-друге, інвестиційна система в рамках економічної структури суспільства має розглядатися як функціональна система. По-третє, стосовно реального сектора її необхідно віднести до інфраструктури, оскільки вона повинна обслуговувати реальний сектор економіки, наповняти його своїми ресурсами і, залежно від ступеня її ефективності або прискорювати, або сповільнювати процеси його розвитку.

З метою вдосконалення процедури попереднього узгодження угод або встановлення контролю іноземного інвестора пропонується наступне. Передбачити обов'язкову експертну оцінку ймовірності реалізації виявлених загроз в національній безпеці. Розробити і затвердити на законному рівні методику виявлення загроз для країни і безпеки держави при здійсненні операцій або встановлення контролю іноземного інвестора над господарськими товариствами, що мають стратегічне значення [2].

Необхідною умовою сталого розвитку соціально-економічної системи є ідеї і знання, які повинні перетворюватися на нові джерела потужності, технології, системи управління. Можливість виходу України на траєкторію сталого розвитку все частіше пов'язують з переходом до інноваційно-інвестиційної моделі економіки. Дослідження проблем інноваційно-інвестиційної діяльності знаходиться в центрі уваги економічної науки. Це обумовлено тим, що в сучасних умовах інновації є вирішальним чинником формування національної конкурентоспроможності, а інноваційний процес є найважливішою домінантою економічного розвитку. Для забезпечення економічного відродження держави необхідно сформувати ефективну систему взаємовідносин між наукою, державою і регіонами. Інновації та інвестиції в результаті їх комерціалізації є основою розвитку регіонів і держави. Вони значною мірою визначають найважливіші напрями наукової діяльності шляхом постійного врахування ринкових змін попиту і пропозиції в межах країни, загалом, та конкретних регіонів, зокрема. Економічне зростання регіонів, як передумова процвітання України, потребує вибору державою інноваційно-інвестиційної моделі економічного розвитку.

Література:

1. Алехнович С. О. К вопросу об изменении подходов к теории и практике национальной безопасности. *Международное публичное и частное право. Научно-практическое и информационное издание.* М.: Юристъ, 2007. №4. С. 25–28.

2. Допуск иностранных инвесторов в стратегические отрасли экономики (правовые основы) : сайт URL: <https://jurkniga.ua/dopusk-inostrannykh-investorov-v-strategicheskie-otrasli-ekonomiki-pravovye-osnovy/>.

ПОТЕНЦІАЛ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ЕКОНОМІЧНА КАТЕГОРІЯ

*Приходько Д.О., к.е.н., доцент
Барабаш В.М.*

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Характерною рисою сучасності є економічна нестабільність, незважаючи на помітні наукові досягнення, в тому числі в області комплексної оцінки та аналізу ефективності бізнесу. Існує явна потреба в подальших дослідженнях і визначенні факторів, що перешкоджають і сприяють економічному прогресу. Один з ключових моментів вирішення проблеми сталого розвитку полягає в зміцненні економічного потенціалу господарюючих суб'єктів.

Сутність потенціалу підприємства, методи та особливості його оцінювання, розглядалися у працях багатьох науковців та дослідників, серед яких Т. Безбородова, І. Яремко, Н. Краснокутська та ін. Проте на даний час не було сформовано єдиних підходів до багатьох питань, у тому числі й до поняття терміну «потенціал підприємства».

Найбільш загальним, на нашу думку, є визначення терміну «потенціалу підприємства» О. Олексюком [1]. Він розуміє його як максимально можливу сукупність активних і пасивних, явних і прихованих альтернатив (можливостей) якісного розвитку соціально-економічної системи підприємства у певному середовищі господарювання (ситуаційно-ринкова складова) з урахуванням ресурсних, структурно-функціональних, часових, соціокультурних та інших обмежень. Схожим до цих визначень є розуміння потенціалу В. Архангельським: «потенціал – це засоби, запаси, джерела, які є в наявності і можуть бути мобілізовані для досягнення певної мети або розв'язання певної задачі» [2].

Потенціал підприємства з економічного погляду характеризується як сукупність можливостей. З одного боку, потенціал підприємства – сукупність чинників, які визначають силу, джерела спроможності, запаси, кошти, ресурси та інші резерви, які можуть використовуватися в економічній діяльності, а з іншого – потенціал підприємства характеризується якістю та кількістю ресурсів, якими володіє підприємство, кваліфікацією найманого персоналу, інноваційними, інформаційними й фінансовими можливостями [3].

Економічний потенціал підприємства являє собою миттєву здатність генерувати прибуток, тобто здатність, властиву підприємству в певний момент часу і в характерних цього моменту часу зовнішніх умовах. Це твердження запозичене з [4] з тим лише уточненням, що з його формулювання виключена вказівка на рівень прибутку («прийнятний (для власників) прибуток» в оригіналі). Таке уточнення є принциповим і базується на результатах

дослідження, опублікованих в [5].

Як зазначається у праці [6] потенціал підприємства у сучасній реальній економіці становить дуже складну, динамічну, поліструктурну систему, яка у поєднанні зі зміною фінансово-економічних відносин у реальній економіці потребує нового погляду на вирішення проблеми побудови адекватних теоретичних і концептуальних засад управління процесами формування економічних і виробничих ресурсів сучасного підприємства.

Потенціал підприємства характеризується властивостями, типовими для будь-якої економічної системи: цілісністю, взаємозв'язком і взаємодією елементів, складністю, комунікативністю, ієрархічністю, множинністю опису, здатністю до розвитку, альтернативністю форм функціонування та розвитку, пріоритетом інтересів системи глобального рівня, пріоритетом якості, потужністю [7]. Взаємодія елементів потенціалу підприємства характеризується як статичністю, що проявляється в структурі підприємства, так і динамікою, яка має місце в процесах, що проходять на підприємстві та роблять його «живим організмом», здатним реагувати на зміни зовнішнього середовища. Те, як сформований та організований механізм, впливає на здатність підприємства адаптуватись до змін зовнішнього середовища і, відповідно, розвивати внутрішній потенціал [8].

На основі розгляду підходів щодо визначення економічного потенціалу підприємства, що сформувався в науці, можемо уточнити зміст поняття економічного потенціалу господарюючого суб'єкта як інтегральної характеристики ефективності його діяльності та перспектив розвитку, основу якого складають система ретроспективних і перспективних показників і критерії їх оцінки.

Література:

1. Олексюк О. І. Управління потенціалом акціонерних товариств : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук. Київ, 2001. 24 с.
2. Архангельский В. Н., Зиновьев Л. Е. Управление научно-техническим прогрессом в машиностроении. Москва, 1983. 120 с.
3. Герасимчук О. В. Сучасний підхід до дослідження ресурсного потенціалу підприємства. *Економіка та управління підприємствами*. 2019. №5 (73). С. 72–76.
4. Шпак С. А. О временной природе конкурентоспособности, экономического потенциала и потенциала развития. *Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» (економічні науки)*. 2018. № 19. С. 11–18.
5. Брутман А. Б. Категория конкурентоспособности как обобщение понятия экономического потенциала предприятия. *Бизнес Информ*. 2018. № 2. С. 127–134.
6. Сухай О. Є., Яремко І. І. Концептуальні підходи до формування й управління потенціалом підприємства. *Науковий вісник НЛТУ України Економіка, планування і управління галузі*. 2009. Вип. 19 (94). С. 234–238.

7. Чумаков К.І. Потенціал підприємства як економічна система. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі*. 2012. № 4 (55). С. 223–229.

8. Добикіна О.К. Потенціал підприємства: формування та оцінка : навчальний посібник. Краматорськ : Центр учбової літератури, 2007. 240 с.

РОЗРОБКА ПАРАДИГМ ЛОГІСТИКИ

Приходько Д.О., к.е.н., доцент

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Курденко О.В., старший викладач

Харківський національний університет радіоелектроніки

Як відомо з практики розробки парадигм економіки, менеджменту, інженерії, підприємництва, маркетингу та інших важливих сфер діяльності, будь-яка парадигма є результатом апробації основного закону часом, історичною епохою [1-2]. В результаті основний закон перетворюється в парадигму. Парадигма – це глобальна, тобто всесвітня стратегія поведінки людства у конкретній сфері діяльності: економіці, менеджменті, інженерії тощо. Відповідно існують парадигми економіки, менеджменту, інженерії тощо. При цьому парадигми діють, існують на значному відрізку часу. Так, зараз відомі у кожній сфері діяльності тільки дві парадигми: минулі і справжні. В 2013-2019 роках були розроблені й майбутні парадигми всіх основних сфер діяльності. Для розробки парадигм була створена стандартна, універсальна модель розробки парадигм [3]. В таблиці 1 як приклад для ілюстрації приведена модель розробки парадигм економіки.

Таблиця 1 – Модель розробки парадигм економіки

| Результати рівнів ФД | Результати етапів фундаментального дослідження (ФД) | | |
|----------------------|---|---|---|
| | Об'єкт | Предмет (проблемна частина об'єкту) | Встановлена апробацією залежність вартості від визначальних факторів |
| Ідея | Вартість | Невідома якісна залежність вартості | <i>Залежність</i> якісна вартості від витрат праці на основі Інтуїції |
| Гіпотеза | Ідея | Невідома кількісна залежність вартості | <i>Закономірність</i> на основі Логіки окремих фактів практики |
| Концепція | Гіпотеза | Недоведеність закономірності | <i>Закон</i> економіки (приватний) на основі Логіки доказу |
| Теорія | Концепція | Непідтверджений всією практикою закон | <i>Закон</i> економіки приватний підтверджений всією практикою |
| Основна Теорія | Теорії | Неузагальнені приватні закони економіки | <i>Основний</i> закон економіки: «Вартість дорівнює витратам праці» на основі узагальнення усіх приватних законів економіки |
| Наука | Основна теорія | Основний закон економіки, неапробований Часом | <i>Парадигми</i> економіки |

З моделі дійсно видно, що парадигма є наслідком апробації основного закону *часом, історичною епохою*.

Так, основний закон економіки «Вартість дорівнює витратам праці» після апробації часом перетворюється в три парадигми – глобальні стратегії: *минула* парадигма економіки – глобальна стратегія витрат ручної праці; *справжня* парадигма економіки – глобальна стратегія витрат механізованої (індустріальної) праці; *майбутня* парадигма економіки – глобальна стратегія підприємницької праці. Тобто, будь-яка парадигма відображає стратегію переважного процесу на даному історичному відрізку часу.

Відомо, що основний закон логістики має таке формулювання: «Логістика – це раціональна організація потоків» [1].

Раціональна означає – організована згідно правил, законів логістики 20-80; 10-70; 5-50.

Потік – це однорідний (тобто, або тільки матеріальний, або тільки фінансовий, або тільки інформаційний) і наскрізний процес, який пронизує всі види діяльності будь-якої організації, а не тільки бізнес-організації [1]. Встановлено, що існує значна кількість логістичних потоків; але матеріальні, фінансові, інформаційні є основними. Однак їх роль в різні історичні епохи різна. Так, у Доіндустріальну епоху переважну роль виконувала раціональна організація *матеріальних* потоків. Тобто, на даному етапі панувала парадигма логістики матеріальних потоків. У справжню, Індустріальну епоху, починаючи з виникнення капіталізму (від «капітал» – вартість у дії) головну роль набувають прибуток, дохід, фінанси. Тому у дану, Індустріальну епоху панує парадигма логістики *фінансових* потоків. У майбутню Постіндустріальну епоху зросте роль інформації. Тому у Постіндустріальну епоху головною буде парадигма логістики *інформаційних* потоків.

Висновок. У доповіді вперше встановлено три парадигми логістики Доіндустріальної, Індустріальної та Постіндустріальної епох – це парадигми логістики, відповідно, матеріальних, фінансових та інформаційних потоків.

Це знання буде сприяти підвищенню ефективності стратегічного планування підприємств, зростанню їх економічного потенціалу.

Література:

1. Бабайлов В. К. Менеджмент. Наука и практика: учебник. Х. : ХНАДУ, 2015. 276 с.

2. Приходько Д. О. Нова парадигма маркетингу. *Проблеми і перспективи розвитку підприємництва: Збірник наукових праць Харківського національного автомобільно-дорожнього університету*. 2019. № 1 (22). С. 119–127. DOI: <http://doi.org/10.30977/PPB.2226-8820.2019.22.0.119>.

3. Бабайлов В. К. Модель разработки парадигм: важнейшие свойства. *Новий колегіум*. 2016. № 3. С.48–53.

АКТУАЛЬНІСТЬ РОЗРОБКИ ПЕРСОНАЛЬНОГО НАВУШНИКА-ПЕРЕКЛАДАЧА З МОБІЛЬНИМ ДОДАТКОМ У СМАРТФОНІ

Приходько Д. О., к.е.н., доцент

Чупета Д. О.

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Зараз з впевненістю можемо стверджувати, що світ активно прогресує і з кожним роком людство дивується новим гаджетам, технологіям та технікам. Саме завдяки автоматизації та роботизації суспільство має змогу економити свій час, трудові ресурси, а також дізнаватися багато нової інформації та самовдосконалюватися. Таким чином, ми будемо мати сучасне, модернізоване, цифрове майбутнє та високоінтелектуальне суспільство.

Вперше в історії кількість гаджетів перевищило чисельність населення Землі. Таким чином, на кожну людину тепер доводиться більше одного пристрою: смартфон, планшет, електронний годинник, навушники та інше. Тому все більше і більше цифрові прилади набувають популярності та користуються попитом [1].

У цей час постає інше актуальне питання, як само різні нації зможуть комунікувати між собою та які інструменти їм для цього знадобляться. Звичайно, головний інструмент – це наша мова, яку необхідно вивчати та розуміти, але існує безліч чудових світових мов, які людина фізично не зможе вивчити. Звісно, інтернаціональною мовою вважають англійську, але в азіатських країнах вона не є популярною, а східні мови (китайська, корейська, японська) дуже складні для швидкого та якісного вивчення.

Дуже важливо почувати себе впевнено в чужій країні та мати змогу швидко адаптуватися та пристосуватися до незнайомих умов. Зрозумівши всю необхідність подолання мовного бар'єру та вільної комунікації з людьми із різних країн та частин світу, у межах вивчення навчальної дисципліни «Інноваційне підприємництво та управління стартап проектами» ми вирішили створити стартап проект щодо розробки персонального мобільного навушника-перекладача з онлайн-додатком у смартфоні, де можна буде вибрати необхідну мову, дізнатися цікаві факти про певну країну, послухати подкасти на різну тематику та вийти на зв'язок із гідом (за необхідності).

Під час роботи над розробкою персонального мобільного навушника-перекладача були розглянуті альтернативні рішення, та відібрані основні з них, які вирішують проблему мовного бар'єру, та які також допомагають людині при перебуванні в іншій країні: особистий перекладач, словник, онлайн-перекладач (додатки в соціальних мережах, Google-перекладач), вивчення потрібної мови самостійно. Але всі ці інструменти вже застаріли та мають деякі труднощі та обмеження у використанні (таблиця 1).

Таблиця 1 – Переваги та недоліки альтернативних рішень

| Альтернативне рішення | Переваги | Недоліки |
|------------------------------------|---|---|
| Особистий перекладач | Якісний та надійний переклад, професійна підтримка освіченої людини | Завеликі затрати на професійний переклад, певний дискомфорт залежності від іншої людини |
| Словник | 100% переклад та можливість використання сталих фраз | Значні витрати часу на переклад та незручний спосіб пошуку інформації |
| Онлайн-перекладач | Швидкий переклад, голосове введення | Залежність від Інтернету |
| Вивчення потрібної мови самостійно | Мобільність, незалежність (від гаджетів, перекладачів, ін.) | Дуже складний шлях вивчення мови: курси, репетитор, домашні завдання |

На відміну від розглянутих альтернатив, пропонований новий пристрій (персональний мобільний навушник-перекладач) має ряд переваг, які дозволять швидко та зручно ним користуватися, а саме:

- безпроводний навушник дає змогу не бути залежним від смартфона та впевнено рухатися;
- «розумний інтелект» швидко перекладає та синхронізує інформацію, таким чином користувач без проблем зрозуміє мову;
- повний пакет інструкцій та можливість протестувати пристрій впевнять майбутнього користувача в гарній, якісній та безперебійній роботі.
- модерний дизайн, який формує стильний та феноменальний вигляд користувача.

Аналізуючи всі інструменти для перекладу текстів та прямої мови, можна зробити висновки, що у людей в пріоритеті буде зручний, сучасний прилад, який швидко допоможе їм здолати мовний бар'єр та не хвилюватися за нерозуміння іноземної мови. Тому актуальність подальшої роботи над таким приладом надуває великого значення.

Література:

1. Кількість гаджетів в світі. *m24.ru* : веб-сайт. URL: <https://cutt.ly/Jg9bG4X> (дата звернення: 24.10.2020).

ХТО ВПЕРШЕ ВСТАНОВИВ ЧАС ЯК МІРУ ВИТРАТ ПРАЦІ

*Приходько Д.О., к.е.н., доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Те, що вартість визначається тільки витратами праці, вперше встановив величезний шотландський економіст Адам Сміт (1723-90) [1]. Однак і після А. Сміта існували, й досі присутні спори відносно цього положення. Так, навіть величезний послідовник А. Сміта Давид Рікардо (1772-1823) піддав сумніву

твердження Адама Сміта, виказав судження, що вартість визначається не тільки витратами праці, але й потребами споживача, покупця товару [1]. Надалі маржиналісти пішли ще далі у своєму невірному розумінні джерела вартості – вони стверджували протягом століть, що вартість визначається тільки потребами покупця, що існує тільки споживча вартість, що вартість праці взагалі не існує. Крапка була остаточно поставлена лише у 2020 році, коли було доведено, що споживча вартість взагалі не існує, тому що потреби, які лежать в основі споживчої вартості, не мають вартості взагалі [2].

Однак до кінця XIX століття існувала ще одна проблема. Виявилось, що ні А. Сміт, ні Д. Рікардо, ні маржиналісти та інші покоління економістів, так і не змогли відповісти на важливіше практичне питання – як вимірювати витрати праці! Й лише наприкінці XIX – початку XX століття величезний американський економіст, інженер, менеджер Фредерік Уїнслоу Тейлор (1856-1915) успішно вирішив це питання [3]. Саме він виказав і вперше впровадив в практику менеджменту просту та ефективнішу методологію вимірювання витрат праці за допомогою фотографії та хронометражу робочого часу. Саме Тейлор розробив тарифну систему організації та оплати праці, яка фактично без особливих змін використовується у всьому світі до останнього часу.

Але у даній доповіді автор піддає сумніву твердження, яке склалося відносно того, що час як міра витрат праці вперше визначив саме Ф. Тейлор, що вартість як витрати праці вимірюється часом праці. *Метою* даної доповіді є доведення іншої точки зору, де автор пропонує більш уважно провести аналіз відомого твердження, що «час – це гроші». Й він приводить до висновку, що не визиває сумніву, що гроші – це вартість, що гроші – це результат витрат праці! Тобто, фразу «час – це гроші», слід розуміти як «час – це витрати праці», що час – це міра витрат праці; що мірою витрат праці є час. Тобто, витрати праці вимірюються витратами часу. І що найнесподіваніше – так це, те, що це було висловлено задовго до Ф. У. Тейлора і належить величезному діячу США Бенджаміну Франкліну (1706-90). Тобто, фактично раніше на століття, ще Бенджамін Франклін зробив висновок, що витрати праці вимірюються витратами часу. Однак він в силу своїх роду діяльності, посадових обов'язків і інших причин не розвив це твердження.

Висновок. На основі приведених аргументів можливе стверджувати, що час як міра витрат праці була визначена приблизно на століття раніше Ф. Тейлора – саме Бенджаміном Франкліном. Це знання без сумніву буде сприяти підвищенню теоретичного потенціалу підприємництва та економіки підприємства.

Література:

1. Бартенев С. А. Экономические теории и школы (история и современность) : курс лекций. М. : БЕК, 1996. 352 с.
2. Бабайлов В. К. Джерело утворення вартості: момент істини. *Проблеми і перспективи розвитку підприємництва: Збірник наукових праць Харківського національного автомобільно-дорожнього університету*. 2019. № 2 (23). С. 13–

20.

3. Бабайлов В. К. Менеджмент. Наука и практика : учебник. Х. : ХНАДУ. 2018. 276 с.

ІННОВАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТІЙКОГО РОЗВИТКУ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ: ПОТЕНЦІАЛ ФОРМУВАННЯ

*Прохорова В. В, д.е.н., зав кафедри Економіки та менеджменту
Секірож Я., магістр
Українська інженерно-педагогічна академія*

Формування потенціалу розвитку системи управління вітчизняних машинобудівних підприємств в умовах ринкової економіки, надає можливість істотно розширити асортимент товарів та послуг, підвищити їх якість, що значно зміцнить позиції в конкурентній боротьбі на ринках. Без впровадження системи формування потенціалом в управління машинобудівними підприємствами неможливе формування ефективної структури економіки, забезпечення високого рівня їх конкурентоспроможності в умовах економіки. Пошук та впровадження управлінських заходів щодо покращення політики управління інноваційним забезпеченням стійкого розвитку машинобудівних підприємств дасть можливість суб'єктам господарювання в умовах нової економіки якісніше здійснювати фінансове управління стосовно забезпечення стабільного і поступального розвитку підприємства, оперативно реагувати на зміни його ринкового середовища, спостерігати за показниками, що впливають на ліквідність і фінансову рівновагу, визначати заходи щодо забезпечення підвищення ефективності фінансово-господарської діяльності підприємств [1-2].

Отже, визначена система інформації для формування потенціалу інноваційного забезпечення стійкого розвитку машинобудівних підприємств дозволить виявити момент необхідності впровадження нової конкурентно-інноваційної переваги в тому випадку, якщо одна з існуючих перебуває на стадії спаду й не підлягає відновленню. Також можливо отримати інформацію про наявні ринкові вимоги, що враховують побажання споживачів. Визначена інформація стратегічно важлива для підприємств, тому що споживачі в умовах ринкової економіки диктують свої умови, і виграє в конкурентно-інноваційній боротьбі те підприємство, що максимально враховує запити споживачів. У системі формування потенціалу інноваційного забезпечення стійкого розвитку машинобудівних підприємств важливу роль відіграє визначення головної мети, адже саме вона визначає концепцію стійкого розвитку підприємств, основні напрями його ділової активності та служить орієнтиром у середовищі ринкових стратегічних перетворень.

Література:

1. Зінчук Т. О. Трансфер інноваційних технологій: сутність та значення у

розвитку вітчизняної економіки : сайт URL: <http://eprints.zu.edu.ua/11907/1/4.pdf>

2. Leyden D. Publicsector entrepreneurship and the creation of a sustainable innovative economy. *Small Business Economics*. 2016. Vol. 46. issue 4. P. 553–564.

НАПРЯМИ ІНВЕСТИЦІЙНО-ІННОВАЦІЙНИХ ПЕРЕТВОРЕНЬ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ТЕХНІЧНОГО РІВНЯ ЗАЛІЗНИЦЬ

Семенцова О. В., к. е. н., доцент

Український державний університет залізничного транспорту

Сьогодні в залізничній галузі існує велика кількість факторів, що впливають на її розвиток та успішне функціонування, які за ознакою напрямку дії доцільно класифікувати як фактори зовнішнього та внутрішнього впливу.

Найголовнішими серед факторів зовнішнього впливу є політична та економічна нестабільність в державі; недостатній розвиток фінансово-кредитного ринку держави; недосконалість нормативно-правової бази та недостатня державна підтримка щодо інвестиційно-інноваційного розвитку залізниць; відсутність фундаментальних наукових досліджень, спрямованих на перетворення організаційно-технічного рівня галузі тощо. Наслідками впливу факторів такого роду є обмеженість заохочення та притоку інвестиційного капіталу різних форм власності в галузь; повільне просування інноваційних перетворень організаційно-технічного рівня залізниць; обмежена можливість оновлення основних засобів та розширеного відтворення виробничого процесу галузі; відсталість технологій, фізичне та моральне спрацювання технічних засобів, старіння виробничих процесів тощо.

Факторами внутрішнього впливу є нестача власних фінансів для впровадження інвестиційно-інноваційних перетворень; застарілі організаційні форми та методи управління галуззю; низький рівень впровадження інноваційних технологій та нової техніки в процес виробництва в галузі тощо. Наслідками цього є обмеження можливості здійснення заходів інвестиційно-інноваційного характеру з удосконалення організаційно-технічного рівня; обмеження прояву ініціативи та творчого підходу в управлінні галуззю, що призводить до стримування розвитку та розкриття її потенціалу на ринку; сповільнене реагування на зміни у зовнішньому оточенні; втрата конкурентних позицій; техніко-технологічне відставання від країн-лідерів; низький рівень продуктивності праці; висока матеріаломісткість, трудомісткість і собівартість.

Зазначені фактори впливу носять переважно інвестиційно-інноваційний характер та мають на меті організаційно-технічні перетворення галузі. Узагальнюючи вітчизняний та закордонний досвід організаційно-технічних перетворень в залізничній галузі можна виокремити напрями їх реалізації.

Здійснення перетворень має диференціацію за рівнем здійснення. Так, на загальнодержавному рівні доцільно активізувати роботу щодо створення умов державно-приватного партнерства, для чого на законодавчому рівні необхідно

передбачити систему взаємовигідної співпраці органів державної влади та власників приватного капіталу. Крім того, важливим аспектом поживлення галузі є вдосконалення нормативно- правової бази державного регулювання та стимулювання інноваційно-інвестиційних процесів. Означені заходи створять передумови для підвищення інвестиційної привабливості галузі. Формування системи державного замовлення науково- та інноваційно-технічної продукції для залізниць повинно будуватися на засадах прозорості проведення тендерних закупівель з урахуванням захисту саме вітчизняних виробників, які потенціально можуть мати інтерес у співпраці з залізницями.

Організаційно-технічні перетворення на галузевому рівні передбачають низку заходів організаційної спрямованості та технічного характеру. Серед заходів організаційного характеру в залізничній галузі доцільно наголосити на важливій ролі активізації процесів реформування управлінських функцій з метою розподілу управління перевізним процесом і управління інфраструктурою, які вже розпочато та довгий час тривають. Поживлення означених процесів дозволить залізничним перевізникам остаточно вийти з сектору природної монополії. Внутрішньогалузева конкуренція буде спонукати до підвищення ефективності роботи залізниць за рахунок оптимізації внутрішньоорганізаційних ресурсів та адаптації до зовнішнього середовища.

Врахування в процесі управління галуззю умов конкурентного середовища, має йти у напрямку: проведення моніторингу положення залізниць на ринку перевезень: оцінка сегменту та ніші ринку; дослідження власних переваг, та слабких сторін, відповідна робота над розвитком потенціальних можливостей та подоланням перешкод; дослідження думок споживачів транспортних власних та послуг конкурентів тощо; впровадження системи гнучкого регулювання кількості та якості залізничних послуг відповідно запитам пасажирів та вантажовідправників; побудова системи визначення плати за проїзд пасажирів / перевезення вантажу на ринкових принципах; оптимізація розкладу руху, маршрутів та використання рухомого складу відповідно запитам споживачів.

Мотивуванню працівників до більш ефективної роботи буде сприяти низка заходів, щодо удосконалення організаційних форм і методів управління галуззю, що має за мету перехід від адміністративно-командного стилю управління галуззю, який переважно є застосовуваним в системі управління залізничною галуззю, до демократичного.

Крім того, важливим організаційним заходом є удосконалення обліково-аналітичного забезпечення інноваційних процесів для зменшення ризику щодо прийняття управлінських рішень для вибору оптимального варіанта інвестиційно-інноваційних проектів.

Видається доцільним залучення передового вітчизняного та світового досвіду впровадження інвестиційно-інноваційних технологій, зокрема поширення лізингу, який створює можливість скорочувати капітальні витрати та знижувати рівень оподаткування прибутків та майна.

Євроінтеграційні процеси вимагають розвитку логістичних технологій управління процесом перевезень, що передбачає організацію доставки вантажів за принципами систем управління логістичними потоками «від дверей до дверей» і «точно вчасно» та інтеграції з іншими видами транспорту; скорочення часу простою поїздів на технічних та проміжних станціях; поширення застосування інтермодальних та мультимодальних перевезень; розвиток систем інтелектуального управління залізничним транспортом; створення в Україні швидкісних магістралей.

ЦИФРОВА ЕКОНОМІКА: ПОТЕНЦІАЛ РОЗВИТКУ

*Сластяникова А.І., к.е.н., ст.викладач
Українська інженерно-педагогічна академія
Курбель Ю.О. здобувач вищої освіти
Українська інженерно-педагогічна академія
Бондаренко Є.Л., здобувач вищої освіти
Українська інженерно-педагогічна академія*

Кожного дня людство створює щось нове та удосконалює старе задля того, щоб полегшити життя собі та наступним поколінням. Серед усіх винаходів доміантними виділяють появу комп'ютерних технологій та мережі Інтернет. Завдяки ним можна, навіть не виходячи з дому, сплатити комунальні рахунки, придбати одяг та їжу тощо. У зв'язку з цим з'явилося нове поняття у світі – цифрова економіка. Цифрова економіка – це економіка, що базується на комп'ютерних технологіях [1]; це тип економіки, де ключовими факторами (засобами) виробництва є цифрові дані: числові, текстові тощо. Їх використання як ресурсу дає змогу істотно підвищити ефективність, продуктивність, цінність послуг та товарів, побудувати цифрове суспільство [2]. Цифрову економіку також іноді називають інтернет-економікою, новою економікою, або веб-економікою. Все частіше «цифрова економіка» переплітається з традиційною економікою, роблячи чітке розмежування складнішим. Під цифровою економікою розуміють виробництво, продажі і постачання продуктів через комп'ютерні мережі. Хоча термін «цифрова економіка» з'явився майже 20 років тому, все ж не всі країни у змозі перейти до її використання. Класифікація країн світу за рівнем діджиталізації дає змогу виокремити чотири стадії розвитку суспільства: стадія обмеженого розвитку діджиталізації (0-30%), до якої входять 65 країн (Афганістан, більшість країн Африки, Молдова, Непал, Індія, Узбекистан, В'єтнам та інші); стадія зародження діджиталізації (30-40%) – до якої входять 19 країн (Албанія, Вірменія, Китай та інші); стадія трансформацій діджиталізації (40-50%) – у яку входять 28 країн світу (Аргентина, Естонія, Латвія, Іран, Україна та ін.); стадія передового розвитку (понад 50%) – у яку входять 37 країн (Австралія, Австрія, Білорусь, Франція тощо).

Отже, цифрова економіка забезпечує потенційні конкурентні переваги інноваційного розвитку економічних систем різних рівнів. Інформаційно-

комунікаційні технології і штучний інтелект стали рушіями соціально-економічного зростання та формування нової якості життя.

Література:

1. Цифрова економіка : сайт URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Цифрова_економіка.

3. Диба М. І., Гернего Ю. О. Діджиталізація економіки: світовий досвід та можливості розвитку в Україні : сайт URL: http://finukr.org.ua/docs/FU_18_07_050_uk.pdf.

ФУНКЦІЇ УПРАВЛІННЯ КАДРОВИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА

Смачило В.В., канд. екон. наук, проф.

Харківський національний університет будівництва та архітектури

Управління кадровим потенціалом підприємства (КПП) з точки зору процесуального (функціонального) підходу (коли управління розглядається як сукупність взаємопов'язаних дій (функцій)), передбачає аналіз структуризації функцій, який існує в науковому полі. Розуміння складу функцій - планування, організація, мотивація та контроль - є класичним в теорії управлінні, але в умовах сучасності розширюється. Відносно управління трудовим потенціалом і, відповідно, кадровим, як його складовою, функції управління КПП можуть бути представлені як базовими так і специфічними функціями управління (табл.1) [1-4].

Звертаючись до базового розуміння функції [5] – «явище, яке залежить від іншого явища, є формою його виявлення і змінюється відповідно до його змін; робота когось, чого-небудь, обов'язок, коло діяльності когось, чогось), а краще тлумачити як сутнісне наповнення» та тлумачення функції управління як [6] «спеціалізовані види робіт (діяльності), спрямовані на розв'язання специфічних, різноманітних та складних проблем взаємодії між окремими структурними підрозділами організації, які потребують здійснення значного комплексу конкретних заходів»; можуть бути загальні (утворюють управлінський цикл) та конкретні (здійснюються за сферами діяльності).

З табл. 1 відмічаємо деяку строкатість розуміння функцій управління кадровим потенціалом на підприємстві. Перш за все, відмічаємо, що специфічні функції перекликаються з розумінням конкретних [6], що деталізують базові, а в роботах [2-4] відсутній цей поділ і визначені функції вже є специфічними відносно певної сфери – праця, персонал, трудова діяльність.

По-друге, те, що виділяється як окрема функція не відповідає самому сутнісному навантаженню функції управління [6], наприклад, «витрати спрямовані на персонал», «технології управління персоналом» або «техніка безпеки та охорона здоров'я на робочому місці». По-третє, саме управління [4] не може виступати функцією управління, адже співвідносяться як ціле та

часткове. По-четверте, тлумачення або охоплення функцій у кожного автора різне, наприклад планування може передбачати цілепокладання, або його можна виділити окремо [1,2,4].

Таблиця 1 – Узагальнення функцій управління кадровим потенціалом підприємства

| Функції управління кадровим потенціалом підприємства | |
|--|---|
| «чітке визначення і реалізація стратегічних і тактичних цілей організації, прогнозування ситуації на ринку праці і в колективі, аналіз наявного кадрового потенціалу і планування його розвитку з урахуванням перспективи, мотивація персоналу, оцінка і навчання кадрів, сприяння адаптації працівників до нововведень, створення сприятливих умов в колективі» [1,4] | |
| «планування, організація і регулювання, що передбачає координацію фактичних дій щодо досягнення результатів; облік і контроль, стимулювання, саме управління і соціальне включення» [4]; | |
| «планування трудового потенціалу; відбір та найм працівників; адаптація персоналу; підготовка, перепідготовка та підвищення кваліфікації; ротація, планування кар'єрного росту; можливості професійного зростання; соціальний захист; техніка безпеки та охорона здоров'я на робочому місці; взаємовідносини між керівниками та підлеглими; технології управління персоналом; витрати спрямовані на персонал; темп росту частки витрат на персонал; мотивування трудової діяльності; централізація управління; формалізація управління» [3]; | |
| Базові функції управління | Специфічні функції управління |
| «цілепокладання, планування, прогнозування, організація, координація, контроль, мотивація, регулювання» [2]; | цільова, соціально-інтегрована, адміністративна, стратегічна, експертна, консультативна, комунікаційна, представницька, дисциплінарна, виховна, культурна, психологічна, арбітражна [2]; |
| | визначення оптимальної чисельності працівників, підбір і розстановка працівників по робочих місцях і стадіях виробництва, забезпечення співпраці та ефективної взаємодії між усіма членами трудового колективу [2]; |

(узагальнено автором на основі [1-4])

Отже, функції управління кадровим потенціалом базуються на загальних функціях управління, які деталізуються за сферами управління кадровим потенціалом на підприємстві (під сферами будемо розуміти певні аспекти управління, наприклад, планування: показників чисельності, заробітної плати, продуктивності, розвитку, часу, тощо). До функцій управління кадровим потенціалом підприємства пропонується віднести: цільову - визначає головний орієнтир для руху; аналітичну – надає аналітичний базис; оціночну – дозволяє надати оцінку; планову – забезпечує формування різнорівневих планів; організаційну – забезпечує упорядкування подій, процесів, осіб у часі та просторі; мотиваційну – формує зацікавленість до виконання завдань та забезпечує винагороду; контрольну – забезпечує інформацією щодо поточного та підсумкового стану відносно досягнення цільових показників.

Література:

1. Одегов Ю. Г., Журавлєв П. В. Управление персоналом: учебник. Москва: Финстатинформ, 1997. 878 с.
2. Харун О. А. Функції управління трудовим потенціалом промислового підприємства. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: економічні науки*. 2016. Вип. 19. С. 102–105.
3. Зубрицька Я. О. Оцінка системи управління трудовим потенціалом підприємства. *Вісник Запорізького національного університету. Економічні науки*. 2015. № 1. С. 172–182.
4. Ратушенко О. І. Ефективність управління трудовим потенціалом в сучасних умовах. *Ефективна економіка*. 2013. № 12. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=2566> (дата звернення 14.01.2019).
5. Академічний тлумачний словник (1970 - 1980) <http://sum.in.ua/s/ljudyna>.
6. Фармацевтична енциклопедія URL: <https://www.pharmencyclopedia.com.ua/article/1426/metodi-upravlinnya> (дата звернення 14.01.2019).

СУЧАСНИЙ ВЕКТОР АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

*Солопун Н.М. к.е.н., доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Сьогодні світове господарство стикнулося з економічними проблемами, які мають прояв не тільки у межах певних країн чи економічних об'єднань, а в цілому у всьому світі.

Складні економічні умови потребують постійного моніторингу та своєчасного реагування на гострі питання, що виникають у процесі господарської діяльності.

Тому пошуки ефективних напрямків вирішення нових типів проблем, що виникають у процесі управління підприємством у сучасних умовах, є актуальними та своєчасними.

На допомогу у вирішення вказаного питання можуть прийти інструменти антикризового управління суб'єктами підприємницької діяльності.

Антикризове управління – це комплексна система управління суб'єктом підприємницької діяльності, яке передбачає своєчасну, прискорену та дієву реакцію на істотні зміни зовнішнього та внутрішнього середовища, з метою мінімізації ймовірності виникнення кризи або зниження негативних її наслідків у разі настання, а також використання її факторів для подальшого розвитку підприємства та недопущення його ліквідації як суб'єкта господарювання [1].

Антикризове управління підприємством – це процес своєчасного запобігання потенційно можливому кризовому стану, а також подолання кризового стану, який вже настав [2].

Сьогодні на підприємствах різної форми господарювання порушені усталені бізнес-процеси. Саме інструменти антикризового менеджменту допоможуть удосконалити низку управлінських операцій та надати змогу підприємству сконцентрувати увагу на пошуку шляхів до подолання кризи, яка має дещо відмінні характеристики від тих криз, що зазнала новітня економіка наприклад протягом 2000-2020 рр. У цьому зв'язку зазначимо, що недоцільно використовувати такий самий антикризовий паттерн, який ефективно спрацював за умов минулих кризових періодів. У поточного економічного потрясіння є притаманні саме йому й лідери зростання й аутсайтери, а у потенційного наступного потрясіння будуть інші характерні риси та способи антикризового управління. Тому підприємство має акумулювати досвід антикризової боротьби як власний, так і зовнішній.

Сьогодні менеджмент підприємства потерпає від надто великих обсягів інформації, найчастіше неправдивої чи неактуальної чи непотрібної. Тому серед інструментів антикризового управління слід відзначити важливу роль своєчасної розробки такого антикризового плану, який побудовано на досвіді минулих кризових ситуацій та на використаних паттернах ефективних рішень, які нададуть змогу швидше адаптуватися до існуючих умов з недопущенням появи надлишкової та непотрібної інформації.

В таких кризових умовах господарювання, якими є умови, продиктовані пандемією, загрозою для підприємства є неадекватне планування реакції підприємства на загрози. Останніми роками основна увага приділялася плануванню реагування на кібер-атаки чи технологічні збої [3] й більшість антикризових управлінських заходів було спрямовано на подолання саме таких загроз. При цьому розробці інструментів реагування на таке явище, як пандемія, уваги не приділялося. Тому зараз у портфоліо антикризових заходів підприємства слід додати низку заходів, яка б була адекватною при боротьбі з подібними негативними ситуаціями.

Ефективність роботи в процесі антикризового управління забезпечується дотриманням принципів антикризового управління, основними з яких є: принцип постійної превентивності дії та готовності до реагування, терміновості та адекватності реагування, комплексності рішень, альтернативності дій та адаптивності управління, пріоритетності використання внутрішніх ресурсів, оптимізації зовнішньої санації та принцип ефективності тощо [4].

Крім того, серед антикризових управлінських заходів, які можуть бути застосовані за умов різних типів кризових явищ, слід відзначити інформаційні комп'ютерні технології та їх цифрові інструменти. Саме вони нададуть змогу зменшити зусилля, пов'язані з координацією бізнес-процесів, дозволяючи проводити швидкий обмін інформацією, надаючи керівникам більше часу на розробку новітніх антикризових паттернів для власного антикризового портфоліо підприємства.

Література :

1. Главацька А. О., Сахарук Н. І. Вдосконалення системи антикризового управління підприємства з метою підвищення рівня його фінансової безпеки. URL : <https://naub.oa.edu.ua/2020> (дата зверення: 13.11.20).
2. Гой В. В., Васильєв О. В. Антикризове управління корпоративними підприємствами: теоретичні аспекти. *Ефективна економіка*. 2018. № 8. URL : http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/8_2018/157.pdf (дата зверення 13.11.20).
3. <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/ru/Documents/risk/russian/crisis-management-covid-19.pdf>.
4. Зверук Л. А., Давиденко Н. М. Антикризове управління підприємством в умовах інноваційного розвитку. *Международный научный журнал «Интернаука»*. 2017. № 1 (23). 2 т. С. 69–75.

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

Устіловська А.С., викладач кафедри економіки та бізнесу

Байлов І.А., студент гр. ПТ-31

Демакова Д.Ю., студентка гр. ЕП-31

Харківський національний університет будівництва та архітектури

Для досягнення високої ефективності процесу виробництва в умовах ринкової економіки недостатньо мати сучасне технічне обладнання, знаряддя та високоякісні предмети праці, необхідна також відповідна організаційна система зв'язків між виробниками та споживачами продукції. Принциповий взаємозв'язок між вказаними двома поняттями може бути виражений різницею умовного економічного результату та повних капітальних вкладень і, залежно від рівня господарювання, може отримувати:

- національний рівень;
- рівень підприємства.

Якщо результати економічної діяльності перевищують витрати, то можна говорити про позитивний ефект, у протилежному випадку – про негативний ефект (збиток).

Як показав аналіз, ефективність роботи підприємств спиртової промисловості характеризується показниками рентабельності, норми прибутку, продуктивності праці, собівартості продукції, трудоемності, матеріалоемності, фондоємності. Основним резервом підвищення економічної ефективності діяльності є раціональне формування, відтворення та ефективне використання ресурсного потенціалу підприємства [1].

Також існують фактори, що чинять вплив на економічну ефективність господарської діяльності підприємства (рис. 1).

Характеризуючи фактори впливу на ефективність фінансово-господарської діяльності, доцільно розмежувати їх на внутрішні та зовнішні. Внутрішні залежать від результативності роботи управлінського персоналу і

колективу підприємства, виражають результати діяльності підприємства, а зовнішні кількісно визначають рівень використання виробничих і фінансових ресурсів. Крім того, від організаційно-правової форми власності залежать інвестиційна привабливість господарюючого суб'єкта, масштаби й обсяги виробництва продукції, а також рівень контролю за якістю управлінських рішень. Від кваліфікації управлінського персоналу і трудових ресурсів залежать рівень продуктивності праці, ефективність і якість організації виробничо-господарських процесів на підприємстві, спроможність до розширення виробництва й одержання додаткового прибутку.

Слід відмітити досить суттєвий фактор наявності і доступності сировинних баз, адже нестача сировини приведе до повної зупинки виробничого процесу. Рівень забезпеченості основними засобами, наявність оборотних коштів для проведення поточного і капітального ремонтів, модернізації, а також закупівлі сучасного обладнання також відіграє важливу роль у ефективності виробничої діяльності підприємства.

Серед зовнішніх факторів слід виділити вплив природно-кліматичних умов. Випуск готової продукції повинен бути підтверджений попитом на ринку, а також наявністю платоспроможного споживача, який має досить фінансових ресурсів, щоб її придбати. Доступність до кредитних ресурсів, а також наявність потенційних інвесторів дасть підприємству змогу розширити обсяги виробництва продукції, а також провести модернізацію, реконструкцію, переоснащення виробничих потужностей, закупити нове обладнання і технології. Державна підтримка також відіграє суттєву роль, оскільки допомагає спростити податкове навантаження, розрахунки з бюджетами різних рівнів.



Рис. 1. Фактори впливу на економічну ефективність господарської діяльності підприємств

Література:

1. Казачков І. О. Підвищення ефективності використання ресурсів промислового підприємства. *Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності*. 2013. №1(2). С. 86–89.
2. Паламаренко Я. В. Заходи щодо підвищення економічної ефективності діяльності підприємств спиртової галузі України в контексті сьогодення. *Ефективна економіка*. 2016. № 10. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=5196> (дата звернення: 06.11.2020).
3. Григораш О. В., Булигіна Д. О. Фактори підвищення ефективності діяльності підприємств. *Економіка та управління підприємствами*. 2018. Вип. 6(11). С. 154–158.

АДАПТАЦІЯ ЯК ОДИН З ОСНОВНИХ СТАДІЙ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ

*Устіловська А.С., викладач кафедри економіки та бізнесу,
Кулієвич М.Я., магістрант,
Чумак Е.В., магістрант
Харківський національний університет будівництва та архітектури*

Стадія адаптації персоналу (адаптація – пристосування організмів, органів чуття до умов існування, до оточення) [1].

Конотопцева Ю. [2] наголошує, що адаптація персоналу – процес входження людини в організацію та її пристосування до умов функціонування нової організації.

Сгоршин А.П. [3, с. 193] вважає, що адаптація персоналу – це процес пристосування колективу до зміни умов зовнішнього і внутрішнього середовища організації; пристосування індивідуума до робочого місця і трудового колективу.

Балабанова Л.В. [4, стр. 255] визначає адаптацію персоналу як двосторонній процес. З одного боку, за фактом, що людина приступила до роботи у новому підприємстві, стоїть її свідомий вибір, заснований на певній мотивації прийнятого рішення, і відповідальність за це рішення. З іншого боку, і підприємство приймає на себе певні зобов'язання, наймаючи працівника.

Кібанов А.Я. [5, с. 358] розглядає адаптацію персоналу як взаємне пристосування робітника та організації, яке ґрунтується на поступовій спрацьованості співробітника до нових професійних, соціальних та організаційно-економічних умов праці.

Кобцева Е.Н. [6] під терміном «адаптація персоналу» розуміє процес взаємного пристосування працівника й організації, активного освоєння індивідом професійних і соціальних функцій, що передбачає подолання можливих негативних моментів, ініційованих працівником і роботодавцем».

На думку Аширова Д.А. [7, с. 108] адаптація персоналу – це включення особистості в нове для неї предметно-речове та соціальне середовища.

Автори відмічають, що адаптація персоналу – це процес пристосування працівника до правил та вимог, які висуваються до посади, яку він займає та розпорядку організації.

Автори підтримують думку Колеснікової В. В. [8], яка наголошує, що процес адаптації умовно можна поділити на чотири етапи (рисунок 1).



Рис. 1. Процес адаптації персоналу
(сформовано авторами на основі джерела [8])

Література:

1. Устіловська А. С., Безрук С. О. Стадійність управління персоналом у сучасних умовах господарювання. *Економіка, управління та адміністрування. Вісник ЖДТУ*. 2019. №4 (90). С. 60–66.
2. Конотопцева Ю. Адаптація персоналу державної служби. *Науковий вісник*. 2014. Вип. 14. С. 100–107.
3. Егоршин А. П. Основы управления персоналом: учеб. пособие. Изд.4-е, перераб. и допол. Москва: НИЦ ИНФРА-М, 2015. 352 с.
4. Балабанова Л. В., Сардак О. В. Управление персоналом: підручник. Київ: Центр учбової літератури, 2011. 468 с.
5. Кибанов А. Я. Управление персоналом организации: учебник. Изд. 3-е, дод. и перераб. Москва: ИНФРА-М, 2000. 638 с.
6. Кобцева Е. Адаптация нового персонала к организационной культуре. *Кадровик. Кадровый менеджмент*. 2009. № 5. URL: <http://www.hrportal.ru/article/adaptaciya-novogo-personala-k-organizacionnoy-kulture> (дата звернення: 06.11.2020).
7. Аширов Д. А., Резниченко Л. А. Управление персоналом: учебник. Москва: ММИЭИФиП, 2004. 193 с.

8. Колеснікова В. В. Удосконалення системи управління процесом адаптації персоналу шляхом застосування інноваційних підходів. *Теорія та практика державного управління*. 2018. № 1(60). URL: <http://www.kbuara.kharkov.ua/e-book/tpdu/2018-1/doc/4/03.pdf> (дата звернення: 06.11.2020).

КАДРОВИЙ ПОТЕНЦІАЛ В ПІДПРИЄМНИЦЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

Устіловська А.С., викладач кафедри економіки та бізнесу

Фомін М.С., студент гр. ЕП-41

Губіна Ю.С., студентка гр. ПТ-41

Харківський національний університет будівництва та архітектури

Світовий досвід свідчить, що головним видом ресурсів, які здійснюють винятковий вплив на результати підприємництва, є трудові.

Люди формуються як потенційні кадри впродовж всього трудового життя. Отримані знання та навички в результаті професійного навчання змінюються під впливом життєвих поглядів, вимог до роботи, сімейного стану, рівня здоров'я, стажу роботи на певних посадах та інших факторів. Саме інтелектуальний капітал виконує дуже важливу роль в процесі функціонування та розвитку підприємництва. За рахунок формування й реалізації необхідних підприємницькій структурі системи знань і навичок, які, насамперед, забезпечують її високоефективну господарську діяльність, інтелектуальний капітал істотно прискорює приріст маси прибутку. У зв'язку з цим витрати, які пов'язані з персоналом, доцільно розглядати як довгострокові інвестиції в людський капітал, ефективне використання якого сприятиме одержанню прибутку, тобто досягненню основної мети підприємницької діяльності [1].

Забезпечення якості управління кадровим потенціалом передбачає виділення пріоритетних бізнес-процесів управління, комплексна реалізація яких буде сприяти підвищенню кадрової безпеки підприємств. Компаративний аналіз теоретичних та методичних положень щодо вивчення даної проблематики, дозволяє констатувати, що до основних складових якісного управління кадровим потенціалом підприємств належать:

– якість планування та організації відбору персоналу – набуває стратегічно важливого значення у кадровому менеджменті вітчизняних підприємств на сучасному етапі їх розвитку. Цей процес передбачає вивчення психологічних, особистих, професійних, інтелектуальних якостей працівника для встановлення його відповідності до вимог та цільових орієнтирів конкретного підприємства з метою формування висококваліфікованого та стабільного кадрового складу;

– якість адаптації персоналу – залежить від відповідної інтегрованості, згуртованості колективу, засвоєння трудових норм та традицій, рівня розвитку корпоративної культури. Адаптація передбачає активну позицію особистості, усвідомлення свого соціального статусу і пов'язаної з ним рольової поведінки

як форми реалізації індивідуальних можливостей особистості в процесі вирішення загальних завдань. У її межах відбувається детальне ознайомлення з колективом і новими обов'язками, засвоєння стереотипів поведінки, асиміляція та ідентифікація як результат ототожнення особистих інтересів працівника з цільовими орієнтирами функціонування підприємства;

– якість морально-матеріального стимулювання персоналу – найбільш дієвий інструмент корпоративної культури, що враховує інтереси працівників і спонукає їх до підвищення якості виконання посадових обов'язків. Так, аналіз особливостей матеріального стимулювання персоналу вітчизняних підприємств свідчить про порушення принципів прозорості та комплексності цього процесу, що обумовлено наявністю значної кількості та різновекторності показників преміювання;

– якість професійно-кваліфікаційного розвитку персоналу – передбачає системно організований процес безперервного професійного навчання працівників для їх підготовки до виконання нових виробничих функцій, професійно-кваліфікаційного просування, формування резерву керівників та вдосконалення соціальної структури персоналу [2]. Загальновідомо, що управління професійним розвитком персоналу сприяє підвищенню продуктивності праці та конкурентоспроможності персоналу на ринку праці, забезпеченню виконання працівниками нових більш складних завдань на основі максимально можливого використання їх здібностей та потенційних можливостей;

– якість інноваційного розвитку персоналу – здатність підприємства до вдосконалення методів управління інноваційними здібностями та можливостями персоналу, що враховує сучасні досягнення науково-технічного прогресу та рівень розвитку інформаційного суспільства, а також сприяє стимулюванню креативних ідей, прояву раціоналізаторських здібностей персоналу та підвищення його адаптивності до нововведень. Інноваційний розвиток кадрового потенціалу підприємств має базуватися на принципах сталого організаційно-економічного розвитку, системної взаємодії із зовнішнім макро- та мікросередовищем, відповідальності та саморегулювання, комплексного використання сучасних інформаційних технологій, своєчасного та достатнього ресурсного забезпечення, соціальної захищеності, а також одержання максимального ефекту від застосування інноваційних управлінських програм тощо [3].

Література:

1. Тимошенко Л. В., Гришанина О. О., Касьяненко Л. В. Управління кадровим забезпеченням підприємництва в Україні. *Економічний вісник*. 2018. №2. С. 155–166.

2. Савченко В. А. Управління розвитком персоналу: навч. посібник. Київ: КНЕУ, 2002. 351 с.

3. Сосновська О.О. Актуальні аспекти забезпечення якості управління кадровим потенціалом підприємств. URL:

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ОРГАНІЧНОГО СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА

*Харченко Г.А., к.е.н., доцент
Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

Питання підвищення якості продуктів харчування та підвищення рівня життя населення, з одного боку, та забезпечення інноваційного екологічного землекористування та збереження природних ресурсів, з іншого, – є важливим питанням сьогодення. Найважливіша роль у вирішенні даної проблеми покладається на органічне сільське господарство. При цьому виробництво органічної продукції є практичною реалізацією в сфері аграрного виробництва концепції сталого розвитку, що передбачає поєднання захисту навколишнього середовища, економічного зростання та соціального розвитку.

За визначенням ІФОАМ «органічне сільське господарство – це виробнича система, що підтримує здоров'я ґрунтів, екосистем і людей. Воно залежить від екологічних процесів, біологічної різноманітності та природних циклів, характерних для місцевих умов, при цьому уникає використання шкідливих ресурсів, що викликають несприятливі наслідки» [1].

Зауважимо, що вітчизняне виробництво органічної продукції демонструє позитивні показники. Так, у 2019 році в Україні вели свою господарську діяльність майже 600 органічних сільськогосподарських виробників. В цілому Україна посідає двадцять четверте місце у світі та одинадцяте у Європі за площею сільськогосподарських угідь під органічним виробництвом (309 тис. га). У структурі посівних площ в Україні майже 60 % посівів займають пшениця, ячмінь, соняшник та кукурудза. В структурі вітчизняної органічної продукції, яка надходить на експорт, переважають зернові, олійні та бобові культури, а також ягоди та фрукти [2]. Незначна частка органічної продукції на вітчизняному продовольчому ринку свідчить про високий потенціал розвитку даної ринкової ніші [3].

Відмітимо, що українські сільськогосподарські товаровиробники в цілому зацікавлені органічним виробництвом, що пояснюється його перевагами, пов'язаними зі збереженням навколишнього середовища в процесі виробництва, поліпшенням структури ґрунту, що сприяє підвищенню її родючості. Разом з цим, органічні продукти за рахунок мінімізації хімічних речовин містять більше поживних речовин, мінералів та вітамінів. Крім того, для органічного виробництва характерні екологічні, економічні та соціальні переваги. Так, забезпечення населення якісними та безпечними органічними продуктами харчування сприяє поліпшенню здоров'я населення і підвищенню рівня продовольчої безпеки країни. Дослідження показують, що органічна продукція містить на 63% більше калію, на 73% більше заліза, на 125% більше

кальцію і на 60% більше цинку, ніж продукція, отримана традиційним виробництвом. Разом з цим, органічні методи господарювання сприяють ресурсозбереженню, зменшенню енергоємності сільськогосподарського виробництва, тим самим підвищуючи конкурентоспроможність товаровиробників на зовнішніх і внутрішніх ринках [4].

Розглядаючи перспективи розвитку органічного виробництва, варто визначити певні перешкоди, що стоять на його шляху. В Україні значна частина сільськогосподарської продукції зосереджена у великих агрохолдингах, що акцентують своє виробництво на високорентабельних культурах, таких як кукурудза на зерно, соняшник, соя. Такі підприємства орієнтуються на швидкий прибуток, що не може дати органічній напрямку діяльності. Разом з цим, аграрні холдинги мають величезний ресурсний потенціал для розвитку органічного виробництва. Відмітимо, що даний вид діяльності характеризується певними стримуючими факторами. По-перше, даний сегмент вимагає значних затрат праці, саме тому максимальна заміна ручної праці на механізовану є неможливою, що істотно підвищує витрати. По-друге, перехід на органічне землеробство – це тривалий процес, швидке введення в органічний оборот земельних площ неможливо, що є непривабливим для багатьох сільгоспвиробників. По-третє, органічний ринок сільськогосподарської продукції в даний час в Україні недостатньо розвинений, тому даний сегмент є малопривабливим. По-четверте, у зв'язку з економічною кризою, значна частина населення не може дозволити собі купувати органічну продукцію через низьку купівельну спроможність [5].

Отже, органічне сільське господарство це виробнича система, що підтримує здоров'я ґрунту, екосистем та населення. Така система спирається на екологічні процеси, біологічне різноманіття і цикли, адаптовані до місцевих умов. Органічне сільське господарство поєднує в собі традиції, інновації та науку з метою покращення стану навколишнього середовища, розвитку справедливих відносин і підвищення якості життя всіх учасників.

Література:

1. Харченко Г. А., Харченко В. В. Формування та функціонування ринку органічної продукції в Україні : сайт URL: http://www.nbu.gov.ua/portal/chem_biol/nvnau/2009_141/09hga.pdf
2. Organic Agriculture and Food Security (IFOAM Dossier 1, 2002). : сайт URL: http://www.ifoam.org/organic_facts/food/pdfs/OA_foodsecurity.pdf
3. Eleonora, Kadebska, Hanna, Kharchenko, Volodymyr, Kharchenko, Svitlana, Tereshchenko, Hanna, Doroshenko (2020), An Analysis of Modelling of the Consumption of Organic Products and Strategic For Increasing Its Production in Ukraine. International Journal of Advanced Science and Technology, 29(8s), P. 250–257, available at: <http://sersc.org/journals/index.php/IJAST/article/view/10496>.
4. Сайт Федерації органічного руху в Україні : сайт URL: <http://www.organic.com.ua/uk/homepage/2010-01-26-13-42-29>.

5. Shebanina, O., Yehorova, M. Prospects of investing in ecological agricultural production as a factor of agricultural products competitiveness. Growth and competitiveness factors of the agri-food sector in Poland and Ukraine against the background of global trends, Kyiv-Warsaw: NUFT, NRI-IAFE, CSR, 2013, P. 299–309.

ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВ

*Шершенюк О.М., к.е.н., доцент
Петрик А.В.*

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

В умовах ринкової економіки функціонування і розвиток промислових підприємств значною мірою обумовлені спроможністю розробляти та реалізовувати на ринку інновації. Різні підприємства мають різний рівень інноваційної спроможності, який, у свою чергу, впливає на проходження інноваційних процесів та здатність конкурувати з іншими підприємствами.

В економічній літературі існує безліч підходів до трактування такого поняття, як інноваційна спроможність підприємства. Федірко О.А. стверджує, що інноваційна спроможність – це здатність науково-технічної, освітньої та інформаційної інфраструктури інноваційної діяльності в країні забезпечити сталий процес створення, поширення та виробничого використання потоку нових знань і технологій у межах відповідної системи державного регулювання фінансових ресурсів [1]. Янковський К. розглядає інноваційну спроможність підприємства як готовність сприймати й адаптувати нові технології, а Ф. Янсен – як ступінь готовності підприємства розробляти та реалізувати інноваційні проекти. Такі вчені, як С.І. Мельник [2], І.В. Федулова [3], А.А. Голубенко [4] вважають що комплексною характеристикою спроможності підприємства до інноваційної діяльності є його інноваційний потенціал.

Інноваційна діяльність є основою розвитку економіки. Водночас, інноваційні процеси в економіці України не набули вагомих масштабів. Кількість підприємств, що впроваджують інновації, зменшується з кожним роком і становить в середньому 13-15%, що менше в 3-4 рази, ніж в інноваційно розвинених економіках. Це підтверджує тезу про те, що в умовах трансформаційної економіки України активізація інноваційного розвитку потребує пошуку ефективних рішень щодо регулювання інноваційної діяльності із застосуванням науково обґрунтованих методів управління.

Функціонування підприємств в умовах ринку диктує необхідність постійного поновлення продукції, впровадження нових методів управління та сучасних технологій. При цьому можливості підприємств у реалізації інновацій істотно розрізняються.

Інноваційна діяльність, як правило, тривала в часі і припускає чітке бачення перспективи. Формування напрямків цієї діяльності з урахуванням перспективи являє собою процес розробки інноваційної стратегії. Стратегічне

управління інноваціями вирішує питання планування та реалізації інноваційних проєктів, розрахованих на значний якісний стрибок у виробничому чи соціальному середовищі підприємства.

Спроможність підприємства до здійснення інноваційної діяльності починається з відповіді на питання: «Чи повинно підприємство взагалі прямувати до власних інновацій?» Свідома відмова від інновацій для деяких підприємств уже сама по собі є стратегічним рішенням. Тому спроможність підприємства до інноваційного розвитку починається, на наш погляд, з усвідомлення необхідності інноваційного розвитку. Якщо відповідь на поставлене питання позитивна, наступним етапом буде формування стратегічних цілей інноваційної діяльності. Якщо аналіз ринку та конкурентів підтвердить необхідність інноваційного розвитку, підприємство може визначати стратегічні напрямки своєї інноваційної діяльності. Орієнтацію підприємства на інноваційний шлях розвитку можна визначити шляхом аналізу спроможності, можливості й готовності підприємства до інноваційної діяльності.

Спроможність підприємства до інноваційного розвитку визначається інноваційним потенціалом підприємства, тобто його спроможністю реалізовувати інновації у межах обраного стратегічного напрямку розвитку.

Елементами інноваційного потенціалу підприємства є його матеріально-технічні, фінансові, організаційні та кадрові можливості, що дозволяють підприємству займатися інноваційною діяльністю. Найбільш важливою складовою інноваційного потенціалу підприємства є його ресурсне, насамперед, фінансове забезпечення. Саме цей фактор, на наш погляд, є визначальним при виборі стратегії інноваційного розвитку підприємства. При цьому враховується не тільки можливість здійснення ризикованих капіталовкладень в інноваційну діяльність, але й можливість їхньої швидкої мобілізації для реалізації інноваційних програм.

Здійснення інноваційної діяльності забезпечує підприємствам можливість виживати і зростати в умовах ринкової економіки. Проте можливості підприємств здійснювати інноваційну діяльність значно відрізняються. Реалізація інноваційно-інвестиційної стратегії – складний і тривалий процес, що вимагає поетапного підходу до його формування. Вибір інноваційно-інвестиційної стратегії підприємства визначається низкою факторів, які дозволяють оцінювати готовність підприємства до реалізації стратегічного напрямку інноваційної діяльності.

Література:

1. Федірко О. А. Національна інноваційна система як об'єкт державної інноваційної політики. *Міжнародна економічна політика: науковий журнал*. К.: КНЕУ. 2007. № 6. С. 63–88.

2. Мельник С. І. Оцінка складових формування інноваційного потенціалу підприємства. *Економічні науки: Вісник Хмельницького національного університету*. 2010. №5 (3). С. 103–107.

3. Федулова І.В. Теоретичне обґрунтування сутності інноваційного потенціалу. *Економічні науки: Вісник Житомирського Державного технічного університету*. 2009. №1 (47). С. 210–214.

4. Голубенко А. А. Анализ возможностей инновационного развития в процессе формирования стратегических направлений инновационной деятельности предприятия. *Економіка промисловості*. Донецьк: Інститут економіки промисловості НАН України, 2002. №2 (16). С. 80–84.

АКЦІОНЕРНІ ТОВАРИСТВА В УМОВАХ СЬОГОДЕННЯ

*Янковська В.А., к.е.н., доцент,
Харківський інститут ПрАТ «ВНЗ «МАУП»*

Акціонерні товариства в Україні є досить поширеною формою господарювання, яка є вдалою формою для залучення капіталу та розподілу відповідальності за результати діяльності між акціонерами, а також створюють найбільшу частину ВВП в Україні. На сьогодні акціонерні товариства є засобом побудови ефективної господарської системи, яка базується на недержавних формах суспільної відповідальності.

Проводячи аналіз розвитку акціонерних товариств як економіко-правової конституції можна стверджувати, що корпоративна приватна власність є домінуючою як найбільш ефективна з погляду залучення вкладень капіталу, можливостей використання найновіших методів управління та вдосконалення трудових відносин.

За останні роки в Україні можна спостерігати деякі проблеми стосовно створення та діяльності акціонерних товариств, серед яких можна виділити: реорганізацію акціонерних товариств в інші організаційно-правові форми; негативні зміни у законодавстві; тенденції до зменшення кількості товариств; подвійне оподаткування; інформаційна асиметрія між управлінцями товариства та власниками, що призводить до зловживання з боку перших.

У зв'язку із змінами у законодавстві України можна побачити результат, якщо розглянути статистику кількості акціонерних товариств в Україні у період з 1 січня 2016 року до 1 січня 2019 року (таблиця 1).

Таблиця 1 – Кількість акціонерних товариств в Україні

| Кількість акціонерних товариств в Україні | на 1 січня 2019 року | на 1 січня 2018 року | на 1 січня 2017 року | на 1 січня 2016 року |
|---|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| Акціонерні товариства, | 14310 | 14710 | 15206 | 15571 |
| з них: | | | | |
| публічне акціонерне товариство | 1723 | 2186 | 3122 | 4149 |
| приватне акціонерне товариство | 5304 | 5076 | 4348 | 3486 |

Як бачимо з таблиці 1, кількість акціонерних товариств поступово зменшується. Так, за визначений період, з 2016 по 2019 роки, кількість акціонерних товариств зменшилася на 1261. Причинами таких наслідків є

негативні законодавчі зміни, економічна криза, збитковість та ліквідація окремих підприємств, високий рівень корупції тощо.

Також, виходячи з аналізу кількості акціонерних товариств у Харківській області (табл. 2), яка має значний економічний потенціал і є одною з найбільш індустріальних розвинених регіонів країни, спостерігається аналогічна ситуація. Хоча й область відрізняється високим рівнем розвитку економіки, що обумовлено вигідним економіко-географічним положенням і достатньо багатим набором власних сировинних ресурсів.

Таблиця 2 – Кількість акціонерних товариств в Харківській області

| Кількість акціонерних товариств в Харківській області станом на: | |
|--|------|
| 1 січня 2020 року | 1204 |
| 1 січня 2019 року | 1231 |
| 1 січня 2018 року | 1240 |
| 1 січня 2017 року | 1257 |
| 1 січня 2016 року | 1273 |
| 1 січня 2015 року | 2128 |
| 1 січня 2014 року | 2170 |

Отже, за останні сім років кількість акціонерних товариств скоротилася майже вдвічі. Так, найбільше зменшення – на 40,2% відбулося за період 2015-2016 роки. Це могло бути пов'язано зі збитковістю діяльності багатьох підприємств та зміною форми власності.

Незважаючи на отримані результати, акціонерні товариства виконують важливу функцію в економіці країни, сутність якої зводиться до оновлення економічної системи, створення інноваційного середовища, що прискорює рух економіки по шляху ефективності, раціоналізації та постійного оновлення.

На нашу думку, для подальшого розвитку діяльності акціонерних товариств необхідно всебічно удосконалювати законодавчу базу, розвивати фондовий ринок України, покращувати механізм корпоративного управління, зменшувати податкове навантаження, реалізовувати ефективну дивідендну політику, збільшувати інвестиційну привабливість регіонів та країни в цілому для іноземних інвесторів.

Література:

1. Офіційний сайт Державної служби статистики України : сайт URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
2. Офіційний сайт Головного управління статистики у Харківській області : сайт URL: <http://kh.ukrstat.gov.ua/>
3. Глух А. Особливості функціонування акціонерних товариств та їх діяльність у призмі нового законодавства. *Актуальні проблеми вітчизняної юриспруденції*. 2018. № 1. С. 104–107.
4. Клементьєва О. Становлення акціонерних товариств як найбільш розвинутої форми підприємницької діяльності та їх розвиток в Україні.

Ефективна економіка. 2015. № 11. С. 1–4.

5. Мельник О., Сироїчко К., Дмитрієва О. Акціонерні товариства в Україні: стан та основні проблеми функціонування. *Економіка та держава*. 2019. № 11. С. 61–67.

Секція 3

Перспективні напрями підприємницької діяльності в умовах трансформації економічних відносин

PROBLEMS OF CO-WORKING DEVELOPMENT IN UKRAINE

*Blagoy Vitaly, PhD in Economics, Associate Professor
Tikhomirova Anastasia, student
Kharkov National University Construction and Architecture*

The economy of Ukraine is in extremely difficult situation and involves a number of problems: deterioration in living standards of the population, disintegration of many state and private enterprises various industry, decrease in attraction of the domestic and foreign capital. These problems make a reservation more with uncertainty of military aggression.

From the aforesaid it is possible to tell that for successful functioning of the enterprise in the market it is necessary to adapt, first of all, to crisis conditions and at the same time to develop such project on minimization of the expenses with high quality which would not raise doubts at foreign investors.

The transformational processes happening in Ukraine predetermine need of finding of ways of ensuring overall performance of the enterprises. The role and value of efficiency should be considered in the context of fast development of technological process and social and economic changes [1].

The construction industry is an important component of an economic complex of the country, plays a significant role in activity of society, influences rates and efficiency of its economic and social development.

Today all Ukrainian enterprises have hard times and try as it is possible to operate business processes more effectively. All this is connected with a crisis situation of economy of Ukraine. The construction industry is in extremely difficult situation as demand for purchase of housing among Ukrainian almost disappeared because of prompt dollar exchange rate, the number of the state orders decreased, there was rapid increase in prices for materials and energy resources, there was considerable reduction of staff because of what unemployment rate considerably grew.

The problem of development of the construction industry is very relevant presently and brightly lit in works Verkhoglyadova N.I., Ivanitskaya T. E., Goyko A. F., the Skakun V.A., Sorokina L.V., Minukhin S. V., Besedovsky A. N. In these works great attention is drawn on effective management of business processes of the

construction industry, also pay attention on problems of financing of the construction enterprises, but this subject demands deeper studying because of instability of factors of the external environment which directly influence activity of the construction industry of Ukraine.

As the co-working is a model of work in which participants, remaining independent and free, use the general space for the activity. In particular, the co-working is popular among freelancers, remote workers, translators, programmers, designers and businessmen. The co-working takes the intermediate place between work from the house and use of separate office.

Co-working the centers are services in the organization of rational working process. Potential clients of the center can become: businessmen; journalists, designers, programmers who work as freelancers; specialists in consulting; the companies from another town organizing exit seminars, trainings and other actions; writers; school and university students; representatives of creative and professional communities.

The market a co-working services in the Kharkiv region is presented by the small number of the companies, poorly developed. Assessment of capacity of these services is a difficult task. It should be noted that users a co-working services generally freelancers are self-employed people who are provided various services. This category of people conduct the activity, as a rule through, the Internet. It is difficult to estimate indicators of their activity in number as official statistics in the Kharkiv region is not kept.

Proceeding from it, market size can be calculated only approximately. Statistics of search queries of Google (Google AdWords) was for this purpose used. Data processing is carried out: a co-working - 33100, a co-working Kharkiv - 720, a co-working center - 880, a co-working center Kharkiv - 30. In total inquiries on subject - 34730. But to be realistic how many people are interested in work in a co-working center difficult therefore for the analysis it is necessary to choose the inquiries connected with the Kharkiv region more precisely. Let's receive as a result of 750 inquiries of people who are interested in it [2].

There is a stereotype that this type of working space popular with freelancers, startups, creative people. Really, a co-working traditionally are associated with startups and creative audience, but a trend of the last years - demand for a format from the large companies and corporations to which the co-working gives flexibility in the rent relations.

Co-working soon will appear practically in all large office buildings and business centers. The business park of the class A ComCity became one of the first on this way that belongs to the Czech group of PPF. Management of the company at some point decided to consider a co-working as a part of business infrastructure of office Comcity park. Besides, it increases a funnel of potential tenants.

Now a co-working using not only startups and freelancers, but also project teams from the large companies, including, tenants of Comcity, among which a large telecom and IT - the companies.

The practical value of the work is to provide motivated recommendations for

the more effective construction of an advertising message that affects the viewer, without damaging his feelings and without causing harm.

References:

1. Foreign Direct Investment in Ukraine: War and Peace [Priami inozemni investytsii v Ukraini: viina i myr], available at : <https://voxukraine.org/uk/investments-in-ukraine-ua/> (last accessed 28.11.2018).
2. Kharkov Coworking Centers [Kovorking tsenyry Khar'kova], available at : <https://www.coworking.com.ua/kharkiv-coworking> (last accessed 28.11.2018).

ECONOMIC EFFICIENCY OF FERTILIZER APPLICATION IN PRODUCTION TECHNOLOGIES OF UKRAINE

*Kaplina A.I., PhD in Economics,
Associate Professor of the Department of
Management and Information Technologies,
Kherson State Agrarian University*

The means of regulation of nutrient content in soils, nutrient intake by plants with different ratio is a system of nutrition regime. It has a radical impact on the level of supplying plants with mineral elements. But practice shows that mineral fertilizers do not solve all the problems related with the optimization of nutrition regime. During their growing season plants are under stress for quite a long time, their nutrition under such environmental conditions becomes less efficient (Jaspers and Kangasjärvi 2010). The task of a farmer is to provide suitable conditions for plants to overcome stress as fast as possible (Rady 2012, Hanserud et al 2018). There is a number of factors causing stress-reactions of plant organisms during the growing season. By the nature of impact they are divided into chemical (salts, gases, xenobiotics); biological (negative impact of pests, pathogenic agents, competition with other plants) and physical (excess or deficiency of moisture, temperature regime, light and radioactivity) (Whipps 1997, Goswami and Deka 2020)[3,pp.40-61]. Under these conditions it is necessary to apply complex multi functional fertilizers, containing mixtures of organic, humic and fulvic acids, a number of micro-elements in a chelated form in their formulation causing their fungicide action and activating microorganisms. It ultimately leads to stimulation of growth processes and contributes to the overcoming stress phenomena of plant organisms (Kumar et al 2015, Domaratskiy et al 2018, Domaratskiy et al 2019) [1]. The scientific research conducted in North America establishes that plant growth regulators applied in low concentrations are able to affect the division and growth of cells, their structure and functioning (Small and Degenhardt 2018). Direct application of such natural hormones and their synthetic analogs to plant stems, leaves and flowers, increases their resistance to biotic and abiotic environmental factors, improves drought-resistance of crops and water-use efficiency [4, pp.818-827]. The studies show that such fertilizers are capable of increasing nitrogen use efficiency, contribute to an

increase in root weight and also stimulate the growth and development of lateral roots, assist in enhancing photosynthesis. These substances are usually applied in agriculture, viticulture and horticulture to increase yields under conditions of low agricultural background, moisture deficit and other unfavorable environmental factors (Siddiqi and Husen 2017, Adnan et al 2019).

Ukraine is one of the leaders in the world export of the products of sunflower processing. The world market expects to receive 5.1 million tons of Ukrainian sunflower oil this season that is by 16% more than the rate of the previous year. An increase in sunflower concentration in the structure of sown areas to 35% will have a negative impact on productivity that will decrease in all biological and economic groups. The gross yield of grains will fall from 27.0 to 20.9 million tons, and there will be an increase in that of sunflower seeds - from 4.5 to 5.8 million tons. Under such conditions the total cost of gross production of grain and oil crops will fall by \$ 0.25 billion (from \$ 3.04 to \$2.79 billion). At first sight the scheme of maximum use of sunflower in crop rotation is not threatening, but this approach is certainly insecure in terms of, increasing effect of droughts and spread of specific diseases and pests (Moklyachuk et al 2019). Crop yield stability in agricultural production aimed at meeting demands of a continuously increasing population of the planet is possible only under conditions of applying fertilizers containing basic nutrients for plants. However, the use of such chemical substances has a negative impact on the environment and human health. Therefore, application of micro fertilizers of biological origin is considered to be the best substitute for chemical fertilizers as an environmentally friendly method of growing crops and increasing soil fertility. These preparations intensify growth processes of plant organisms by means of different direct and indirect mechanisms of plant growth stimulation such as biological nitrogen fixation, production of various plant growth hormones, different hydrolytic ferments etc. Application of biological preparations increases the potential of vital nutrients supply in appropriate amounts to boost crop yields without damaging the environment [2, pp.1-11]. The purpose of the study is to substantiate an economic component of using environmentally friendly preparations in technological schemes of sunflower production.

The main indicator of economic suitability of this or that measure is a net profit. Neither cost price, nor profitability, but a net profit determines the real difference between the product cost and the level of production costs. For three years of the field research this indicator reached the absolute maximum in the hybrid LG 5580 when the bio fungicide Fitotsyd r and the stimulator Ahrostymulin were applied at the stage of budding, and it made \$ 1081. In this case the cost price was the least, \$141.6, and the level of profitability was the highest – 196%. The variant with the combination of Fitotsyd r /Ahrostymulin also provided a positive result in the hybrid Tunca, but it yielded a bit to the combination of the preparations Fitosporyn /Ahrostymulin, and the net profit was \$579.7, the cost price - \$203.4 and the profitability, 106%. On the whole this analysis makes it possible to receive evidence that additional costs related to purchasing and, applying fertilizers are compensated by an increase in the , yields.

References:

1. Adnan M, Islam W, Shabbir A, Khan KA, Ghramh HA, Huang Z, Chen H and Lu G (2019), "Plant defense against fungal pathogens by antagonistic fungi with *Trichoderma* in focus", *Microbial Pathogenesis*, Vol.129, P. 7–18.
2. Kour D, Rana KL, Yadav AN, Yadav N, Manish Kumar, Vinod Kumar, Vyas P, Dhaliwal HS and Saxena AK (2020), "Microbial biofertilizers: Bioresources and eco-friendly technologies for agricultural and environmental sustainability", *Biocatalysis and Agricultural Biotechnology*, Vol. 23, P.1–11.
3. Goswami M and Deka S (2020), "Plant growth-promoting rhizobacteria-alleviators of abiotic stresses in soil: A review", *Pedosphere*, Vol.30, P. 40–61.
4. Rostami S and Azhdarpoor A (2019), "The application of plant growth regulators to improve phytoremediation of contaminated soils: A review", *Chemosphere*, Vol.220, P.818–827.

«GREEN» PROCUREMENT A TOOL FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT

Khalina V., Candidate of Economic Sciences (PhD), Associate Professor
Butskiy V., Candidate of Engineering (PhD), Associate Professor
Kavun Yu., student
Kharkiv National University of Civil Engineering and Architecture

Reformation of the system of public relations has led to the recognition of the need to change the paradigm of public procurement. Harmonization of legislation and normative base with European standards requires the generation of new approaches and forms of interaction between government customers and business as a participant in procurement processes. Reforming the public procurement system has pushed for a revision of the concept of doing business, on the one hand, and, on the other hand, changing the attitude of government customers towards the procurement process in general, and recognizing the need to save on budget funds and, in particular, on tendering.

In addition, the implementation of the concept of sustainable development in the main regulatory documents that shape Ukraine's future course of change provides grounds for consolidating these principles in the procurement activities of government customers.

Eco-procurement are designed to make consumption more environmentally friendly and, consequently, more qualitative, and to encourage the business to produce products that meet these criteria.

The concept of public eco-procurement is defined in the Communication from the European Commission (COM (2008) 400) as «public procurement for environmental improvement» and «the process by which budget spending units seek to procure goods, products and services with better environmental performance throughout their lives cycle compared to products of similar functional purpose». Eco-procurement is a voluntary mechanism, so each state and state authorities can determine the extent to which it is used to integrate environmental policy and

improve the system of integrated environmental management.

Eco-procurement also has a significant impact on the development and implementation of energy-efficient and cleaner production technologies, and the improvement of environmental performance over the life cycle. Having carried out a detailed paradigm analysis of the essence of the concept of public eco-procurement, the authors of this study focused on the following interpretation of this economic category [1], considering them as the purchase of goods, works and services with improved environmental characteristics and taking into account the full value of their life cycle and to ensure the needs of the public.

Література:

1. Халіна В. Ю., Устіловська А. С., Гончаренко П. І., Ветрова В. В. Адаптація механізму впровадження «зелених» закупівель до вітчизняних економічних умов. *Ефективна економіка*. 2019. № 4. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7004> (дата звернення: 13.11.2020).

DEVELOPING STEPS FOR ATTRACTING OVERSEAS INVESTMENTS STRATEGY

Morozova Nadiya L.
PhD in Economics, associate professor
ESI «Karazin Banking Institute»
V. N. Karazin Kharkiv National University
Panasiuk Lidiia M.
Undergraduate
ESI «Karazin Banking Institute»
V. N. Karazin Kharkiv National University

The strategy is important document for defining priorities and activities for attracting overseas investments.

Strategy development should begin with understanding of what benefits the region can offer investors and what it looks like compared to competitors. Once the competitiveness of the industries has been assessed and list of industries that may be attractive to investors has been developed, it is necessary to determine in which countries the marketing activities should be focused.

The result of strategic planning should be detailed document describing “who”, “where” and “how” will be the subject of investment measures. The plan should be sufficiently detailed and future-oriented so that activities can be planned for at least three years. At the end of these three years, this process needs to be re-conducted and the strategy re-evaluated due to changing conditions in the country, competitive advantages and global economic trends.

Strategy development and implementation will not necessarily be clearly consistent process. Measures such as auditing the region and identifying promising industries can be carried out simultaneously. The development of three-year

strategy should take no more than three months.

Consider in more detail the above steps for strategy development [1]:

1. Assessment of investment needs and potential of the region, audit of the region:

– Research of overseas investment trends and external factors: global and regional trends of overseas investment show “who”, “where” and “why” invests and help to identify the most promising areas.

– Carrying out a SWOT-analysis of the area. Identifying strengths and weaknesses, as well as threats and opportunities gives a dynamic picture of current and future disadvantages and advantages of the area from the point of view of investors.

– Competitor analysis: using SWOT-analysis of the area, you can compare your region with competing regions.

2. Purposeful search for investors by industry and geography, identification of promising groups of investors:

– Development of “long” list of industries. The initial list should include: industries already operating in the region; industries operating in competing regions or similar regions; a realistic “wish list” for areas of interest; industries in which overseas investment is particularly important.

– Analysis of the characteristics of sectoral sectors. It is necessary to analyze the structure of each industry, major players and trends to assess the likelihood of investment and understand the goals of investors in the process of investing abroad.

– Assessment of the compatibility of the industry with region. Each industry needs to be assessed in terms of its compatibility with national development goals and local characteristics.

3. Development of marketing strategy plan:

Development of document that should define: promising countries-investors; marketing methods to attract investment; necessary changes in the organizational and staffing structure, changes in partnerships; budget and funding for three years.

The investment attraction strategy should be developed regardless for approaches used to develop it. The development of strategy is fundamental importance, as it allows concentrating limited resources in those areas that may be interest to potential investors. This increases the chances of success for attracting overseas investments.

References:

1. Startup Kharkiv. Municipal Startup Center: official web resource. URL: <https://startupkharkiv.com>.

THE CAUSAL COMPONENT IS NOT THE READINESS OF GRADUATES TO WORK INDEPENDENTLY

*Põlajeva Tatjana, Professor, Dr.
EuroAcademy, Riga, Estonia*

*Levchenko Yaroslava, PhD in Economics, Associate Professor,
Faculty of management and business,
Kharkiv National Automobile and highway University, Kharkiv, Ukraine*

The Order of the Cabinet of Ministers of Ukraine №660 dated 19.09.2018 "On approval of the Concept of training specialists in the dual form of education" provides for the creation of an appropriate national system of education and training [1].

The Concept identifies a list of manifestations of the problem of insufficient level of readiness of many graduates of higher education institutions and vocational education for independent professional activity in the first jobs, in accordance with the received education. Presentation of the list of manifestations of the problem and factors are presented in Table 1.

Table 1 – Causal component of unwillingness of graduates to independent activity

| Influencing factors | Manifesting problems |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> - non-orientation of formal education to the development of applicants for education competencies demanded by employers; - limited opportunities to receive education outside of educational institutions; - insufficient funding for educational institutions to create a modern material and technical base and the formation of practical skills in participants in the educational process; - lack of a significant part of scientific and pedagogical and pedagogical staff competencies necessary for the formation of relevant practical skills in applicants for education; - lack of reliable information about current and future needs of employers in the competence of employees; - Insufficiency or complete absence of modern equipment and technologies in educational institutions, the use of which is necessary for the training of specialists; - the difficulty of attracting to teaching in higher education professionals with practical experience, with a salary that corresponds to their qualifications, due to the fact that staffing requirements in higher education provide benefits for teachers with degrees; - non-inclusion of most educational institutions (which have mainly the status of budgetary institutions) in modern market relations and uncertainty of the mechanism of cooperation in the field of public-private partnership, which affects the preparation of applicants for independent professional activity in a market environment. | <ul style="list-style-type: none"> - unwillingness of graduates to work in the specialty; - dissatisfaction of the labor market with the quality of education, which leads to the need for additional training in the workplace, the expansion of the training system in enterprises; - low level of work of educational institutions, including inefficient use of budget funds, as evidenced by the excessive number of graduates of educational institutions who do not work (often do not plan to work at all) in the acquired profession; - inefficient use of the best time for training of students on the acquisition of professional competencies; - setting requirements for the presence of experience of independent professional activity (work experience) for graduates of educational institutions who are employed for the first time. |

Generalized by authors based on [2].

References:

1. Розпорядження «Про схвалення Концепції підготовки фахівців за дуальною формою здобуття освіти» №660 від 19.09.2018 р. URL: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/KR180660.html.
2. The concept of training specialists in the dual form of education. URL: <http://education-ua.org/ua/draft-regulations/1086-kontseptsiya-pidgotovki-fakhivtsiv-za-dualnoyu-formoyu-zdobuttya-osviti-proekt>.

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕНЕРГЕТИЧНОЇ БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ В ГЛОБАЛЬНИХ УМОВАХ

*Артёмова А. В., к. т. н., доцент
Національного аерокосмічного університету ім. М. Є. Жуковського «ХАІ»*

В умовах кризового і посткризового розвитку світової економіки для кожної держава необхідною умовою існування є використання енергії. Останнім часом достатнє та економічно ефективно забезпечення енергетичними ресурсами економіки країни є запорукою енергетичної безпеки, а події, що відбуваються на світовому енергетичному ринку ще раз засвідчують актуальність даної проблеми.

Значний науковий внесок у дослідження проблем енергетики та питання енергетичної безпеки зробили вітчизняні та зарубіжні вчені, зокрема, Л. С. Тараєвська [1], Р. Ю. Малий [2], О. С. Малюк, В. Цоллінгер ; У. Фелнер , О. Анісімова, С. Боринець, П. Кругман, А. Мельник, Р. Моторин, С. Ніколайчук, М. Пейро, Т. Савченко, О. Сунцова, А. Шкляр, В. Юрчишин, Козак Л.С., та інші.

Україна має досить складний устрій у енергетичній сфері. Наша держава є імпортером та транзитером природних енергетичних ресурсів, та одночасно є експортером вироблених енергетичних ресурсів. Тому для України енергетична безпека є основною умовою її існування як самостійної держави.

Енергетична безпека - це такий стан економіки, який забезпечує захищеність національних інтересів у енергетичній сфері від наявних і потенційних загроз внутрішнього та зовнішнього характеру, дає змогу задовольняти реальні потреби в паливноенергетичних ресурсах для забезпечення життєдіяльності населення та надійного функціонування національної економіки в режимах звичайного, надзвичайного та воєнного стану. А у зв'язку з позбавленням нашої держави у доступі до окремих ділянок морського шельфу, на яких здійснювався видобутку енергоресурсів, відбувається часткова руйнація енергетичного комплексу України, зокрема фізичне знищення окремих об'єктів енергогенерації та теплової генерації, вугільної промисловості, а також деякої енергетичної інфраструктури у окремих областях країни. Все це в сукупності підриває енергетичну безпеку

нашої країни і вимагає посиленої уваги з боку держави та громадськості [1, с 373].

Для оцінки енергетичної безпеки країн використовують Міжнародний індекс ризиків енергетичної безпеки – «новий інструмент, призначений для кращого розуміння подій, що відбуваються на глобальних енергетичних ринках». Цей індекс використовує набір із 28 показників, на основі яких аналізується енергетична безпека. У 2019 році, інститут енергетики представив звіт по країнах найбільших споживачах енергії на основі цього індексу, де за кількістю енергії, яку використовують в Україні, країна посіла останнє місце (рисунок 1).

Енергоемність валового внутрішнього продукту в Україні значно вища, ніж у промислово розвинених країнах. Це є наслідком певної технологічної відсталості, недосконалої галузевої структури вітчизняної економіки та впливу її «тіньового» сектору, що головним чином впливає на конкурентоспроможність національного виробництва [3].

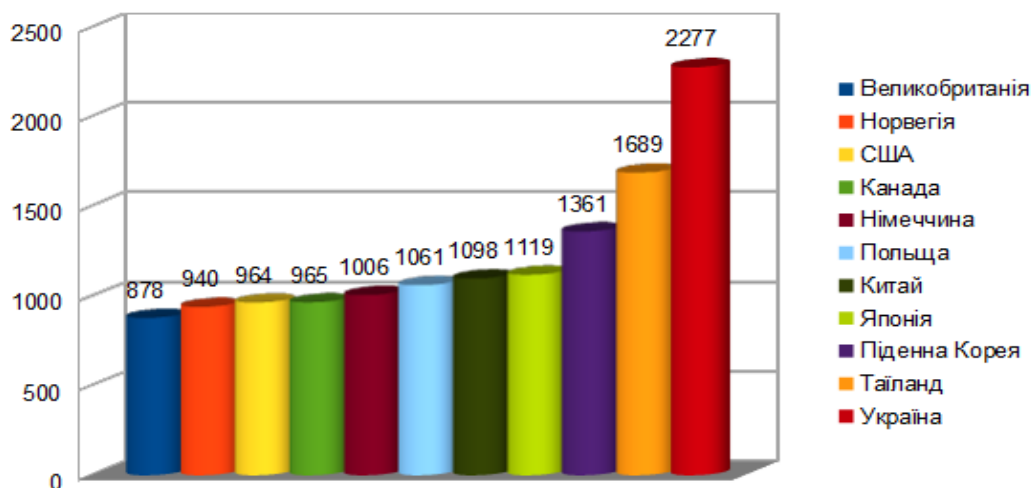


Рис. 1. Рейтинг країн за міжнародним індексом ризиків енергетичної безпеки у 2019 році

Енергетична стратегія України, яку спрямовано на гарантування енергетичної безпеки держави, передбачає: формування конкурентних ринків природного газу, електричної й теплової енергії, вугілля, нафти та нафтопродуктів; підвищення енергоефективності національної економіки, формування енергоефективної свідомості у громадян. Активний розвиток технологій генерації на основі ВДЕ пов'язаний з їх потенційно невичерпним обсягом енергії. Однак у порівнянні з традиційними джерелами енергії, первинними енергоносіями яких є нафта, газ або вугілля, ВДЕ мають низьку концентрацію і малу щільність енергетичного потоку та локальний характер використання, залежно від географічного положення, нерівномірність постачання енергії в часі. Ці фактори призводять до ускладнення системи енергопостачання на основі ВДЕ і переходу від централізованого до децентралізованого генерування енергії [2].

Таким чином, першочерговою задачею для поліпшення ситуації в енергетичній і екологічній сферах є підвищення енергоефективності всіх галузей енергетики, економіки, промисловості сумісними зусиллями усіх країн світу. Хоча, засоби та механізми її досягнення кожна країна мусить обирати сама, опираючись на внутрішні особливості та потреби галузі.

Література:

1. Тараєвська Л. С. Складові енергетичної безпеки та критерії оцінки. *Інноваційна складова в системі забезпечення економічної безпеки держави*: зб. наук. праць. Мукачівський державний університет. Вип. 8. 2017. С. 372–377.

2. Малий Р. Ю. Аналіз ефективності споживання енергетичних ресурсів в Україні : сайт URL: http://market-infr.od.ua/journals/2018/17_2018_ukr/11.pdf.

3. Огляд аналітичних робіт міжнародних енергетичних організацій щодо стану та сценаріїв розвитку світової енергетичної сфери з прогнозом інвестування в енергоефективність : сайт URL: https://www.google.ru/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUK EwjwkfefhcjsAhXpxIsKHfKSAwkQFjAAegQIAhAC&url=https%3A%2F%2Fua.energry%2Fwp-content%2Fuploads%2F2018%2F06%2F2.-rozvyt_svit_energet_sfery.pdf&usq=AOvVaw1a_jYjRDAUENO4dIliG181

ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ НЕЙТРАЛІЗАЦІЇ ГЛОБАЛЬНИХ РИЗИКІВ

*Безугла Ю.Є., к.е.н., доцент
Українська інженерно-педагогічна академія
Бондаренко М.С., здобувач вищої освіти
Українська інженерно-педагогічна академія
Гулевський А.Є., здобувач вищої освіти
Українська інженерно-педагогічна академія*

Швидкоплинність часу, що породжує виникнення низки нових як глобальних, так і регіональних ризиків зумовлює необхідність дослідження світових тенденцій як джерела деструктивних факторів для фінансово-економічного сектору України. Посилення глобалізації дає поштовх звернутись до питання впливу загальносвітових тенденцій розвитку та глобальних ризиків на економіку України, її галузей та окремих вітчизняних підприємств. До головних причин виникнення глобальних ризиків належить: нестабільна політика країни; коливання цін на світовому ринку; змінення валютних курсів; конкурентна боротьба між транснаціональними корпораціями та окремими країнами; інфляція тощо [1]. Стратегічні та передбачувані ризики можна вважати внутрішніми, оскільки вони визначаються рішеннями, що приймаються на національному рівні; їх можна запобігти шляхом використання ефективних методів ризик-менеджменту із прорахунком усіх можливих варіантів розвитку подій та усуненням із розгляду найбільш небезпечних. Для запобігання зовнішніх ризиків важливо розробити методи стійкості до зовнішнього впливу. Для аналізу стійкості до будь-якого з ризиків кожна країна

розкладається як суперпозиція п'яти взаємозалежних підсистем: економічної, що охоплює макроекономічне середовище, ринки (товарів, праці, послуг, фінансів); державної (інституціональний устрій, пріоритети розвитку, законодавство); природної (екологія, природні ресурси, урбанізація та ін.); критичної інфраструктури (енергетика, транспорт, комунікації); соціальної (структура суспільства, людський капітал, групи інтересів).

Отже, Україна залишається дуже чутливою як для зовнішнього неконтрольованого впливу, так і для стратегічних рішень, обтяжених значними глобальними ризиками. Причини цієї залежності полягають у тому, що: в Україні рівень ефективності державного управління та рівень розвитку соціального капіталу залишаються низькими; простежується неузгодженість урядових дій із прийняттям національних стратегічних рішень; залишається малий горизонт прогнозування та спостерігається некоректність методів прогнозування національної економіки; недооцінюється вплив зовнішнього середовища на економічний розвиток країни та домінує неможлива для реалізації концепція ендogenous розвитку.

Література:

1. Global Risks reports 2007-2015. World Economic Forum. URL : <http://www.weforum.org>.

ЕКОНОМІЧНА СТІЙКІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА – АНАЛІЗ ПОНЯТІЙНОГО БАЗИСУ

*Бірбіренко С.С., к.е.н., доцент
Одеська національна академія зв'язку ім. О.С. Попова*

Дефініція «стійкість» в економіці запозичилась з математики і фізики, де вона використовувалась в теоріях стійкості Анрі Пуанкаре (заклав основи теорії стійкості руху), як вже зазначалось вище в працях Ляпунова А.М. (технічний і фізико-математичний напрям, вектор вивчення якого полягає у виявленні закономірності поведінки систем під дією зовнішніх впливів, що зведено і доведено основними теоремами теорії стійкості руху), Лагранжа Ж.Л. (теорема стійкості рівноваги). В математиці виділено такі типи стійкості, як статична і динамічна; структурна і результуюча стійкості траєкторії; стійкість із початковим положенням; асимптотична і еквіасимптотична стійкість; стійкість до зовнішніх збурень; стійкість аттрактора та ін.

У сучасній економічній літературі поняття стійкість тлумачиться по-різному. Ареф'єва О.В. трактує економічну стійкість підприємства як сукупність взаємопов'язаних і взаємообумовлених структурних складових, об'єднаних однією метою, яка передбачає створення, забезпечення та підтримку загального сталого функціонування підприємства [1].

Авторське визначення категорії «економічна стійкість підприємства» запропоновано Василенко О.В. та Гречаним В.В. Василенко О.В. трактує

сутність економічної стійкості підприємства як здатність системи зберігати свій працездатний стан з метою досягнення запланованих результатів при наявності різних впливів [2].

Згідно монографії Ячменьової В.М. «Ідентифікація стійкості діяльності промислових підприємств» визначення стійкості підприємства зводиться до його здатності виконувати свої функції, незважаючи на негативні впливи чинників зовнішнього та внутрішнього середовищ, перебуваючи при цьому у стані динамічної рівноваги [3]. Подібну думку щодо тлумачення стійкості має Чужмаров А.І., який вважає, що стійкість – це здатність системи з достатньо складною поведінкою зберігати певні властивості й основні характеристики незмінними [4].

Моргулець О.Б. визначає економічну стійкість підприємства як сукупність властивостей організаційної, виробничої, інноваційної, логістичної, фінансово-кредитної діяльності з урахуванням їхньої взаємодії і взаємовпливу, розвиненість матеріальної бази, наявність інноваційного менеджменту, стабільність матеріально-технічного забезпечення, розвиненість кадрового та інтелектуального потенціалів. Інакше кажучи, це захищеність усіх сторін діяльності підприємства від зовнішніх впливів, а також його здатність швидко усувати різноманітні загрози [5].

Усі вищеописані праці слугували еволюційним створенням теоретичного базису для визначення і тлумачення наукової категорії «економічна стійкість підприємства», однак велика різноманітність наукових досліджень і відсутність однозначних трактувань створює передумови необхідності аналізу, узагальнення та синтезу. Ще одним підтвердженням є наявність суперечливих формулювань і визначень та численних методик оцінювання економічної стійкості підприємства. Також немає чітких відповідей на питання щодо можливості управління економічною стійкістю підприємства у сучасних українських ринкових умовах, оскільки зазначеній проблемі притаманна багатоаспектність, поліморфність, багатовимірність та вплив галузевих особливостей даної категорії. Визначено, що у багатьох випадках економічну стійкість ототожнюють з фінансовим станом підприємства і можливістю отримувати прибуток у такому розмірі, щоб можна було забезпечити зростання усіх складових загального потенціалу підприємства, а достатність грошових потоків перевищувала «мінімум, необхідний для виживання» [6].

Чимало авторів вважають, що майже неможливо досягнути економічної стійкості в умовах нестабільності ринкової кон'юнктури і конкуренції на ринках фінансів, сировини, кадрового потенціалу і збільшення рівня усіх видів ризиків коли відсутня орієнтація підприємства на стратегічну мету і цілі, а також завдання сталого розвитку.

З урахуванням вищевикладеного пропонуємо під економічною стійкістю підприємства розуміти сукупність фінансової, виробничої, інноваційної, організаційної, логістичної та інвестиційної діяльності у їх симбіозі та взаємозв'язку, інтелектуальний розвиток кадрового потенціалу, спроможність швидкого виявлення і уникнення негативних впливів, збурень і загроз

зовнішнього середовища.

Література:

1. Ареф'єва О. В., Городянська Д. М. Економічна стійкість підприємства: сутність, складові та заходи з її забезпечення. Актуальні проблеми економіки. 2008. №8(86). С. 83–90.

2. Василенко О. В. Менеджмент устойчивого развития предприятий: монография. К.: Центр учебной литературы, 2005. 648 с.

3. Ячменьова В. М. Стійкість діяльності промислових підприємств: оцінка та забезпечення: монографія. Нац. акад. природоохорон. та курорт. буд-ва. Сімферополь: АРІАЛ, 2010. 472 с.

4. Чужмаров А. И. Обеспечение экономической безопасности промышленных предприятий как основной фактор эффективного функционирования отрасли промышленности. *Институт проблем информационной безопасности МГУ им. М.В. Ломоносова. Информационное общество*. 2004. Вып. 3—4. С. 120–134.

5. Моргулець О. Б., Хлістунова Н. В. Управління економічною стійкістю підприємницьких структур на основі ризик-менеджменту. *Вісник КНУТД*. 2010. №5. С. 101–108.

6. Мельник Л. Г. Основи стійкого розвитку: навч. посібник. Суми: Університетська книга, 2006. 366 с.

СИНЕРГЕТИЧНИЙ ЕФЕКТ СПІЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ІНВЕТОРІВ І ВИКОНАВЦІВ ІНВЕСТ-ПРОЕКТІВ В КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

*Блага В.В., к.е.н., доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній
університет*

Розвиток інноваційного підприємництва не може бути ефективним без управління процесом формування атмосфери довіри між всіма учасниками бізнес-процесу – від інвесторів до споживачів інноваційного продукту. В цьому контексті цікавим виявляється практичне використання шкали рангової оцінки рівня довірчих відносин, що складаються між інвесторами та менеджментом організацій, а також між компаніями і споживачами. В даний час показник прибутковості від інвестицій, що спрямовуються на розвиток інновацій – ROI, враховує лише зовнішні чинники, що виникають при здійсненні ринкових відносин, і не враховує вплив внутрішніх факторів, які чинять на нього істотний вплив. Перш за все, це стосується довіри, що має місце у відносинах між усіма учасниками бізнес-процесів.

Інноваційна діяльність спрямована на вирішення стратегічних завдань підприємства. Одночасно і підприємницька діяльність не може не бути інноваційною, а значить і стратегічно орієнтованою. Підприємець не може не

володіти лідерськими якостями, а лідер – це завжди стратег. Менеджер – це тактик. Він, звичайно, повинен брати участь в обговоренні стратегічних завдань підприємства, але його головне завдання – готуватися до їх виконання. Однак, з огляду на те, що вектор управління в організації завжди спрямований від суб'єктів (керівників) до об'єктів (виконавців), ефективність управління буде багато в чому визначатися рівнем довірчих відносин між ними. Це є поєднанням стратегічних і тактичних здібностей, з'єднаних або в одній людині, або в різних фахівцях, при наявності достатнього рівня довірчих відносин між усіма учасниками бізнес-процесу, забезпечує успішність управління фірмою, її розвиток і процвітання. Звідси випливає, що інноваційне підприємництво як організаційно-управлінське та економічне явище необхідно досліджувати з позицій взаємовідносин, взаємовпливу і взаємозалежності цих трьох чинників – стратегії, тактики і рівня довіри між усіма учасниками бізнес-процесу.

Оскільки стратегія фірми завжди несе в собі рішення завдань її інноваційного розвитку, тактика – вирішення цих завдань в поточному періоді часу. Їх зв'язок неможливий без забезпечення достатнього рівня довірчих відносин (довіри) між стейкхолдерами, до яких в першу чергу відносяться інвестори, менеджмент фірми, а також споживачі її продукції. Не менш важливим є сталий рівень довіри між менеджерами та виконавцями проекту, який найчастіше є прихованим потенціалом фірми (від інвестора), але який в більшості випадків є вирішальним фактором при виконанні договірних зобов'язань фірми. Довіра є тією важливою ланкою, яка забезпечує безперервність виконання робіт від інноваційної ідеї до її втілення в економічний продукт, який затребуваний ринком.

Менеджери (тактики) повинні організувати виконання стратегічно визначених завдань. Для цього вони створюють необхідні колективи (групи) виконавців, розробляють планові завдання, мотивують, координують і перевіряють виконання поставлених завдань. Але економічна ефективність виконання цих класичних принципів управління неможлива без створення атмосфери довіри між керівниками (лінійними менеджерами) і працівниками – виконавцями зазначених планів (другий рівень довіри).

Очевидно, що рівень інвестицій, вкладених у виконання інноваційного проекту, залежить не тільки від його складності і ресурсоемності, а й від того, як і ким буде організовано його виконання. Тобто від того, який конкретний менеджер очолить цей проект. Вибір такого менеджера в переважній кількості випадків ґрунтується на тому рівні довіри, який відчуває інвестор (підприємець) до цього фахівця. Саме це робить істотний вплив на вибір величини інвестицій (C – Cost of investment – інвестиційні витрати), які підприємець готовий вкласти у виконання конкретного проекту. При цьому, ці два рівня довіри тісно між собою пов'язані, так як інвестори, як правило, або вже добре знайомі з компанією, яку кредитують, або, перш ніж вкласти в даний бізнес-проект свої кошти, її уважно і глибоко вивчають.

Досвід китайських бізнесменів показує, що вони починають ділові відносини тільки з тими партнерами, яких вони особисто знають і кому

довіряють, тобто коли між ними виникають хороші особисті стосунки, глибока повага, дружнє ставлення, готовність надавати один одному взаємну послугу. Тому спочатку вони завжди вибудовують довірчі відносини з партнером (запрошують на спільний обід, роблять подарунки, організують спільні вечірки з караоке і т.п.) і тільки переконавшись, що цього партнеру можна довіряти, вони приступають до спільної роботи [1].

Сьогодні все більше вітчизняних бізнесменів розуміє, що успіх в бізнесі багато в чому залежить від правильно збудованих довірчих відносин між партнерами по бізнесу. Це вигідно з усіх боків – і з позицій часу виконання, і з фінансових позицій, і з позицій стратегічного розвитку бізнесу.

Розвинений рівень довіри призводить до синергетичного ефекту, коли ефективність спільної діяльності інвесторів і виконавців інвест-проектів стає вище, ніж просте додавання їх фактичних можливостей. Отже, для оцінки впливу рівня довіри між партнерами на передбачувану прибутковість від інвестицій необхідно до укладення угоди крім даних, що традиційно враховуються при оцінці очікуваної прибутковості ROI, брати до уваги вплив на даний показник сформованого рівня довіри як між інвесторами та менеджментом організацій, так і між організацією і споживачами її продукції.

Література:

1. Деякі особливості ведення бізнесу з Китаєм, про які варто знати : сайт URL: <https://aucc.org.ua/deyaki-osoblivosti-vedennya-biznesu-z-kitayem-pro-yaki-var-to-znati/>

ІННОВАЦІЙНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО ЯК ЧИННИК ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ БЕЗПЕКИ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

*Блага В.В., к.е.н., доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній
університет*

В умовах трансформації економічних відносин інноваційне підприємництво виступає в якості основоположної гілки розвитку суспільства, стаючи чинником забезпечення безпеки національної економіки. У зв'язку з цим перед нашою країною стоїть основне завдання посилити розвиток інноваційного підприємництва, збільшити приплив інвестицій в інноваційні галузі господарської діяльності, забезпечити ефективне впровадження інновацій і захист прав власності, включаючи інтелектуальну, сформувані умови для творчої реалізації особистості і підвищення якості життя.

Науково-дослідна діяльність стає все більш складною і різноманітною, а інновації з'являються в областях, прямо не пов'язаних з нею – в корпоративному менеджменті, маркетингу, секторі ділових послуг, державному управлінні.

Особливе значення для інноваційного розвитку країни мають інституційні

зміни, що виражаються в змінах інституційної структури як набору взаємопов'язаних формальних правил і неформальних обмежень, що визначають систему стимулів для економічних агентів [1]. Роль головного творця нових комбінацій факторів виробництва грає підприємець. Під впливом інновацій економічна система виводиться зі стану рівноваги, а на підприємця покладена дестабілізуюча функція і функція створення передумов для досягнення нової рівноваги.

В сучасних умовах, коли економіки країн світу знаходяться в кризі, особливу роль набуває фактор інноваційного підприємництва, який сприяє економічному зростанню, отриманню нової продукції.

Перехід на інноваційний шлях розвитку передбачає створення ефективних механізмів взаємодії між державою, бізнесом і суспільством, спрямованих на координацію зусиль всіх сторін, врахування інтересів підприємництва та різних соціальних груп суспільства при проведенні інноваційної політики.

Для переходу економіки на інноваційний тип розвитку і створення національної інноваційної системи велику роль відіграють вкладення в НДДКР, які, по суті, є перспективними інвестиціями, що дозволяють підтримувати конкурентоспроможність країни на глобальному рівні і зберігати вигідну спеціалізацію в системі міжнародного поділу праці [2].

Інноваційний тип розвитку вимагає створення максимально сприятливих для підприємництва умов, підвищення конкурентоспроможності та інвестиційної привабливості компаній, розширення їх здатності до роботи на глобальних ринках в умовах жорсткої конкуренції. Процес формування бізнесу і бізнес-структур майже завжди розглядався з урахуванням фактору державного впливу [3]. Держава може створити необхідні умови і стимули для розвитку бізнесу, однак вона не повинна підміняти бізнес власною активністю.

В сучасних умовах особливо важливою є координуюча і стимулююча функція держави при переорієнтуванні економіки в цілому і бізнесу зокрема на інноваційний шлях розвитку. Ця роль є ключовою. Без державно-приватного партнерства бізнесу самотійно не вдасться змінити орієнтацію національної економіки, оскільки наразі гостро стоїть проблема розвитку малого і середнього інноваційного бізнесу.

Інноваційний розвиток підприємництва в країні залежить від рівня інноваційного розвитку регіонів. У зв'язку з цим виникає необхідність вирішення проблем, пов'язаних з підвищенням конкурентоспроможності регіонів і вжиття заходів щодо створення умов для ведення інноваційного бізнесу, завдяки яким підвищилася б ефективність діяльності вітчизняних підприємств на внутрішньому і зовнішньому ринках.

Поліпшення ділового та інвестиційного клімату залежить від адміністрацій регіонів – саме вони впроваджують інноваційну політику, основу якої має становити налагодження зв'язків між бізнесом, наукою і університетами, вирощування кваліфікованих кадрів, зниження до мінімуму адміністративних бар'єрів.

Роль держави в даному випадку бачиться в створенні і розвитку кластерів підприємств, що мають у своєму складі центри генерації наукових знань, центри генерації інновацій, центри підготовки висококваліфікованих фахівців, фірми, що випускають продукцію з довгостроковими конкурентними перевагами.

Створення і розвиток інноваційних підприємницьких кластерів взаємопов'язане зі створенням інфраструктури і включає наступне: забезпечення обміну інформацією між усіма резидентами інноваційного кластеру; науково-технічне забезпечення; ресурсне забезпечення резидентів інноваційного кластеру; можливість комерціалізації інновацій (маркетинг, реклама, збут); фінансування інновацій (банки, страхові компанії, венчурні компанії).

Реалізація позитивного сценарію розвитку інноваційного підприємництва як чинника забезпечення безпеки національної економіки потребує суттєвої державної допомоги національному підприємництву, мобілізації ресурсної бази – це єдиний ефективний шлях розвитку економіки і в сучасних умовах його можливо застосувати.

Література:

1. Зянько В. В. Інноваційне підприємництво: сутність, механізми і форми розвитку: монографія. Вінниця: УНІВЕРСУМ. Вінниця, 2008. 397 с.
2. Стратегія інноваційного розвитку України на період до 2030 року : сайт URL: <https://www.businesslaw.org.ua/strategiya-innovaciinogo-rozvtuku-ukrainy/>.
3. Правове забезпечення інноваційного розвитку в Україні : сайт URL: https://minjust.gov.ua/m/str_13958.

РОЗВИТОК ПІДПРИЄМНИЦТВА В КОНТЕКСТІ АДАПТАЦІЇ КРАЇНИ ДО КРИЗОВИХ ЯВИЩ У ЗОВНІШНЬОМУ ТА ВНУТРІШНЬОМУ СЕРЕДОВИЩІ

*Блага В.В., к.е.н., доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній
університет*

Відомі економісти вважають, що за рівнем розвитку підприємництва можна оцінювати здатність країни адаптуватися до кризових явищ у зовнішньому та внутрішньому середовищі. Традиційно значимість малого і середнього підприємництва для країни обґрунтовується економічними, соціальними та психологічними мотивами: вклад в економіку країни, створення нових робочих місць, соціальна стабільність за рахунок самозайнятості, відповідальність громадян за власне благополуччя та своєї родини, ініціативність.

Рівень розвитку підприємництва в різних країнах порівнюється з різними інтегральними показниками – індексами, які є відображенням думки

підприємців конкретної країни щодо поточної економічної ситуації, актуальних загальноекономічних і галузевих проблем. Найбільш часто використовуються такі індекси: індекс підприємницької впевненості [1], український індекс корпоративної рівності [2], індекс очікувань ділової активності [3], рейтинг «Ведення бізнесу» (Doing Business) [4]. Глобальний моніторинг підприємництва (GEM) розглядає відношення до підприємництва як віддзеркалення загального сприйняття населенням можливості займатися підприємницькою діяльністю і оцінку індивідами своїх підприємницьких здібностей [5].

Ціннісні орієнтири підприємців пов'язані і в певній мірі залежать від норм і цінностей національної культури. Тому ставлення до багатства і його публічної демонстрації, сприйняття громадського обов'язку і зобов'язань перед громадянами своєї країни, пріоритети особистих досягнень або колективних зусиль, ставлення до історії країни і свого бізнесу і тому подібне мають явну національну специфіку, яку можна пов'язати з культурними змінами або стандартами, описаними різними крос культурними моделями. Оскільки ці цінності і норми за своєю природою стійкі і своїм корінням йдуть в історію і особливості формування і розвитку даної етнічної і національної спільноти, в аналізі або плануванні впливів на культуру підприємництва слід виходити з їх стійкості, приймати їх до уваги і використовувати як основу формування і розвитку ціннісних орієнтирів підприємців в країні.

Економічні умови формування класу підприємців, особливо на початкових етапах його розвитку сильно впливають на його цінності і норми, можуть змінювати або деформувати більш глибинні ціннісні орієнтири, закладені національною культурою. Так, хаотичне економічне середовище початку 90-х, відсутність чіткої правової бази, яка регламентує становлення підприємництва, зростаюча корумпованість, психологічна неготовність населення жити і займатися підприємницькою діяльністю в нових умовах привели до того, що процес формування підприємницьких структур набув нецивілізованих, спотворених і частково незаконних методів, що зумовило тіншову спрямованість розвитку підприємництва, деградацію підприємницької культури і ціннісної орієнтації.

Багато дослідників відзначають, що незважаючи на національні особливості і специфічні економічні умови формування і розвитку підприємництва в різних країнах, важливим елементом культури підприємництва є дотримання підприємцями деяких загальних етичних норм. Ці норми включають професійну етику, загальноприйняті правила здійснення бізнесу, рівень культури і вихованості самих підприємців.

Отже, джерелами формування і розвитку підприємницької культури є цінності і норми національної культури, особливості корпоративної організації, а також економічні умови становлення і розвитку підприємництва в країні. Тому перспективність сектора малого підприємництва в сучасній економіці і інтерес до його розвитку не слід розглядати лише як чергову компанію в системі антикризових заходів. Це довготривалий напрям структурної політики,

реалізація сучасної стратегії економічного зростання протягом довготривалого періоду, в якому інституційні і економічні заходи підтримки і розвитку малого підприємництва повинні використовувати аналіз ціннісних орієнтирів підприємницької культури для найбільш ефективного впливу на рівень розвитку та результати підприємницької активності в Україні.

Література:

1. Чи легко вести бізнес в Україні? : сайт URL: <https://ua.112.ua/mnenie/chy-lehko-vesty-biznes-v-ukraini-512891.html>.

3. Український індекс корпоративної рівності: сайт URL: <https://cei.org.ua/>.

4. Національний банк запровадив щомісячний індекс очікувань ділової активності: сайт URL: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/natsionalniy-bank-zaprovadiv-schomisyachniy-indeks-ochikuvan-dilovoyi-aktivnosti>5. Україна в рейтингу Doing Business: сайт URL: <https://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=05376d6c-3772-4027-ac6f-73e33e2905a8&title=DoingBusiness2019>.

5. Глобальний моніторинг підприємництва (GEM) : сайт URL: <https://www.gemconsortium.org/>.

ПРОБЛЕМИ ЗАЙНЯТОСТІ НАСЕЛЕННЯ УКРАЇНИ

Благой В.В., канд. екон. наук, доцент

Приходько О.С., студент

Харківський національний університет будівництва та архітектури

Проблеми зайнятості населення України на сучасному етапі ринкових перетворень перебувають у доволі кризовому становищі. Зокрема, зменшується природна основа відтворення робочої сили - населення.

На сьогодні можна виокремити такі проблеми на ринку праці в Україні, які необхідно вирішувати якнайшвидше, адже саме ці проблеми в повній мірі впливають на добробут населення:

- відсутність чіткого плану в реформуванні сфери праці, що веде за собою неефективну зайнятість як в середині населення, так і в окремих підприємствах та фірмах (що проявляється у збитковій діяльності та банкруцтві);

- різке зменшення частки працюючих у сферах інновацій та високотехнологічного виробництва;

- недовикористання робочого часу працюючих, а також низький рівень сплачуваності; - відтік великої частки фахівців та професіоналів в певній галузі господарства у тіньовий сектор зайнятості;

- неконтрольована міграція робочої сили за кордон;

- катастрофічний стан якісних показників робочих місць, недостатню капіталовкладення у покращення робочих місць. Дана проблема потребує

більше уваги, адже відсутність нормальних умов праці погіршує продуктивність праці, а також бажання працівника шукати більш сприятливі умови;

- недостатній обсяг інвестицій у сферу виробництва, що супроводжується виникненням явища безробіття;

- низький рівень підтримки зі сторони держави малого та середнього бізнесу;

- відсутність програм по працевлаштуванні окремих демографічних груп;

- недотримання роботодавцями норм трудового законодавства;

- наявність території, де панує напружений стан, проте дана територія є стратегічно важливою в економіці країни;

- напруженість на ринку праці, зумовленим недостатнім рівнем оплати праці, що веде за собою появу трудової міграції. Це говорить про неналежні інструменти регулювання ринку праці зі сторони держави [1].

Розвиток ринку праці в Україні зазнає певних стримуючих факторів. Ці фактори можна поділити на 2 види: зовнішні та внутрішні.

До зовнішніх факторів слід віднести: високий рівень трудової міграції; територіальна диференціація в оплаті праці; складна політична ситуація в країні; демографічні негаразди у світі.

До внутрішніх факторів відноситься: повільні темпи впровадження реформ, які потребує Європейський Союз; недосконало вивчена кон'юнктура ринку праці; існування прогалін у законодавстві країни що стосується ринку праці; територіальні проблеми, які виникли на початку 2014 року.

На сьогоднішній день, для українців, заробітна плата виступає, як єдине джерело доходу. Це пов'язано з тим, що держава не пропонує своєму населенню якісь певні соціальні допомоги у вигляді надбавок чи винагород за сумлінну працю.

Ще одним внутрішнім фактором, що завдає певні негативні зрушення в нормальному функціонуванні ринку праці, є наявність високого рівня міграційних процесів. Ці процеси спричинені низкою проблем, серед яких:

- 1) важкість працевлаштуватися відповідно до здобутої освіти;

- 2) низький рівень попиту на робочу силу, у зв'язку з відсутністю появи нових робочих місць;

- 3) низький рівень оплати праці, а також постійний ріст заборгованості по оплаті праці;

- 4) відсутність соціальних гарантій та соціального захисту зі сторони держави [2].

Звісно існують і інші проблеми, які змушують українців покидати Україну у пошуках достойного заробітку, проте вони виникають індивідуально до кожного громадянина країни.

Що стосується України, то вона не в силах стримувати цей відтік економічно, оскільки повністю програє конкуренцію розвиненим країнам, так, як ці країни можуть запропонувати вищу оплату праці для працівників та кращі умови праці та життя.

Література:

1. Юрчик І. Б. Взаємозв'язок ефективності ринку праці та його інституційного забезпечення. *Науковий Вісник Херсонського державного університету. Економічні науки*. 2016. Вип. 17. Ч. 4. С. 109–121.

2. Чистяков І. Соціальні аспекти ринку праці. *Суспільство й економіка*. 2000. № 9. С. 87–102.

ПРОБЛЕМА РОЗВИТКУ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

*Благой В.В., канд. екон. наук, доцент
Рочева Г.В., студент*

Харківський національний університет будівництва та архітектури

За сучасного розвитку та формування ринкової економіки України рушійною силою є саме розвиток малого підприємництва. За умов сучасності досить важливе значення посідає питання ефективного та раціонального введення малого підприємництва, а також виявлення та подолання негативних факторів, що заважають діяльності підприємств.

Створення малих підприємств в Україні має низку переваг у порівнянні з великими підприємствами, а саме:

В Україні основними перевагами малих підприємств над великими є:

1. Можливість змінити структуру економіки (в країнах зі сприятливими умовами для ведення бізнесу більшу частину ВВП виробляють малі й середні підприємства).

2. Створення нових робочих місць.

3. Забезпечення конкуренції на ринку, наповнення ринку товарами та послугами, що матимуть попит.

4. Можливість подолати галузевий монополізм та ін.

Основними причинами уповільнення розвитку малого підприємництва в Україні є:

– податковий тягар, який змушує багато малих підприємств перейти в тіньову економіку;

– недотримання підприємцями чинного законодавства про реєстрацію, через що місцева влада закриває їхній бізнес;

– відсутній законодавчий механізм державної фінансової підтримки малого підприємництва;

– недосконалість системи обліку та статистичної звітності малих підприємств;

– обмеженість інформаційного та консультативного забезпечення;

– недосконалість системи навчання та перепідготовки кадрів для підприємницької діяльності тощо [1].

Особливістю малих підприємств є постійна конкуренція за виживання, вони змушені постійно розвиватися й адаптуватися до поточних умов ринку,

адже для існування потрібно отримувати більший прибуток [2].

Беручи до уваги наступну таблицю, з показниками розвитку великого, середнього та малого підприємств, можна побачити роль та частку малого бізнесу в економіці, оцінити потреби людей у товарах і послугах.

Таблиця 1 – Кількість суб'єктів господарювання, зайнятих працівників та обсяг реалізації продукції великого, середнього та малого підприємства в Україні за 2016-2019 роки [3]

| Роки | Види підприємств | | |
|---|------------------|-----------|-----------|
| | Великі | Середні | Малі |
| Кількість суб'єктів господарювання, одиниць | | | |
| 2016 | 383 | 15113 | 1850034 |
| 2017 | 399 | 15254 | 1789406 |
| 2018 | 446 | 16476 | 1822671 |
| 2019 | 518 | 18129 | 1922978 |
| Обсяг реалізованої продукції, (товарів, послуг), млн.грн. | | | |
| 2016 | 2391454,3 | 2683303,6 | 1651982 |
| 2017 | 2929516,6 | 3314956,1 | 2067799,3 |
| 2018 | 3515839,5 | 3954017,5 | 2496947,7 |
| 2019 | 3631415 | 4194484,1 | 2698213,4 |
| Кількість зайнятих працівників, осіб | | | |
| 2016 | 1586582 | 2649985 | 3871758 |
| 2017 | 1560900 | 2623807 | 3956331 |
| 2018 | 1574301 | 2784464 | 4173665 |
| 2019 | 1608347 | 3089709 | 4319757 |

Проаналізувавши дані з сайту державної служби статистики України (табл. 1), можна зробити висновок, що за останні 4 роки кількість суб'єктів господарювання поступово збільшувалась (з кожним роком кількість нових підприємств перевищувала число закритих), а тому і обсяг реалізованої продукції, і кількість зайнятих працівників відповідно зросли. Це свідчить про поліпшення умов для ведення підприємницької діяльності.

Отже, малі підприємства відіграють значну роль в розвитку економіки України та задоволенні потреб населення, і саме тому уряду країни необхідно покращувати ситуацію у цій сфері, а саме: створювати відповідну нормативно-правову базу для розвитку малого підприємства, надавати фінансово-кредитну, матеріально-технічну, інформаційно-консультативну, кадрову підтримку та ін.

Література:

Варналій З. С., Васильців Т. Г., Покришка Д.С. Пріоритети вдосконалення державної політики розвитку малого підприємництва в Україні. *Стратегічні пріоритети*. 2014. № 2 (31). С. 49–54.

2. Крисак А. О., Мусятовська Л. Й. Актуальні проблеми розвитку малих підприємств в Україні та перспективні напрями їх вирішення. *Економічна наука*. : сайт URL: http://www.investplan.com.ua/pdf/14_2019/6.pdf.

3. Офіційний web-сайт державної служби статистики України : сайт URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ФОНДОВИХ БІРЖ В УКРАЇНІ

*Валінкевич Н.В., проф.,
Недільська С.С., магістр,
Поліський національний університет*

Активно діючий фондовий ринок є одним із головних факторів становлення цілісної та динамічної економіки країни. Фондовий ринок задає тенденцію розвитку виробництва, забезпечує раціональне використання вільних фінансових ресурсів та гарантує стійкі темпи зростання економіки, забезпечуючи фінансування як реального сектору, так і соціальної сфери.

З огляду на це, рівень розвитку фондового ринку є надзвичайно важливим елементом, який постає індикатором ділової активності країни та ефективності функціонування суб'єктів підприємництва.

Фондовий ринок України наразі знаходиться на стадії формування, а процес його становлення, на нашу думку, ще далекий до завершення. В умовах непростой економічної ситуації в Україні найбільш гостро постає питання дослідження тенденцій розвитку фондового ринку загалом та біржового зокрема. Фондовий ринок України поступово розвивається навіть з врахуванням не стійких економічно-політичних факторів. Про це свідчать показники щодо темпу приросту обсягів торгів на біржовому ринку України. У 2019 р., порівняно з 2018 р., темп приросту становив 31,75%, а це безперечно позитивна тенденція. При порівнянні темпу приросту обсягів торгів відносно ВВП, то тут також помітною є тенденція зростання на тлі 2017 та 2018 рр. У 2019 р. приріст цього показника склав 19,58%.

Слід звернути увагу, що за останні чотири роки на ринку цінних паперів прослідковується спрямування до збільшення відсоткового обсягу облігацій внутрішніх державних позик у біржових торгах. За фінансовою звітністю НКЦПФР у 2019 р. облігації внутрішніх державних позик становили 80,98% від усього обсягу біржових торгів, а це майже на 12 в.п. більше від 2018 р., коли вони становили 68,8% та на 50 в.п. більше порівняно з 2015 р. (тоді їх вага в повному обсязі становила лише 30,2 %, а найбільшу частку займали акції та акції корпоративного інвестиційного фонду). Обсяг торгів на біржовому ринку

у 2019р. склав 304,88 млрд грн, а це 39,18% від обсягу торгів на ринку цінних паперів [1,с.171]. Біржова торгівля в Україні здійснюється вузьким переліком фінансових інструментів, а саме: акціями, акціями КІФ, акціями іноземних емітентів, облігаціями підприємств, облігаціями іноземного емітента, облігаціями іноземних держав, державними облігаціями України, облігаціями місцевих позик, інвестиційними сертифікатами, опціонними сертифікатами, деривативами, державними деривативами. Варто додати, що за результатами торгів на 5 фондових біржах України тенденцію до зростання мають переважно державні облігації України.

Загалом, ситуація з фінансовими інструментами фондового ринку характеризується такими негативними моментами: надто вузький спектр доступних для роботи фінансових інструментів, що ускладнює диверсифікацію портфелів та низький рівень розвитку деривативів [2,с.131].

На сучасному етапі, актуальною є тенденція до злиття та поглинання серед біржових організаторів торгівлі, що активізувалась з початком нового тисячоліття. За даними Національної комісії з цінних паперів та фондового ринку, станом на жовтень 2020 р. в Україні функціонують 5 організаторів торгів. Їх кількість за останні 7 років скоротилась удвічі (у 2013 р. діючих бірж було 10). У світі не так багато країн, яким притаманна така кількість фондових бірж, «проте кількість аж ніяк не впливає на якість послуг, навпаки, призводить до децентралізації попиту та пропозиції на цінні папери, провокує процес маніпулювання цінами на ринку, призводить до встановлення різних правил укладення та виконання біржових договорів» [1,с.172]. Отже, вітчизняний фондовий ринок України можна характеризувати 5 діючими біржами, хоча фактично майже усі обсяги торгів зосереджено на 3 головних біржах: «Перспектива», «ПФТС», «УБ». Це свідчить про високу фрагментарність українських бірж, оскільки тільки на 3 біржі припадає близько 90% річного обсягу торгів.

Конкурентна боротьба організаторів торгівлі цінними паперами змушує ще більше універсифікувати свою діяльність та розширювати коло послуг, застосовувати новітні технології та методи електронної торгівлі. Саме ці фактори і слугують в подальшому двигунами розвитку бірж. Окрім диверсифікації біржової торгівлі цінними паперами, слід звернути увагу на незначну кількість емітентів. Обсяг зареєстрованих НКЦПФР випусків цінних паперів у 2019 р. зменшився майже у 2 рази порівняно з 2017 р. У 2017 р. цей показник становив 353,68 млрд грн, а вже у 2019 р. – 112,68 млрд грн. [3].

Потрібно також звернути увагу на низьку освіченість населення, а саме низький рівень фінансової грамотності, що говорить про нерозуміння ролі фондового ринку, сутності самих фінансових інструментів. Все це провокує надзвичайно низький відсоток активності населення на ринку, що також є великою перепоною для подальшого розвитку. Дослідження тенденцій розвитку фондових бірж в Україні продемонструвало, що організатори мають велике поле для розширення своїх можливостей, майбутніх обсягів та суттєвий потенціал для розвитку. Нині вітчизняний ринок характеризується скороченням

кількості бірж та концентрацією обсягів лише на декількох фінансових інструментах. Однак, дані свідчать, що це здебільшого є позитивними чинниками. Конкурентна боротьба організаторів торгів цінними паперами змушує ще більше універсифікувати свою діяльність та розширяти коло послуг, застосовувати новітні технології та методи електронної торгівлі. Саме ці фактори і слугують в подальшому двигунами розвитку бірж.

Література:

1. Яцюк Г. В. Модернізація торгівельної інфраструктури ринку цінних паперів. *Фінансова інфраструктура України: проблеми та напрямки розвитку*: зб. тез всеукр. наук.-практ. конф. К. : Криниця. 2013. С. 170 – 172.
2. Краснова І. В. Фондовий ринок в Україні: стан та перспективи розвитку. *Економіка та управління національним господарством*. 2017. С. 129–134.
3. Річний звіт НКЦПФР 2017-2019 рр. Національна комісія з цінних паперів та фондового ринку. веб-сайт : URL: <https://www.nssmc.gov.ua/>.

МІКРОФІНАНСОВІ УСТАНОВИ В УКРАЇНІ: ОСОБЛИВОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ТА НОВАЦІЇ ЛОМБАРДІВ

*Вербицька В.І., к.е.н., доцент
Шуленова А.Г., студентка гр.ЕА-11
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Іноді для вирішення виниклих життєвих ситуацій людина потребує залучення додаткових коштів - позики. Для цього він може взяти кредит «до зарплати», звернутися до знайомих, в банк або ломбард. Це установи, де швидко і без зайвої паперової тяганини можна отримати грошові кошти, стали популярними ще кілька століть тому.

Отже, ломбард - це фінансова установа, яка видає короткострокові позики під заставу майна. Гроші можна отримати швидко, без зайвої паперової тяганини, приймають ломбарди і техніку, і прикраси, і предмети одягу, і автомобілі. Серед недоліків ломбардів - високі процентні ставки, невелика тривалість позики, внаслідок чого вартість заставної речі істотно зменшується.

Історичним засновником та покровителем ломбардної справи вважають французького ченця Бернардина Фельтрського, який жив в 15-му столітті. Саме він відкрив каси взаємодопомоги в різних населених пунктах Італії, які і вважають попередниками ломбардних підприємств. Деяко пізніше, у 1618 році в Брюсселі були відкриті двері Будинку Ломбарді, що і стало початком появи інших фінансових установ, що надавали можливість отримувати кредитні кошти під заставу цінних речей. Так, у 1492 році королева Кастилії Ізабелла I заклала в ломбард власну діамантову корону, щоб фінансувати експедицію Христофора Колумба до Америки. У 19-му столітті в Європі ломбарди стали користуватися популярністю серед робітників. У той час існували так звані

«взуттєві» ломбарди - клієнти здавали в них в якості застави парадні черевики. До наступних вихідних вони були їм не потрібні, тому викупували взуття тільки в п'ятницю, після чого робочі відправлялися на танці.

Повертаючись до сьогодні, слід констатувати, що 80% сучасних застав в ломбардах - це золото (і найчастіше кільця, браслети, ланцюжки), і 85% клієнтів викупувають закладені речі.

Для здійснення діяльності ломбард повинен отримати ліцензію. З 1 липня 2020 року діяльність ломбардів регулює НБУ [1].

Серед найважливіших переваг ломбардів слід зазначити високу швидкість оформлення кредиту (3-5 хвилин), необхідність наявності тільки паспорту або іншого документу, що підтверджує особу; автоматизовану оцінку предметів застави; можливість отримання необхідних коштів готівкою, а в багатьох ломбардах - також на карту будь-якого банку України.

Всупереч поширеній думці, що в ломбард приходять після відмови в банківському кредиті, насправді, це різні види кредитування, і у ломбардах відсоткова ставка вища, ніж в банках, але нижча, ніж у мікрофінансових організаціях і становить до 210% в рік.

В основному відділення ломбардів обладнані камерами відеоспостереження, броньованими вікнами і дверима, а також кімнатами індивідуального обслуговування клієнтів. Також багато мереж ломбардів впроваджують інновації в обслуговуванні клієнтів, наприклад, пропонують отримати кредит на карту, отримати кешбек і т.д., в них є відділи інновацій, які займаються розробкою і впровадженням сучасних клієнтських сервісів. Так, у окремих відділеннях ломбардів встановлено рідери, що зчитують дані магнітної смуги карти користувача, а компанія працює над встановленням більш сучасних пристроїв з підтримкою NFC технології.

У 2011 році в мережі була проведена перша безготівкова операція. З тих пір, слідуючи всесвітньому тренду переходу на cashless, мережа найбільш прогресивних ломбардів впроваджує рішення, що дозволяють клієнтам отримувати кредит на карту прямо у відділенні з cashback 5% від кожної погашеної суми, яка повертаються клієнтові, а накопичені бонуси він може вивести на свою карту, використовувати для погашення кредиту або для збільшення суми кредиту. За оцінками компанії, кількість безготівкових платежів за рік зросла на 350%, за цей час було скоєно 30454 безготівкових операцій.

Крім можливості отримати кредит на карту в відділенні, клієнт може погашати позику віддалено, а також в особистому кабінеті на сайті запитувати добір кредиту.

Серед популярних та зручних засобів активно впроваджується мобільний ломбард. В такому випадку ломбард пропонує клієнтам замовити виїзд експерта на будинок. Для цього необхідно заповнити заявку на сайті, вказати предмет застави, дізнатися орієнтовну суму кредиту. Після чого експерт компанії приїде у зручний час і місце, оформить договір і видасть готівку. А предмет застави доставить до найближчого відділення мережі.

Окремі ломбарди спільно зі страховими компаніями запропонували своїм клієнтам оформлення страховки за накопичені бонуси. Нові клієнти, зокрема, отримують 2000 вітальних бонусів, які можуть обміняти на пакет страхування життя і здоров'я на рік. Також вивчається можливість розширення спектра фінансових послуг, що надаються клієнтам, зокрема, це стосується можливості впровадження обміну валют в відділеннях.

В рамках Закону [1] в Україні з 1 липня 2020 року регулювання діяльності ломбардів перейшло до Національного банку України.

Регулятор планує змінити регулювання діяльності цих фінансових установ, зокрема, можливе введення ломбардного квитка, де для клієнта в стислій і доступній формі будуть викладені всі умови договору. Також ломбардам може бути надана можливість здійснювати готівковий обмін валют і переказ коштів без відкриття рахунків.

Література:

1. Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо удосконалення функцій із державного регулювання ринків фінансових послуг: Закон України від 12 вересня 2019 року № 79-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/79-20#Text>.

ІНСТИТУЦІЙНІ УМОВИ ДЛЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТА РОЗШИРЕННЯ ДОСТУПУ ДО ФІНАНСУВАННЯ МСП

*Внукова Н.М., д.е.н., професор
Харківський національний економічний університет ім. С.Кузнеця,
НДІ правового забезпечення інноваційного розвитку НАПрНУ*

Актуальність дослідження. Розвиток підприємницької діяльності вимагає збільшення уваги до піднесення інституційних умов та розширення доступу до фінансування. Прийняття різних регіональних програм [1] в умовах децентралізації сприятиме посиленню цих складових розвитку.

Виклад. Ще 2008 року в дисертаційному дослідженні М.В.Заплатинський [2] розробив модель впливу на економічний розвиток підприємництва в регіоні, де визначив основні інститути та, зокрема, підкреслив пріоритетність збільшення доступу до фінансування.

Оскільки сучасний етап розвитку підприємництва не тільки в Україні характеризується наявністю кризових станів, посилюється інтерес до можливостей управління бізнесом в умовах невизначеності та креативного пошуку оптимальних його напрямів [3]. Знову дослідниками підкреслюється важливість стимулювання активності суб'єктів МСП через розширення їх доступу до фінансових та кредитних ресурсів, зокрема через надання часткової компенсації відсоткових ставок за кредитами (наприклад, сучасна державна програма «Доступні кредити 5-7-9%»), програма часткового відшкодування

суб'єктам МСП лізингових, факторингових платежів та платежів за користування гарантіями, а також створення кредитно-гарантійної системи підтримки малого і середнього бізнесу.

У Аналітичній записці Національного інституту стратегічних досліджень [4] щодо підтримки МСП у контексті усунення диспропорцій соціально-економічного розвитку гірських районів в Україні наводиться як аналіз існуючої практики, так і перспективи розвитку підприємництва. Незважаючи на те, що дослідження більше визначало особливості саме окремо виділеної території, але в сучасних умовах пандемії саме цей досвід є актуальним, враховуючи таке замкнуте положення багатьох територій країни та світу. Тоді була відзначена обмеженість практик формування інтегрованих торговельно-виробничих систем та коопераційних відносин за участі суб'єктів малого підприємництва. Тому саме у теперішній час пандемії та перманентних карантинів дуже важливо посилювати саме внутрішньо територіальні коопераційні зв'язки. Не обійшло уваги питання покращення доступності до фінансування. Враховуючи, що дія проектів Світового банку та Міжнародного банку реконструкції та розвитку з розширення доступу до ринків фінансових послуг [5,6] продовжується, бажано більш ретельно ознайомитися з їх умовами та підсилити можливості щодо використання цих ресурсів.

НІСД [4] відзначив низький рівень розвитку та ефективності функціонування саме суб'єктів інституційного забезпечення через недостатню кількість об'єктів ринкової, фінансової, соціальної та інформаційної інфраструктури, що має бути удосконалено через процес децентралізації. Якісні послуги з підтримки та обслуговування бізнесу, покращення доступу до ресурсів та ринків представники бізнесу могли отримати лише в обласному та районних центрах, великих містах. Отже, розвиток ОТГ і зміна територіального устрою повинна посилити інституційну спроможність сприяння розвитку МСП. Через систему територіальної кооперації дрібний виробник зможе отримати підтримку іншого рівня, донорську допомогу та доступ до кредитних ресурсів, для чого доцільно переймати досвід створення кооперативів у США, Канаді, Китаї та ін.

Висновок. Економічна криза і суттєве зростання Fintech на ринку фінансових послуг посилять пошук інноваційних форм фінансування МСП [7], новообрані органи місцевого самоврядування сприятимуть розвитку МСП через заходи організаційної, фінансово-кредитної підтримки бізнесу, методичного та інформаційного забезпечення, піднесення інноваційної діяльності, скорочення адміністративних бар'єрів.

Література:

1. ПРОГРАМА підтримки розвитку підприємництва у м. Харкові на 2018-2022 роки. URL: <https://ppr.kharkov.ua/ua/programa-pdtrimki-rozvitku-pdprimnictva-u-m-harkov-na-2018-2022-roki>.

2. Заплатинський М. В. Інституційна підтримка розвитку малого підприємництва в регіоні : автореф. дис. канд. екон. наук : спец. 08.00.05. Інститут регіональних досліджень НАН України. Львів, 2008. 25 с.

3. Краєвська А. С. Розвиток підприємництва в умовах інституційної невизначеності. Вісник Вінницького політехнічного інституту. ISSN 1997-9266. 2016. № 3. С.33-40.

4. Засоби підтримки малого підприємництва в контексті усунення диспропорцій соціально-економічного розвитку гірських районів в Україні. Аналітична записка. К.:НІСД,2017. 79 с. URL: <https://niss.gov.ua/doslidzhennya/regionalniy-rozvitok/zasobi-pidtrimki-malogo-pidpriemnictva-v-konteksti-usunennya>.

5. Про ратифікацію Угоди про позику (Проект розширення доступу до ринків фінансових послуг) між Україною та Міжнародним банком реконструкції та розвитку Закон України. URL: <https://ips.ligazakon.net/document/T060446?an=12&scop=0&fscop=75918>.

6. Про створення комісії з відбору банків для участі в спільному зі Світовим банком проекті «Розширення доступу до ринків фінансових послуг» та моніторингу дотримання ними вимог проекту: Положення Міністерства фінансів України. Наказ від 26.09.2005 № 659. URL: <https://ips.ligazakon.net/document/MF05116?an=2&scop=2&fscop=8230>.

7. Внукова Н. М. Формування інноваційних умов розширення доступу до фінансування підприємництва. Матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції «Конкурентоспроможна модель інноваційного розвитку економіки України», м. Кропивницький, 14 квітня 2020 року. РВЛ ЦНТУ.2020.С.146-148.URL: <http://dspace.kntu.kr.ua/jspui/bitstream/123456789/9869/1/Proceedings-3thISPC-2020-146-148.pdf>.

ЕФЕКТИВНІСТЬ ФУНКЦІОНУВАННЯ ЛОГІСТИЧНИХ СИСТЕМ ЗАЛІЗНИЧНОГО ТРАНСПОРТУ

*Волохова І.В., к.е.н., доцент,
Український державний університет залізничного транспорту
Сушко Н. Г., магістр кафедри менеджменту та адміністрування
Український державний університет залізничного транспорту*

Сучасні тенденції розвитку світового господарства вказують на те, що господарські системи держав, які відчувають вплив глобалізації, все частіше конкурують між собою у сфері виробництва і реалізації продукції, а також у міжнародній торгівлі, через удосконалення і модернізацію функцій та інструментів прикладної логістики. В умовах глобалізації міжнародних ринків та розширення економічного розвитку посилення конкурентоспроможності України залежить від ефективних транспортно-логістичних систем. Актуальність питання щодо підвищення конкурентоспроможності транспортно-логістичного комплексу потребує детального аналізу проблем та можливих перспектив розвитку.

Глобалізація світового ринку, інтенсивний науково-технічний прогрес і поточні тенденції подальшого міжнародного поділу праці збільшують значущість управління потоковими процесами на залізничному транспорті.

Теоретико-методологічні дослідження визначили низку завдань, спрямованих на підвищення економічної ефективності, скорочення витрат і оптимальної організації залізничних перевезень в цілому. Результатом застосування стратегії і тактики перетворень і розробки продуманої логістичної системи залізничного транспорту стануть зміни ключових показників, таких як, наприклад: максимальне скорочення часу простою і обігу вагонів при навантаженні та вивантаженні; зниження вартості залізничних перевезень за рахунок скорочення тарифної складової; зменшення часу вагонообігу рухомого складу власного парку при зовнішніх перевезеннях; скорочення всіх витрат на залізничні перевезення; зростання продуктивності праці; рівень задоволеності клієнтів; дотримання вимог, пов'язаних із забезпеченням безпеки транспортних та логістичних послуг і т.д. Формування ефективного логістичного забезпечення діяльності залізничного транспорту є важливим науковопрактичним завданням. Сукупний ефект функціонування логістичних систем залізничного транспорту, представлений на рис. 1.

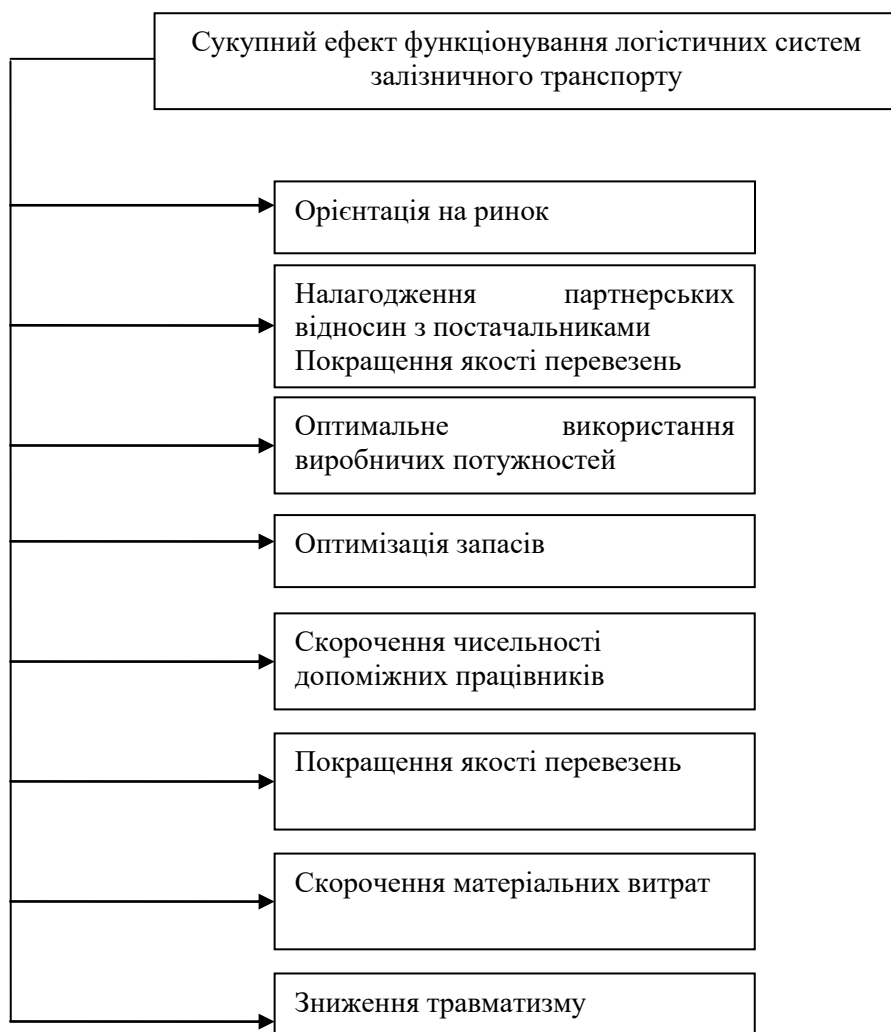


Рис.1. Сукупний ефект функціонування логістичних систем залізничного транспорту

Подальший розвиток логістичних систем залізничного транспорту є запорукою вирішення основних проблем залізничної галузі (зниження вартості перевезень, поліпшення їх якості, скорочення термінів доставки, створення у транспортній галузі єдиного інформаційного простору, координація роботи усіх видів сучасного транспорту при змішаних перевезеннях) та успішної діяльності на світових ринках, інтеграції до сучасної структури світової економіки.

Література:

1. 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> (дата звернення 22.08.2019).

2. Дикань В. Л. Глобализационные процессы в экономике Украины. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2017. Вип. 58. С. 9–18. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vetr_2017_58_3 (дата звернення 20.08.2019).

ФІНАНСОВЕ ПЛАНУВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ТУРБУЛЕНТНОСТІ ЕКОНОМІКИ

*Гнип Н. О.,
к.е.н., доцент,
ННІ «Каразінський банківський інститут»
Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна;
Ващенко В. Р.
магістрант,
ННІ «Каразінський банківський інститут»
Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна*

У сучасних умовах функціонування підприємств, що характеризуються турбулентністю, невизначеністю та високою динамічністю економіки України, виникає об'єктивна необхідність застосування ефективного фінансового планування діяльності.

Окремі методологічні, методичні й організаційні аспекти фінансового планування досліджуються такими українськими та зарубіжними вченими як: Азаренкова Г. М., Білоусова О. С., Бланк І. О., Головка О. Г., Гнип Н. О., Кравченко О. О., Ставерська Т. О., Батршин А. Р., Дегтярев С. А., Князева Е. Г., Юзвович Л. И., Ружанская Н. В.

Відзначаючи вагомий внесок дослідників у цій сфері, слід зауважити, що окремі аспекти фінансового планування діяльності підприємств потребують подальших досліджень. Зокрема, це стосується розкриття нормативно-правових актів з питань фінансового планування діяльності сучасного підприємства.

Метою даного дослідження є визначення нормативно-правових актів з питань фінансового планування діяльності сучасного підприємства.

Основоположним нормативно-правовим документом фінансового

планування діяльності підприємства є Господарський Кодекс України [1]. У ст. 75 якого зазначено, що фінансовий план державного підприємства підлягає затвердженню до 01 вересня року, що передує плановому. У ньому мають зазначатися планові доходи і видатки, обсяг та спрямування коштів для виконання цілей та функцій державного підприємства.

Для підприємств, у статутному фонді яких більше 50% акцій (часток, паїв) належать державі, порядок складання фінансового плану визначається Наказом Міністерства економічного розвитку і торгівлі України № 205 від 02.03.2005 «Про затвердження Порядку складання, затвердження та контролю виконання фінансового плану суб'єкта господарювання державного сектора економіки» [2].

Згідно Наказу Міністерства фінансів України від 07.02.2013 р. № 73 затверджене Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» [3], в якому визначається мета, склад і принципи підготовки фінансової звітності та вимоги до визнання і розкриття її елементів.

Таким чином, в умовах турбулентності економіки України фінансове планування є одним з альтернативних фінансових інструментів, яке використовується підприємством для налагодження діяльності, підвищення власної рентабельності та платоспроможності, зміцнення фінансового стану та забезпечення фінансового розвитку.

Література:

1. Господарський Кодекс України від 16.01.2003 № 436-IV. Верховна Рада Україна. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15#Text> (дата звернення: 10.09.2020).

2. Порядок складання, затвердження та контролю виконання фінансового плану суб'єкта господарювання державного сектору економіки: Наказ Міністерства економічного розвитку і торгівлі України від 02.03.2005 № 205. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0300-15#Text> (дата звернення: 08.10.2020).

3. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності»: Наказ Міністерства фінансів України від 07.02.2013 № 73. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13#Text> (дата звернення: 25.09.2020).

НАПРЯМИ МІЖНАРОДНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ КООПЕРАТИВНОГО СЕКТОРУ ЕКОНОМІКИ

*Гринюк Н.А., к.е.н., доцент
Київський національний торговельно-економічний університет*

Міжнародна кооперативна співпраця стає економічним підґрунтям інтернаціоналізації господарської діяльності кооперативів, яка сприяє процесам

інтеграції і централізації в кооперативних організаціях, певною мірою зміцнює позиції кооперативного сектору в економіці різних країн і континентів.

Споживча кооперація України як основа кооперативного сектору економіки знаходиться на стадії транзитивних змін і спрямовує свої зусилля на створення власної моделі господарювання, адекватної ринковій економіці.

Міжнародна економічна діяльність споживчої кооперації України повинна стати реальною і значною складовою її господарської діяльності, головними чином через зовнішньоторговельну діяльність, міжнародне інвестиційне співробітництво, міжнародну виробничу кооперацію, міжнародне науково-технічне співробітництво та обмін досвідом.

Результати дослідження факторів макросередовища міжнародної економічної діяльності споживчої кооперації України засвідчили наявність сформованої правової бази для здійснення і розвитку міжнародної економічної діяльності:

1. Розвиток міжнародної економічної діяльності споживчої кооперації України відбувається відповідно до принципів зовнішньоекономічної діяльності, закріплених у Законі України «Про зовнішньоекономічну діяльність» [1] та Закону України «Про споживчу кооперацію», в якому відображені міжнародні принципи кооперації та врахований досвід роботи кооперації різних країн світу [2].

2. Стратегічні пріоритети розвитку споживчої кооперації України одним з основних завдань перспективного розвитку системи визначають розширення міжнародного кооперативного співробітництва, інтеграцію у міжнародні кооперативні зв'язки, розвиток зовнішньоекономічної діяльності кооперативних підприємств і організації [3].

Зовнішнє економічне середовище, незважаючи на кризовий стан економіки України, на загал створює потенційні можливості розвитку міжнародної економічної діяльності споживчої кооперації і міжнародної інтеграції кооперативного сектору національної економіки у світовий економічний простір за рахунок реалізації наявних внутрішньосистемних резервів.

Оцінювання мікросередовища функціонування системи споживчої кооперації України свідчить про переваги цього сектору національної економіки з позиції потенціалу її міжнародної економічної діяльності:

- організаційно-правові засади функціонування: правова легітимність діяльності; дієва законодавча база; власна соціальна база членів; підтримка місцевих органів влади;

- організаційно-економічні засади господарювання: багатогалузевий характер діяльності; традиційні внутрішньогосподарські зв'язки; власна сировинна і товарна база; гарантований ринок збуту продукції; досвід зовнішньоекономічної діяльності;

- власна інфраструктура функціонування: сформована матеріально-технічна база; диференційованість підприємств та ієрархічність системи в цілому;

- власна багаторівнева система підготовки кадрів: кваліфікований кадровий персонал та науковий потенціал.

З огляду на зазначене вище, основними стратегічними напрямками міжнародної економічної діяльності системи споживчої кооперації України мають стати:

1. Розвиток співробітництва із кооперативними спілками зарубіжних країн з метою розвитку виробничої кооперації та спільного підприємництва; залучення іноземних інвестицій та трансферу технологій.

2. Входження організацій банківсько-кредитної системи Укоопспілки у Європейські кооперативні банківські об'єднання (Міжнародне Об'єднання Народних банків, Об'єднання кооперативних банків ЄС) з метою сприяння реорганізації та розвитку кооперативної та кредитної систем, в рамках яких можлива підтримка реалізації програми фінансування і страхування міжнародної економічної діяльності підприємств (організацій) споживчої кооперації.

3. Розробка системи залучення іноземних капіталів та формування сприятливого інвестиційного клімату в сфері діяльності споживчої кооперації на основі встановлення зв'язків з міжнародними програмами технічної допомоги, інвестиційними фондами з метою залучення потенційних інвесторів.

Слід наголосити, що одним з найважливіших завдань розвитку міжнародної співпраці споживчої кооперації України є не лише розширення діапазону зв'язків із закордонними кооперативними організаціями, але й формування міжнародних економічних, технічних і соціальних зв'язків на довготривалій основі з кооперативними організаціями зарубіжних країн.

Ефективний розвиток споживчої кооперації України залежатиме як від рівня реалізації заходів, направлених на адаптацію до сучасної економічної ситуації в країні, активізації міжнародного кооперативного співробітництва, так і від налагодженої системи підтримки й стимулювання діяльності кооперативних підприємств та організацій на загальнодержавному та міжнародному рівнях.

Література:

1. Про зовнішньоекономічну діяльність: Закон України від 16.04.91 р. *Вісник Верховної Ради України*. 1991. № 29.

2. Про споживчу кооперацію: Закон України від 10 квіт. 1992 р. № 2687-ХІІ (зі змін. і допов.). *Відомості Верховної Ради*. 1992. № 30.

3. Стратегія розвитку споживчої кооперації України до 2025 рр. К. : Укоопспілка, 2020. 47 с.

РОЗВИТОК МОЛОКОПЕРЕРОБНОГО ПІДПРИЄМСТВА ЗА РАХУНОК ВИХОДУ НА ЗОВНІШНІЙ РИНОК

*Дашутіна Л.О., к.е.н., доцент
Сумський національний аграрний університет
Могильна Л.М., к.е.н., доцент
Сумський національний аграрний університет*

При виході підприємства на зовнішні ринки слід розуміти, що для забезпечення конкуренції на ринку продуктів харчування, зокрема молочної продукції, підприємство повинно чітко орієнтуватися на споживача, щоб задовольнити його потреби в продукції високої якості. Важливу роль в конкурентоспроможності вітчизняних підприємств на міжнародному ринку молочної продукції займає зовнішньоекономічна діяльність.

Розвиток ЗЕД повинен бути спрямований на адаптацію стратегії підприємства в умовах високої конкуренції за споживача. Тобто, перш за все потрібно орієнтуватися на потреби споживача, а потім вже виробляти продукцію високої якості. Під час просування товарів на міжнародний ринок виникають різні перешкоди, які можуть стосуватися не тільки якості, а й виражатися у відмінності певних організаційних та законодавчих аспектів. Тому особлива актуальність теми і зумовила її вибір.

ТОВ «Буринський молокозавод» входить до компанії ТОВ «SvitMilk», котра заснована в 2013 р. та займається експортом української продукції та дало змогу закордонним споживачам насолодитися смаком масла ТМ «Буринське» та сухим молоком, яке досить широко використовується в кондитерській та хлібопекарській галузі та мають високу якість й добрий смак.

Слід відмітити, що здійснення експортної діяльності неможливе без чіткої та налагодженої системи управління якістю продукції на підприємстві. Система управління якістю продукції представляє собою регламентований стандартами підприємства порядок регулювання виробничих процесів, що направлений на забезпечення необхідного рівня якості продукції при її розробці, виготовленні та експлуатації. Вона є невід'ємною частиною системи управління виробництвом та призначена для посилення впливу механізму управління на підвищення якості роботи та ефективність виробництва за рахунок концентрації зусиль на найбільш важливих на даний час, ключових трудових процесах та виробничих функціях

Наголосимо, що підприємство на експорт реалізує 43,93% товарної продукції. Продукція ТОВ «Буринський молокозавод» Буринського району Сумської області цілком конкурентна на африканському ринку на якому відсутні обмеження, що існують на інших ринках, насамперед ЄС. Наголосимо, що розширення експорту до країн Африки пов'язується з рівнем дипломатичних відносин між Україною та країнами континенту. На сьогодні Україна підтримує дипломатичні відносини на рівні Посольств з 11 країнами Африки, при 54 існуючих там державах. Слід відмітити, що найбільшу питому

вагу в структурі експорту в 2019 р. займали Марокко та Алжир. З 2017 р. підприємство почало експортувати свою продукцію в Єгипет.

Наголосимо, що на підприємстві впроваджена система HACCP і система менеджменту якості відповідно до вимог ДСТУ ISO 9001-2009. У січні 2016 року підприємство сертифікувало систему управління безпечністю харчових продуктів і систему менеджменту якості на виробництво молока сухого відповідно до вимог європейських стандартів (LST EN ISO 22000: 2007, LST EN ISO 9001: 2008). Сертифікати відповідності було видано громадською організацією «LST SERT», м Вільнюс, Литва. Виробнича лабораторія підприємства акредитована на технічну компетентність відповідно до вимог ДСТУ ISO / IEC 17025.

У 2017 році був отриманий сертифікат HAS 23000 (Halal Assurance System) від організації LPPOM MUI для реалізації сухого знежиреного молока в мусульманські країни. Крім того, в 2017 році пройдено 2-й етап сертифікаційного аудиту системи менеджменту безпеки харчових продуктів на відповідність міжнародним вимогам по схемі FSSC 22000.

Для того, щоб мінімізувати ризики при виході на зовнішній ринок, доцільно взяти курс на переоснащення та модернізацію виробництва та впровадження новітніх технологій у виробництві молокопродуктів, що підприємство і зробило, модернізувавши свої виробничі лінії.

При продажі сухого знежиреного молока та вершкового масла важливо розуміти, що основні конкуренти – це Нова Зеландія та країни ЄС. Тому цей бізнес для українських виробників може бути сезонним через брак сировини і високі ціни на неї взимку. Проте ринок для продажів сухого молока досить перспективний.

Для просування своєї продукції потрібно відвідувати найбільші виставки, а саме: Anuga в Кельні (Німеччина), SIAL (в Парижі, Франція), Gulfood Show, яка щорічно проходить в Дубаї. Gulfood є найважливішою подією в галузі торгівлі для саудівського агробізнесу. Щороку більше 4,5 тис. саудівських компаній відвідують цей захід.

Ринки Грузії перебувають у фокусі Експортної стратегії України: Дорожня карта стратегічного розвитку торгівлі 2017 – 2021 роки. 1 лютого 2018 року Україна стала повноправним членом Регіональної Конвенції Пан-Євро-Мед. Тому нами пропонується, що б керівництво ТОВ «Буринський молокозавод» звернуло увагу на новий та неосвоєний для підприємства ринок.

Як висновок, можна відмітити, що при виході підприємства на ринок Грузії потрібно мати сертифікати СТБ ІСО 9001-2015. Цей державний стандарт є ідентичним перекладом міжнародного стандарту ISO 9001:2000 Quality management systems – Requirements. Технічним комітетом, відповідальним за цей стандарт, є ТК 93 «Управління якістю і забезпечення якості». Підприємство даний стандарт має, а тому ТОВ «Буринський молокозавод» може розглядати цей ринок як перспективний для своєї продукції.

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА БІЗНЕС-МОДЕЛІ ЯК ЕЛЕМЕНТА СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСАМИ ПІДПРИЄМСТВА

*Деділова Т.В., канд. екон. наук, доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет
Осіпова С.К., ст. викладач
Національний технічний університет «Харківський політехнічний
інститут»*

Цифрова трансформація та інформатизація сучасного бізнесу зумовлює об'єктивну необхідність оптимізації бізнес-процесів підприємства відповідно до принципів клієнтоорієнтованості. За цих умов побудова внутрішнього середовища і середовища безпосередньої взаємодії підприємства відбувається, спираючись на відповідність результатів діяльності бізнес-процесів бізнес-цілям, а координація бізнес-зусиль провадиться в контексті взаємодії усіх учасників такої системи.

При цьому формування та забезпечення цілісності бізнес-моделі підприємства супроводжується управлінськими діями щодо вдосконалення і оптимізації бізнес-процесів в трансформаційних умовах, зокрема, такими їх напрямками, як реінжиніринг бізнес-процесів, інновації бізнес-процесів, управління бізнес-процесами. Саме таке вдосконалення в умовах невизначеності та ризикованості бізнес-середовища здатне стати інструментом підвищення конкурентоспроможності підприємства і зміцнення його ринкових позицій. Тобто в основі цілісності бізнес-середовища підприємства лежить інтеграція його бізнес-процесів.

Під час фінансово-господарської діяльності проявляється така властивість бізнес-процесів підприємства, як неоднорідність, що зумовлюється реалізацією окремих функцій суб'єктів в межах функціонування організаційно-економічного механізму. Зазначений механізм властивий тому чи іншому підприємству в залежності орієнтування бізнес-процесів на взаємодію з елементами внутрішнього і зовнішнього середовища, а також способи виконання робіт.

Організація та аналіз бізнес-процесів підприємства здійснюється на основі бізнес-моделей, що об'єднують всі види діяльності та ресурси підприємства, бізнес-правила та інші особливості процесів.

В роботі [1] зазначається, що в загальному випадку існує три рівня вдосконалення бізнес-процесів підприємства:

– поліпшення – вдосконалення локальних бізнес-процесів, мета не вказана в грошовому/часовому вимірі, ризики мінімальні, зміни впливають на операційний рівень;

– оптимізація – більш глибокі реорганізаційні зміни (на рівні організаційної культури), які відбуваються знизу вгору, несуть значні ризики і потребують інвестицій, оскільки оптимізація бізнес-процесів вимагає цільових витрат;

– реінжиніринг – це революційні зміни (на рівні організаційної структури), які створюють нові бізнес-процеси, і за яких фактично відбувається перезавантаження на всіх рівнях.

Таким чином, бізнес-модель – це формалізований опис бізнес-процесів підприємства, який включає в себе організаційну, методологічну та інформаційну складові. Спрямованість таких складових є наступною:

– аналіз стратегічного бізнес-середовища підприємства, діагностика його сил, слабкостей, можливостей і загроз

– формування цілей підприємства, їх узгодження з цілями стратегічних бізнес-одиниць;

– формування та реалізація корпоративної (загальної) стратегії підприємства;

– побудова ефективних організаційних структур відповідно до стратегічних бізнес-цілей, раціональний розподіл обов'язків, координація та синхронізація останніх в їх межах;

– раціональна організація та реалізація основних бізнес-процесів за належних умов праці та систем мотивації;

– затвердження набору бізнес-правил і бізнес-процедур в системі бюджетування, моніторингу і контролю бізнес-процесів;

– налагодження ефективних комунікацій зі стейкхолдерами в межах існуючих бізнес-процесів.

Література:

1. Prokopenko O., Dikiy A., Butenko N., Naumenko M., Dedilova T., Miroshnyk R. Business process optimization based on logistics concepts and technologies. *International Journal of Advanced Research in Engineering and Technology (IJARET)*. 2020. Volume 11. Issue 6. P. 184–196. URL: <http://www.iaeme.com/IJARET/issues.asp?JType=IJARET&VType=11&IType=6> (дата звернення: 15.09.2020).

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ СЕКТОРУ СТРАХОВИХ ПОСЛУГ ТА ЇХ РОЛЬ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ COVID-19

*Жабинець О.Й., к. е. н., доцент
ДУ “Інститут регіональних досліджень
ім. М.І. Долишнього НАН України”*

Сектор страхування, перестраховання та недержавного пенсійного забезпечення¹ (далі – сектор страхових послуг) відіграє важливу роль в економіці, забезпечуючи захист і безпеку держави та впливаючи на рівень її соціально-економічного розвитку. В Україні сектор страхових послуг

¹ За КВЕД-2010: Розділ 65 «Страхування, перестраховання та недержавне пенсійне забезпечення, крім обов'язкового соціального страхування».

представлений страховими компаніями (СК «non-Life» та СК «Life») та недержавними пенсійними фондами. Останні разом із компаніями зі страхування життя (СК «Life») надають послуги населенню в рамках системи недержавного пенсійного забезпечення.

Оцінюючи розвиток сектору страхових послуг протягом 2013-2018 рр. (рис. 1), можемо стверджувати, що кількість підприємств, які працюють в секторі щорічно зменшується.

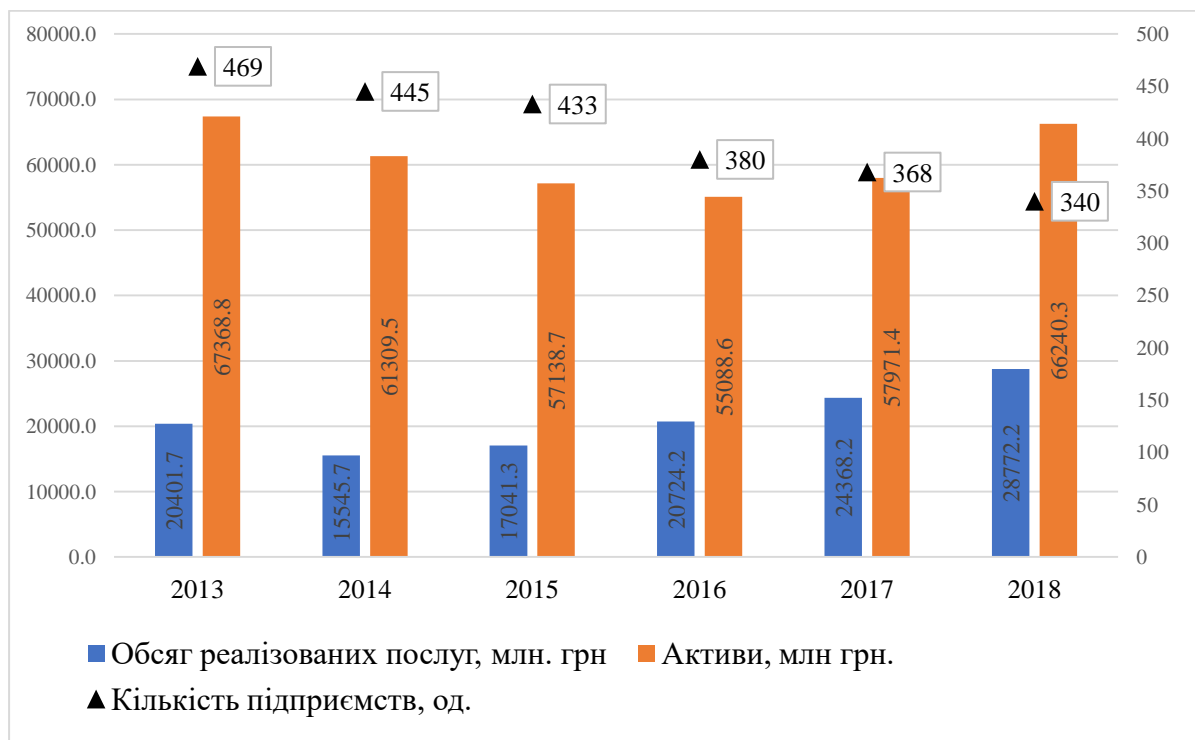


Рис.1. Розвиток сектору страхових послуг в Україні протягом 2013-2018 рр.

Джерело: побудовано за [1]

Незважаючи на це, обсяги реалізованих послуг (після незначного скорочення у 2014 р.) демонструють стабільне зростання (сумарний приріст за період 2013-2018 рр. складав 41,03%). Після кризи 2014-2015 рр. спостерігаємо також зростання обсягів активів підприємств даного сектору. Разом з тим, на сьогоднішній день розвиток сектору стримує ряд факторів, зокрема у низки страхових компаній наявні проблеми з платоспроможністю та ліквідністю, немає чіткої бізнес-моделі, рівень управління ризиками та корпоративного управління є низьким. Усе це робить ринок непрозорим та неконкурентним [2]. Ситуація у діяльності пенсійних фондів є ще більш критичною: за п'ять років (з грудня 2013 р. по грудень 2018 р.) середньорічний чистий номінальний інвестиційний дохід (за вирахуванням витрат на оплату послуг) становив 9,6%. За той самий період середньорічний рівень інфляції сягнув 19,2%. Отже, учасники НПФ в середньому отримали від'ємний чистий інвестиційний дохід (з вирахуванням витрат на оплату послуг та інфляції) в розмірі -8,1% на рік. Такі низькі показники діяльності НПФ зумовлені багатьма причинами, а саме:

несприятливою макроекономічною ситуацією, відсутністю розвинутих ринків капіталу й надійних фінансових інструментів, низьким рівнем доходів населення та нерозумінням необхідності заощаджувати на пенсію, а також недостатнім пропагуванням важливості (навіть відсутністю інформації про існування) недержавних пенсійних схем [3].

Значення сектору страхових послуг зростає не тільки з огляду на його внесок у формування третього рівня пенсійної системи України, але й в сьогоднішніх умовах глобальної пандемії коронавірусу, коли більшість громадян залишаються сам на сам із цією проблемою та потребують страхового захисту. Зазначимо, що страхові компанії (СК «non-Life») оперативно «зреагували» на потреби суспільства і вже сьогодні пропонують низку програм страхового захисту від Covid-19, в т. ч. при виїзді за кордон (при купівлі полісу туристичного страхування). Крім того, у Верховній Раді зареєстровано законопроект № 4162 про туризм [4], в якому пропонується введення обов'язкового страхування повернення наших туристів в Україну й оплата їх проживання, харчування під час вимушеного перебування за кордоном, що особливо актуально, враховуючи ризики при подорожах, що зумовлені всесвітньою пандемією Covid-19.

Література:

1. Державна служба статистики України: веб-сайт. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
2. Біла книга. Майбутнє регулювання ринку страхування в Україні. НБУ. Київ, 2020. URL: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/bila-kniga-maybutnye-regulyuvannya-rinku-strahuvannya>
3. Недержавне пенсійне забезпечення в Україні: оцінка та рекомендації. Проект USAID «Трансформація фінансового сектору». 2019. URL: http://www.fst-ua.info/wp-content/uploads/2019/07/Voluntary_Private_Pensions_in_Ukraine-Assessment_jul2019_ua.pdf
4. Раді пропонують посилити страховий захист українських туристів, а туроператорів внести до Єдиного реєстру. URL: <https://ua.112.ua/polityka/u-radi-zareiestruvaly-zakonoproekt-pro-oboviazkove-strakhuvannia-ukrainskykh-turystiv-551638.html>.

ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА І ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ ПІДПРИЄМСТВ

Зубко Т. Л., к. е. н., доцент

Київський національний торговельно-економічний університет

Стрімкий розвиток інформаційних технологій створив ринок інформаційних послуг. Діджиталізація давно вже присутня в нашому житті. Це і роботи, що працюють на автомобільних заводах (наприклад завод Шкода), це і комп'ютери сполучені з розкрійними лазерами на підприємствах легкої

промисловості, це і звичайні тонометри на батарейках, які є практично в кожній сім'ї. Але саме зараз, в умовах пандемії, залучення цифрових технологій поширилось не тільки на великих підприємствах торгівлі, але і у дрібних продавців. Це, зокрема, у вайбері, соцмережах (Facebook, Instagram). Чудовим прикладом залучення «цифри» є компанії таксі Uber та Bolt.

Суб'єкти, які являються учасниками ринку інформаційних послуг, прагнуть до оптимізації бізнес-процесів, що призводить до суттєвого збільшення результатів їх діяльності. Більшість світових корпорацій (60%) розробляють власні стратегії діджиталізації, які насамперед спрямовані на технологічні зміни [1].

Одним із головних документів, які регулюють діджиталізацію в Україні являється Розпорядження Кабінету Міністрів України «Про схвалення Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018-2020 роки та затвердження плану заходів щодо її реалізації» №67-р від 17 січня 2018 року та низка інших [2]. Таким чином, в нашій країні на державному рівні створюються умови для розвитку діджиталізації. Така політика держави стимулює розвиток інновацій технологій, що допомагають бізнесу в сфері прогнозування, планування та обслуговування потреб підприємств.

Економічна безпека підприємства – це захищеність діяльності підприємства від негативних впливів зовнішнього і внутрішнього середовища, спроможність швидко усунути різноманітні загрози або пристосуватися до зовнішніх умов без негативних наслідків для підприємства. Крім того, економічна безпека підприємства – найефективніше використання ресурсів, які забезпечують стабільне функціонування підприємства [3].

В системі економічної безпеки підприємств торгівлі доцільно виділити наступні складові: безпека операційної діяльності, фінансової, інвестиційної, інноваційної, інтелектуально-кадрової. В свою чергу безпека операційної діяльності включає в себе дві складові – ринкову безпеку (маркетингову) і техніко-технологічну. Розглянемо маркетингову складову безпеки підприємства роздрібно торгівлі. На цю складову впливає декілька головних факторів: рівень цін, зміна ринкової кон'юнктури, рівень конкуренції, формат торговельного підприємства, адаптивність підприємства.

Діджиталізація маркетингу містить в собі: сайт компанії і її брендів, CRM-систему, продажі через інтернет, система збору, зберігання та обробки інформації, прямі діджитал-комунікації, реклама в інтернеті (самостійна та через посередників), інтеграція з соціальними мережами, діджиталізація ціноутворення, застосування штучного інтелекту для створення персоналізованого діджитал-досвіду бренду [4].

Згідно вимог сучасності, зокрема наявності прогресуючої пандемії Covid-19, вимагає від суспільства збільшити кількість безконтактних розрахунків, зменшити кількість поїздок в загальному транспорті, зменшити кількість контактів з речами та людьми.

Відповідно цього, для підприємств роздрібно торгівлі пропонується використовувати темплейти [5], кількість і модифікація яких зростає. Так, на

початку квітня цього року на цьому сайті [5] налічувалось не більше двох десятків пропозицій щодо методів збільшення продажів, а зараз вже шістдесят пропозицій темплейтів і їх кількість та варіативність продовжують зростати. Будь-яке підприємство може обрати підходящі варіанти «на свій смак».

З цих темплейтів для підприємства торгівлі доцільно вибрати наступні бізнес-процеси:

- консультації контакту за вхідним дзвоником;
- сегментація контрагентів за замовленнями;
- розрахунок накопичувальної знижки;
- історія станів замовлення;
- узгодження знижки в замовленні для торговельних представників;
- повторний продаж;
- партнерський продаж;
- робота з постачальниками по товарам «під замовлення»;
- допродаж при оформленні замовлення.

Отже, процеси діджиталізації створюють суттєві переваги у діяльності торговельних підприємств, підвищують їх конкурентоспроможність і зміцнюють економічну безпеку.

Література:

1. Міжнародна та національна безпека: теоретичні і прикладні аспекти: матер. IV Міжнар. науково-практ. конф. (м. Дніпро, 13 березня 2020 р.). Дніпро: Дніпропетр. держ. ун-т внутрішніх справ, 2020. 414 с.

2. Розпорядження Кабінету Міністрів України «Про схвалення Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018-2020 роки та затвердження плану заходів щодо її реалізації» №67-р від 17.01.2018 : сайт URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/67-2018-%D1%80#Text>

3. Зубко Т. Л. Методика визначення економічної безпеки підприємства. *Економіка. Менеджмент. Бізнес*. ДУТ: Київ. 2016. №2(16). С. 69–76.

4. Стояненко І. В., Лубенець А. О. Вплив діджиталізації на діяльність та економічну безпеку підприємств торгівлі. *Молодий вчений*. 2019. №1(65). С. 516–519.

5. : сайт URL: <https://marketplace.terrasoft.ua/catalog#/type/temp/category/all/certification/false/functional/25/cost/all/compatibility/all/all/new>.

COVID-19 ЯК ДРАЙВЕР ЗМІН У СВІТОВІЙ РОЗДРІБНІЙ ТОРГІВЛІ

*Кавун-Мошковська О.О., к.е.н, доцент
Київський національний торговельно-економічний університет*

Консалтингова та аудиторська компанія Deloitte представила 23-й щорічний звіт Global Powers of Retailing, в якому зазначалося, що перспективи розвитку світової економіки та роздрібної торгівлі у 2020 році мають характер

невизначеності. Внаслідок незначного збільшення споживчих витрат в більшості країн загальне економічне зростання, швидше за все, буде стриманим. При цьому світовій економіці прогнозують глобальну рецесію внаслідок нової «найгіршої фінансової кризи в світовій історії, набагато руйнівної, ніж криза 2008 року» [1], зважаючи на те, що «загальний світовий валовий національний продукт становить близько 80 трлн доларів, тоді як загальна сума світового боргу становить 300 трлн доларів» [1].

Світова економіка захоплена руйнівною рецесією, спричиненою пандемією коронавірусу. Удар від різкого одночасного припинення бізнес-активності у різних регіонах світу може бути настільки глибоким і тривалим, що відновлення триватиме роки. Збитки для компаній, багато з яких вже перенасичені боргами, ризикують викликати фінансову кризу катаклізмів [2].

Пандемія, яка забрала тисячі життів на різних континентах, фактично привела світову економіку в глухий кут, мільйони людей та глобальні ланцюги постачання перебувають у режимі блокування та очікування [3].

Хоча криза прискорила перехід на цифрові ресурси, а обсяги онлайн-продажу зростають, очікується, що до 2024 року більшість покупок усе ще будуть відбуватися офлайн (78 % в порівнянні з показником у 22 % для покупок онлайн). Водночас важливо, за якими каналами споживачі будуть здійснювати покупки, і які типи продавців вони будуть вибирати. Дослідження показує, що у роздрібних торговців, наявних в інтернеті, буде більше продажів упродовж наступних п'яти років, навіть якщо їхні клієнти будуть вибирати фізичні магазини. Це підкреслює важливість інтеграції онлайн- і офлайн-торгівлі. До 2024 року 53 % доходу від роздрібною торгівлі будуть отримувати підприємства, бізнес-модель яких містить цифрові канали продажів. Якщо суворі карантинні заходи продовжаться або відновляться, цей показник може вирости до 56 % тому, що споживачі будуть здійснювати покупки онлайн, а не у фізичних магазинах [4].

На ринках із розвиненим digital-маркетингом, наприклад, у Великій Британії та США, на частку роздрібних торговців із цифровими каналами припадатиме дві третини загального доходу. У Франції цей показник до 2024 року виросте практично удвічі й покаже максимальне зростання серед усіх ринків [4].

73 % покупців не роблять різниці між онлайн і офлайн-покупками (до кризи цей показник становив 65 %). Споживачам цікаві інтегровані послуги та зручний процес покупки незалежно від обраного каналу [4].

За таких умов 86 % від зростання продажів у наступні п'ять років припадатиме на багатоканальних роздрібних торговців та онлайн-гравців ринку [4].

Експерти міжнародної дослідницької компанії Nielsen змоделиували, що буде відбуватися на світовому ринку роздрібною торгівлі та FMCG під впливом пандемії COVID-19, виділивши такі основні тренди [5]:

1. Споживачі продовжать ретельно стежити за здоров'ям і гігієною, віддаючи перевагу товарам з додатковими властивостями, наприклад,

антибактеріальними. Роздрібні торговці, які швидко відреагують на цей тренд адаптацією асортименту, можуть очікувати на підтримання обсягу товарообороту.

2. Після закінчення періоду самоізоляції ринок інтернет-торгівлі FMCG закріпиться на новому рівні, і роздрібним торговцям вже зараз важливо використати цю перевагу, перейшовши до багатоканального продажу товарів.

3. Кризові явища у світовій економіці можуть тривати до півтора року. Весь цей час споживачі мають намір жити в умовах обмеження споживання і економії коштів, що впливатиме і на процес вибору товарів і здійснення покупки. Тому оптимальний рівень цін на товари і послуги має стати пріоритетом у роздрібних торговців.

4. Дилема «ціна - якість», в якій «ціна» довгий час перебувала на першому, визначальному місці для покупця, може перетворитися на «якість - ціна», що також необхідно взяти до уваги керівництву торговельних мереж та онлайн-торговців.

Пандемія коронавірусу стала глобальним викликом для всього людства. Слідом за швидким поширенням епідемії в різних країнах і введенням жорстких карантинних обмежень світ входить в нову глобальну кризу. Прогнозувати тривалість цього періоду досить важко. Занадто багато залежить від динаміки поширення коронавірусу, термінів закінчення карантину, глибини глобальної кризи і темпів відновлення економіки.

Література:

1. Prepare before time runs out for the 2020 global economic crisis. URL: <https://www.jordantimes.com/opinion/talal-abu-ghazaleh/prepare-time-runs-out-2020-global-economic-crisis>.

2. Why the Global Recession Could Last a Long Time. URL: <https://www.nytimes.com/2020/04/01/business/economy/coronavirus-recession.html>.

3. Coronavirus shock vs. global financial crisis. URL: <https://m.dw.com/en/coronavirus-shock-vs-global-financial-crisis-the-worse-economic-disaster/a-52802211>.

4. Майбутнє ритейлу: 3 тенденції, важливі для п'ятирічної стратегії. URL: <https://blog.uamaster.com/majbutnye-ritejlu-3-tendentsiyi-vazhlivi-dlya-p-yatirichnoyi-strategiyi/>.

5. Nielsen: Топ-5 мировых трендов потребления после COVID-19. URL: <http://allretail.ua/topics/65433/>.

РОЗВИТОК ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ

*Калугіна Н. А., к. е. н., доцент,
Одеська національна академія зв'язку ім. О. С. Попова*

Економіка ХХІ сторіччя суттєво змінює вектори свого розвитку та характеризується зміною технологічного та інформаційного базису свого

функціонування. На перший план в розвитку соціально-економічних, виробничих, суспільно-політичних та інших відносин виходить світова та національні інфокомунікаційні інфраструктури, цифрові технології, сервіси тощо. Вони суттєво впливають на подальший розвиток економіки на мікро-, мезо- та макрорівні, вимагаючи нові інструменти та засоби ведення бізнесу, освіти, медицини, взаємодії з державними органами влади.

Одним з вагомих напрямів розвитку сучасних інфокомунікаційних сервісів, який активно розвивається, є електронна комерція. Цей вид діяльності вже досить суттєво впливає на загальні обсяги комерційних операцій, тому привертає увагу не лише підприємців в їх практичній діяльності, а й науковців – з позиції вивчення принципів та закономірностей ведення бізнесу на електронних платформах, формування науково-методичного забезпечення цих процесів. Одночасно формується законодавча база електронної комерції, методи здійснення взаєморозрахунків тощо.

Багато науковців присвятили свої дослідження вивченню питання розвитку електронної комерції. Так, у [1] визначено місце та роль електронної комерції в процесі розвитку сучасних економічних відносин. У [2, 3] розглядаються світові та національні тренди, переваги та недоліки розвитку електронної комерції. Втім, зважаючи на відносну новизну даного виду комерційної діяльності, нерозвиненими залишаються низка питань щодо наукового обґрунтування методів вибору шліхів та напрямків розвитку електронної комерції як на рівні певного суб'єкту підприємницької діяльності, так і на рівні регіону та країни. Проблема ускладнюється нерівністю доступу до базових інфокомунікаційних сервісів, які забезпечують функціонування електронної комерції (проблема цифрової нерівності). Підприємці вимушені адаптуватися до існуючих умов та доступних для них цифрових та інфокомунікаційних сервісів.

Аналіз сучасного стану розвитку електронної комерції та ринку інфокомунікаційних послуг країни показує, що, попри активний розвиток ринку телекомунікаційних послуг в частині збільшення абонентів мережі Інтернет та користувачів мовного зв'язку, кількість стаціонарних телефонів на 100 осіб населення в містах становить 18,48 одиниць, а в селі – 0,051 одиниці (станом на початок 2020 р.) [4]. Частка постійних користувачів Інтернет із доступом до більшості мережевих послуг у містах становить 71,6%, а у селах – 40,6%. Частка користувачів цифрових сервісів на мобільних платформах становить не більш 45%. Більшість користувачів Інтернет використовують його з розважальною метою: для перегляду відео та новин – біля 65%, для доступу до відео- чи комп'ютерних ігор – в середньому 35%, для спілкування у соціальних мережах – майже 50%. Лише 21,0% мешканців міст та 8,9% мешканців сіл використовують Інтернет для отримання фінансових послуг. Тобто, наразі можна констатувати як наявність нерівного доступу у містах та селах до сучасних інфокомунікаційних технологій та електронних сервісів, так і зосередженість населення на побутово-розважальному контенті.

Аналізуючи бізнес-середовище в частині його орієнтації на застосування

сучасних технологій, можна засвідчити дуже низьку залученість підприємців до мережових торговельних платформ. Так, частка підприємств, що здійснювали закупівлі товарів або послуг через мережу Інтернет становить майже 20% та більш за все спостерігається в сфері обслуговування засобів зв'язку, а найменше – на ринку нерухомості. Отримують замовлення та реалізують продукцію через Інтернет в середньому 5% та 4,5% підприємств відповідно. Тут найактивнішими користувачами мережових сервісів є підприємства готельно-ресторанного бізнесу завдяки активному розвитку таких платформ, як Booking.com, Hotels24.UA та інші. При цьому лише 1,1% підприємств постійно здійснюють капітальні інвестиції у придбання засобів ІКТ та програмного забезпечення.

Поточна ситуація, що склалася в світі та в Україні із пандемією COVID-19 призвела до суттєвого збільшення попиту на послуги електронної комерції. Значна кількість підприємств була до цього не готова внаслідок низки причин: слабка потужність серверів, налаштованість на невеликі обсяги замовлень через Інтернет, відсутність достатнього штату працівників (зокрема, з доставки) тощо. Проблемою є також суттєві кіберризики та недовіра до електронної комерції деяких прошарків населення.

Сучасна економіка активно інтегрується із інформаційно-комунікаційними технологіями, створюючи нові форми та методи ведення бізнесу. Електронна комерція як приклад такої інтеграції досить швидко поширює обсяги товарообігу та сфери розповсюдження. Нестача наукового обґрунтування процесів розвитку електронної комерції вимагає формування відповідного науково-методичного забезпечення та формування моделі розвитку електронної комерції в сучасних умовах.

Література:

1. Чайковська В. П. Електронна комерція в Україні: сучасний стан та тенденції розвитку. Інтелект XXI. 2016. № 3. С. 38-48.
2. Дrajниця С. А., Забурмеха Є. М. Електронна комерція: світові тренди та прогноз розвитку в Україні. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2018. № 5(2). С. 69-73.
3. Дячук О. А. Електронна комерція як соціальний феномен. Вісник Львівського університету. Серія соціологічна. 2017. Вип. 11. С. 3-13.
4. Офіційний сайт Державного комітету статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

ПЕРСПЕКТИВНІ НАПРЯМКИ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ

*Князева О.А., д.е.н., проф.,
Одеська національна академія зв'язку ім. О.С. Попова*

Пандемія COVID-19, яка спричинила суттєву соціально-економічну кризу

на мікро-, мезо- та макрорівнях, одночасно визначила як слабкі місця, так і пріоритетні напрямки розвитку підприємницької діяльності. Попередні висновки щодо наслідків пандемії дозволяють стверджувати, що найбільш стійкими до таких викликів сучасності, як карантинні обмеження, є види діяльності, які в змозі ефективно працювати на цифрових платформах. Це, серед іншого, є пріоритетним завданням Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018-2020 роки [1], яка має за мету перехід країни на цифрові соціально-економічні платформи.

Аналізуючи наслідки весняної кризи, яка сформувалася під впливом карантинних обмежень як підприємницької діяльності, так і вільного пересування громадян, можна зробити деякі висновки, зокрема:

- в країні досить повільно запроваджуються цифрові (дистанційні) робочі місця, майже відсутнє відповідне нормативно-правове забезпечення, існує велика кількість видів діяльності, які взагалі не мають змоги працювати дистанційно (промисловість, сільське господарство тощо);

- повільно відбувається цифровізація реального сектору економіки на базі впровадження концепції «Індустрія 4.0» (так, частка реалізованої продукції підприємств через веб-сайти або прикладні програми становить лише 4,5% [2]);

- існують суттєві складнощі із забезпеченням громадського порядку в умовах пандемії, обов'язкове носіння захисної маски у громадських місцях ускладнює ідентифікацію особистості, правоохоронні органи не в повному обсязі готові до суттєвого збільшення злочинності у кіберпросторі;

- відсутні загальнодоступні для усіх прошарків населення дистанційні освітні послуги на цифрових платформах (особливо в сільській місцевості), а також прийнятні методи проведення занять у спортивних, естетичних та інших закладах, дистанційні методи оцінювання (що призвело до відміни державної підсумкової атестації учнів дев'ятих класів);

- майже не розвинені цифрові медичні платформи та послуги, система телемедицини, *on-line* діагностики тощо;

- відсутні платні цифрові туристичні сервіси, внаслідок чого туристична сфера потерпає від значних збитків;

- недостатньо розвинена система надання фінансових послуг, в першу чергу, з точки зору навичок населення щодо їх отримання *on-line*.

Одночасно можна визначити напрямки підприємницької діяльності, які перспективно розвивати як в умовах тимчасових карантинних обмежень, так і загалом в умовах переходу до цифрової економіки та суспільства. До таких віднесемо:

1. *On-line* торгівля та кур'єрська діяльність. Ця сфера за умов карантину суттєво наростила обсяги через збільшення попиту як на промислові товари, так на продукти харчування та доставку їжі до дому. Більшість споживачів оцінили зручність такого сервісу і не відмовилися від нього в умовах послаблення обмежень.

2. Освітні сервіси, які здатні забезпечувати доступ до освітніх послуг не лише за умов карантину. Вони сприятиме освіті осіб, які мають фізичні вади,

формують умови для розвитку академічній мобільності, запроваджують умови для розвитку інклюзивної та дуальної освіти тощо.

3. Внутрішній туризм, який за умов запровадженням безвізового режиму із ЄС скоротився на користь зовнішнього, але майже зупинився у пандемію. Одним з напрямів розвинення внутрішнього туризму є розвиток залізничного туризму, який може бути частиною програми реформування ПАТ «Укрзалізниця». Доцільно формувати спеціалізовані туристично-екскурсійні потяги для одно-двох чи багатоденних подорожей країною.

4. Розвиток тих фінансових сервісів, які досі не суттєво залучені до цифрового простору. До таких можна віднести пенсійні та страхові послуги, консультативні, інформаційні та трастові послуги, послуги факторингу, форфейтингу та фінансового інжинірингу, а також операції з дорогоцінними металами та валютою.

5. Формування цифрових логістичних сервісів, зокрема, міжнародних, на засадах мультимодальності, що сприятиме оптимізації транскордонних ланцюгів постачання товарів.

6. Розробка прикладних навчальних програм-симуляторів для низки цілей – від суто навчальних (для потреб професійно-технічних, естетичних та спортивних навчальних закладів) до розважальних (самостійне опанування нових навиків, наприклад, гри на музичних інструментах). В умовах карантинних обмежень такі програми мають користуватися суттєвим попитом.

7. Виробництво товарів для активного відпочинку та екотуризму, а також зручного та простого у використанні обладнання для дистанційно праці (обладнання для стрімінгу, гарнітури та тримачі для телефонів тощо).

8. Активізація розвитку фінансових інвестиційних платформ на кшталт краундфайдингу, де підприємці можуть дистанційно знаходити інверсорів для розвитку власного бізнесу на реальних та цифрових площадках.

Відтак, підприємницька діяльність, навіть за умов карантинних обмежень, в змозі нарощувати фінансові результати через перехід до використання сучасних цифрових платформ та опанування нових сегментів бізнесу. Одночасно це стане джерелом нових робочих місць для вивільнених працівників із інших секторів економіки.

Література:

1. Концепція розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018-2020 роки. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/67-2018-%D1%80>

2. Офіційний сайт Державного комітету статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

ПОТЕНЦІАЛ РОЗВИТКУ КРЕАТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ В УКРАЇНІ

*Колмакова О.М., к.е.н., доцент,
Гуца Я.С., студентка*

Харківський національний університет будівництва та архітектури

Креативна економіка – взаємозв’язок осіб і деяких підприємств, які створюють креативні, інноваційні товари та послуги; це простір, де автори легко презентують свої роботи, отримують відгуки, обмінюються досвідом та знаннями; це нова концепція, що стосується взаємодії між культурою, творчістю, економікою і технологіями в сучасному світі. Творчі галузі, будучи найбільш динамічним сектором, відкривають нові можливості для країн, що розвиваються. Відмінною ознакою креативної економіки слугує застосування людьми творчої уяви з метою збільшення цінності ідеї, бо нові ідеї слугують джерелом успіху.

Креативна економіка – сектор світової економіки, який швидко розвивається. Він є важливою частиною для забезпечення безперервного розвитку суспільства, для підтримки соціального та економічного добробуту, для інтенсивного генерування доходу, на основі створення робочих місць та розвитку експорту.

Видавнича справа, кіно, телебачення, виробництво музики, радіомовлення, архітектура, реклама, образотворче та виконавське мистецтво та ін. - все це частини креативної економіки. Ці галузі тепер розглядають не тільки як важливу частину нової економіки знань, але й як ті, що здатні оживити депресивні райони і створити культурну спадщину. У той час як багато інших секторів страждають, творчі особистості змішують культуру і технології для створення робочих місць і створення організацій, заснованих на створенні соціальної цінності і залученості.

На сьогодні в Україні креативний сектор має невеликий вплив на ринок, але Україна має значний потенціал для цього. Країна має талановитих людей та творчі здібності, культурний фон, зростання попиту на творчий контент та технологічний прогрес. Ці переваги можуть допомогти Україні отримати творчу, культурну, економічну та соціальну вигоду.

Існує гостра необхідність критичного розуміння творчої праці та вивчення її статусу в українському суспільстві. Розвиток своєрідних креативних екосистем дозволить територіям генерувати свіжі ідеї та успішно їх реалізовувати. Тому державна політика повинна заохочувати інновації, підтримку експериментів творчості та сприяти розвитку в більш широкому масштабі. Для активного розвитку потрібні сучасні моделі формування та функціонування креативної економіки в Україні:

- активне просування нових моделей співпраці у ЗМІ, особливо в Інтернеті та соціальних мережах;
- вивчення та поширення зарубіжного досвіду відкриття коворкінгових просторів, арт-хабів, тощо;
- підтримка влади у відкритті закладів творчого типу, допомога у пошуку вільних територій та приміщень для їх реалізації;
- розробка регіональних програм та планів розвитку креативних індустрій;
- створення бізнес-інкубаторів для реалізації креативних стартапів;

- зміцнення організаційного потенціалу, зокрема, шляхом спеціальної освіти та навчання;
- підтримка молодих талантів, малого і середнього бізнесу;
- реалізація ефективної культурної політики

Така підтримка зможе забезпечити стабільність та стійкість для креативних індустрій та креативної економіки в цілому, що в підсумку призведе до посилення інвестиційної привабливості, зростання кваліфікації працівників, мотивація до творчості та інновації, підвищення конкурентоспроможності.

Отже, креативна економіка - це нова концепція, взаємодія між культурою, творчістю, економікою та технологіями в сучасному світі. Творчі галуззі, які є найбільш динамічним сектором, відкривають нові можливості для росту та розвитку економіки України.

Література:

1. Вахович І. М, Чуль О. М. Розвиток креативних індустрій: регіональний вимір: монографія. Луцьк : Вежа-Друк, 2014. 288 с.
2. Киризюк С. В. Міжнародні та вітчизняні тенденції розвитку креативної економіки. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2014. № 6. Частина 1. С. 68–72.
3. Сотнікова Ю. В. Креативна економіка в Україні: реальність чи перспектива?. *Інфраструктура ринку*. 2017. № 3. С. 123–127.

ОЦІНКА РИЗИКІВ ІНВЕСТУВАННЯ В НЕРУХОМІСТЬ

*Колмакова О.М., к.е.н., доцент
Демакова Д. Ю., студентка групи ЕП-31
Харківський національний університет будівництва та архітектури*

В даний час інвестиційна діяльність піддається значним ризикам, що призводить до зниження інвестиційної активності, зокрема, на ринку нерухомості. Забезпечення ефективності та стійкості інвестицій – проблема будь-якої інвестиційної діяльності. Вирішення цієї проблеми неможливе без розрахунку і моніторингу ефективності інвестиційного проекту і пов'язано зі своєчасним прийняттям управлінських рішень.

Ризик – характеристика ситуації, що має невизначеність результату, при обов'язковій наявності несприятливих умов.

Необхідно відзначити, що ситуація невизначеності значно відрізняється від ситуації ризику. При цьому в разі невизначеності ймовірність настання результатів рішень або подій неможливо встановити. Виходячи з цього, ситуація ризику - це різновид невизначеності, при якій настання подій ймовірно і може бути визначено.

Ризик, пов'язаний з інвестиціями в нерухомість, – специфічний ризик, обумовлений унікальними особливостями нерухомості: низька ліквідність,

великі витрати грошей і часу на укладання угод, необхідність якісного управління.

У науковій літературі існує цілий ряд класифікацій ризиків, пов'язаних з інвестиціями в нерухомість. Так в залежності від того, наскільки різноманітне коло активів різних видів наражається на небезпеку їх впливу, ризики прийнято поділяти на системні й несистемні.

Системні ризики обумовлені невизначеностями в економічній ситуації на ринку в цілому, тобто вони впливають на будь-які активи, що існують на ринку, в силу чого управляти системними ризиками для інвестора досить проблематично. Андрєєв М.В., кажучи про системні ризики на ринку нерухомості, виділяє процентний ризик. Даний вид ризику характерний для орендарів, які активно використовують фінансовий леверидж і розміщують значну частину своїх активів в боргові зобов'язання. Крім цього, до системних ризиків можна віднести: інфляційний, валютний і ряд інших [1].

Специфічні або несистемні ризики, на відміну від системних, впливають тільки на окремі активи або невеликі їх сукупності і пов'язані з особливостями цих активів. Для різних активів виділяють різні типи специфічних ризиків.

Ризик втрати ліквідності обумовлений коливаннями попиту на ті чи інші активи на ринку. Він може бути характерний для компаній, що управляють, які зазнають труднощів із залученням орендарів. Ризик невиконання зобов'язань пов'язаний з можливістю неотримання інвестором доходів від активу через дефолту відповідного бізнесу, що лежить в основі активу. Він, в першу чергу, має відношення до управляючих компаній, які співпрацюють з орендарями, чий бізнес є нестабільним (наприклад, венчурними компаніями).

Залежно від джерела ризику інвестицій в нерухомість виділяють:

- ризик типу нерухомості;
- ризик розташування;
- орендний ризик;
- ризик зносу об'єктів;
- ризик законодавчого регулювання та зміни оподаткування;
- ризики інфляції;
- ризик реінвестування та ін.

Позитивні моменти, пов'язаний з інвестиціями в сферу нерухомості мають місце бути. У разі якщо зростання прибутковості облігацій відбувається в результаті зростання інфляції, то він буде відображатися на очікуваннях інвесторів щодо зростання орендної плати. У зв'язку з цим, прибутковість інвестицій в нерухомість буде мати тенденцію залишатися більш стабільною, ніж прибутковість довгострокових облігацій.

В кінцевому рахунку, ризики або збільшують, або зменшують заплановану виручку. В процесі ризик-менеджменту деякі з них можна знизити. Для цього необхідно виявити можливі ризики, визначити можливі шляхи їх зниження і пов'язані з цим витрати, розробити і провести моніторинг виконання заходів щодо їх зниження.

В кінцевому підсумку, можна зробити висновок, що аналіз ризиків,

будучи процедурою виявлення ризик-факторів, а також оцінка їх значимості, є, по суті, аналізом ймовірності того, що відбудуться певні несприятливі події і негативно вплинуть на досягнення цілей проекту. Аналіз ризиків включає оцінку ризиків і методи зниження ризиків або зменшення пов'язаних із цим несприятливих наслідків [2].

Література:

1. Андреев М. В. Оцінка ризиків і їх впливу на безперервність бізнесу на ринку нерухомості: автореф. дис. кан. екон. наук: 08.00.10. М., 2007. 34 с.
2. Петров В. Н. Економіка нерухомості. Економіка нерухомості: навч. посібник. СПб : Наука, 2003. 57 с.

ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА УКРАЇНИ ТА МАРКЕТИНГ ТЕРИТОРІЇ

Колмакова О.М., к.е.н., доцент

Бондарець М.М., студентка

Харківський національний університет будівництво та архітектури

В Україні розроблена та законодавчо закріплена Методика розрахунку рівня економічної безпеки України. Згідно цього документу складовими економічної безпеки є [1]: виробнича, демографічна, енергетична, зовнішньоекономічна, інвестиційно-інноваційна, макроекономічна, продовольча, соціальна, фінансова безпеки.

Фінансова безпека - це 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. Фінансова безпека, у свою чергу, має такі складові: банківська безпека; безпека небанківського фінансового сектору; боргова безпека; бюджетна безпека; валютна безпека; грошово-кредитна безпека.

За результатами експертних досліджень визначено найпроблемніші фактори для ведення бізнесу у регіоні, а саме: нестабільність державної політики, корупція, податкова політика, неефективність дозвільної системи, доступ до фінансування, неефективність місцевої та державної влади та інші [2].

Маркетинг територій має на меті обґрунтування системи методів, як зробити регіон найпривабливішим для життєдіяльності і виробництва і пропонує напрями й інструменти реалізації цієї привабливості. Таким чином він є ефективним методом підтримки регіонального розвитку, залучення інвестицій та інновацій, за допомогою яких можна перетворити регіон у "полос зростання" і забезпечити його конкурентоспроможний розвиток [3].

Маркетинг територій впливає на зміцнення конкурентоспроможності зазначеної території, а це в свою чергу підвищує економічну безпеку країни. Але на жаль маркетинг не зможе підвищити імідж території, якщо реальна економічна безпека знаходиться на низькому рівні (рис.1).



Рис. 1. Вплив маркетингу територій на економічну безпеку і зворотній зв'язок

Тому доцільно, на думку авторів починати саме з економічної безпеки, а маркетинг територій дозволить запуснути коло подій, які будуть сприяти підвищенню конкурентоспроможності, що в свою чергу зміцнить економічну безпеку. Таким чином буде створена замкнута система розвитку регіону.

Підводячи підсумки, можна сказати, що вдалий маркетинг територій безпосередньо сприяє підвищенню конкурентоспроможності України, що в свою чергу є основою забезпечення економічної безпеки і є запорукою її сталого розвитку.

Література:

1. Методика розрахунку рівня економічної безпеки України. Наказ міністерства економіки України № 1277 від 29 жовтня 2013 р. : сайт URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v1277731-13#Text>.

2. Бойко Т., Гончаренко І., Дмитрюк Н. та ін. Звіт про конкурентоспроможність регіонів України 2012: Назустріч економічному зростанню та процвітанню. Фонд «Ефективне управління». К. : Копірайт, 2012. 208 с. : сайт URL: http://www.feg.org.ua/docs/FEG_report_2012_body_ua_20.11.2012.pdf.

3. Дудкіна О. Маркетинг територій як інструмент забезпечення конкурентоспроможного розвитку. *Регіональні аспекти розвитку продуктивних сил України*. 2016. Вип. 21. С. 9–13. : сайт URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/rarpsu_2016_21_4.

РОЗВИТОК КРЕАТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ В УКРАЇНІ ТА СВІТІ

*Колмакова О.М., к.е.н., доцент,
Шалімов К.І., студент,
Харківський національний університет будівництва та архітектури*

Успішно креативна економіка розвивається в багатьох європейських державах.

Гарним прикладом розвитку всіх п'яти компонентів інфраструктури креативної галузі є Великобританія. Великобританія була першим місцем для вивчення потенціалу креативної індустрії, так званого картографування, та формування урядової програми розвитку, яка передбачала створення агенцій підтримки, надання об'єктів за зниженими ставками, гранти та доступні позики, розповсюдження концепції бізнес-ангелів для творчого підприємництва (приватні інвестори, які вкладають власні гроші у незвичайні та перспективні проекти, коли компанія створена в обмін на частку свого капіталу).

Французька економіка диверсифікована у всіх секторах. Уряд частково або повністю приватизував багато великих компаній, включаючи Air France, France Telecom, Renault і Thales. Однак уряд підтримує сильну присутність у деяких галузях, зокрема, енергетиці, громадському транспорті та оборонній промисловості. Франція є найбільш відвідуваною країною в світі з понад 90 мільйонами іноземних туристів у 2019 році. Довгострокова стратегія Франції привела до створення центрів передового досвіду, здатних конкурувати на міжнародному рівні. Експорт зосереджений в секторах з високою доданою вартістю. Динамічність сектора транспортних засобів (зі зростанням експорту на 10,5%), обумовлена авіаційною та автомобільною промисловістю, становить більше половини росту французького експортного ринку в 2018 році [1, 2]. Créative Industry є справжнім поворотним моментом для Франції, підтримуючи свої чудові навички і активи і рішуче вступаючи в цифрову епоху, щоб знову з'явитися як глобальний промисловий центр: креативні мислителі, висококваліфікована робоча сила, здатні менеджери і амбітні підприємці.

Франція недавно представила свою кампанію «Креативна економіка» - ініціативу, спрямовану на просування промислового ноу-хау і винахідливості країни. Він є частиною лейблу «Créative France», який підкреслює динамізм інноваційної та економічної активності країни у багатьох секторах [1, 2].

Créative Industry є частиною кампанії «Créative France», яка підкреслює дуже динамічну економіку країни та інновації в широкому спектрі галузей, таких як промисловість, технології, культура, гастрономія, наука і охорону здоров'я. Прогрес Франції у всіх цих областях демонструє не тільки загальні амбіції, а й здатність задіяти творчий потенціал і підприємницький дух населення.

Українська економіка переживає не найкращі часи, досить важко конкурувати на міжнародному ринку товарів та послуг, а також на ринку праці. Європейський досвід показує, що креативна індустрія здатна не тільки підвищити рівень економіки держави, а й повернути вже втрачені трудові ресурси. В Україні розвиток людського капіталу має слабкий (помірний) вплив на розвиток креативної індустрії. Більш впливовим є фінансова складова. І як показує міжнародний досвід головною ланкою інфраструктурної складової є кластери. Проаналізувавши розвиток креативної індустрії в країнах Євросоюзу, можна сказати, що вона є одним з рушійних сил економіки взагалі.

Крім того, дедалі найчастіше використовують кластери креативної індустрії в депресивних регіонах для покращення економічної ситуації (Каталонія в Іспанії, Франція). Це ефективний інструмент виходу з кризи. Крім того покращення відбувається не тільки в економічній сфері але і в соціальній. В подальшому доцільним буде розробити методичний апарат оцінки розвитку креативної індустрії та сприяння на соціально-економічний розвиток регіону.

Література:

1. Creative Industries France : сайт URL: <https://europaregina.eu/creative-industries/europe/france/>
2. Créative Industry promotes France’s industrial excellence 26.04.2016 : сайт URL: <https://www.gouvernement.fr/en/creative-industry-promotes-france-s-industrial-excellence>

ОСНОВНІ НАПРЯМИ ТРАНСФОРМАЦІЙНИХ ЗМІН БУДІНДУСТРІЇ: ФОРМУВАННЯ ВАРТОСТІ БУДІВЕЛЬНОЇ ПРОДУКЦІЇ

*Колмакова О.М., к.е.н., доцент,
Доменюк Д.Д., студентка ПТ-31*

Харківський національний університет будівництва та архітектури

Перш, ніж виділити основні напрямки трансформації будіндустрії, необхідно дослідити проблематику цієї сфери. Проведення оцінки проблем будівництва та вивчення факторів, що їх зумовлюють, на рівні держави, регіону та підприємства дозволило виділити загальний аспект – вартість будівництва (рис.1).



Рис. 1. Фактори формування вартості будівництва в Україні

Виділені фактори дозволяють зосередити увагу на основних проблемах, що існують в галузі будіндустрії. Саме ці сфери потребують уваги. Для стимулювання будівництва в Україні необхідно забезпечити регулювання ціноутворення на продукцію підприємства будіндустрії. Для ринкового механізму характерні риси самонастроювання під впливом попиту і пропозиції. Але на українському ринку низька покупна спроможність, фіскальне навантаження, складна кредитно-грошова система заважає збалансуванню природного механізму.

Потрібно враховувати і глобальну тенденцію переходу до багатопольсного (поліцентричного) світового співтовариства, де основою взаємодії держав та їх економік має стати регіональна інтеграція. У зв'язку з цим чітка і пріоритетна орієнтація України на інтеграцію в Європейський Союз, набуття статусу спочатку асоційованого, а згодом повноправного членства в ньому має розглядатися як основа стратегії економічного та соціального розвитку нашої держави на наступні десять років і більш віддалену перспективу.

Саме тому основними напрямками трансформації будівельної галузі можна виділити:

- удосконалення системи страхування ризиків будівництва, що зміцнить систему фінансування;
- удосконалення грошової політики та іпотечного кредитування;
- трансформування бюджетного субсидування, антимонопольного законодавства;
- удосконалення норм та стандартів формування вартості будівельної продукції;
- створення науково-дослідних та виробничих кластерів будіндустрії, що дозволить впроваджувати інновації в виробничий процес швидше.

Реалізація зазначених напрямків здійснюється через організаційно-економічний механізм, який, поєднуючи ринкове саморегулювання, заходи фіскальної, митної, грошово-кредитної та антимонопольної політики має забезпечити оптимальну вартість будівництва.

РОЗВИТОК ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У СФЕРІ КУЛЬТУРИ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗАЛУЧЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙ У СФЕРУ

*Копил О.В.
аспірант,*

Дніпровський державний технічний університет

Сфера культури має величезні можливості для експериментів, прогнозування тенденцій та вивчення моделей соціальних та економічних інновацій, що обумовлює здатність розвитку підприємницької діяльності у сфері.

В умовах ринкової економіки надзвичайно важливим для закладів у сфері

культури є можливість здійснення підприємницької діяльності, пропонуючи споживачеві культурні товари та послуги, які здатні задовільнити його попит. Саме тому міста та регіони є перспективними майданчиками для розвитку культури завдяки більшій місцевій автономії та їх близькості до потреб населення, котре проживає в даному місці або регіоні. Як наслідок більший потенціал для розвитку та створення продукту або послуги, яка буде користуватися попитом.

Здійснення підприємницької діяльності закладами культури має певні особливості, які можна пояснити сектором в якому здійснює свою діяльність заклад культури та тим фактом чи є організація прибутковою чи неприбутковою. Заклади, які здійснюють свою діяльність у сфері культури є здебільшого не комерційними установами. Основними джерелами їх фінансування виступають кошти державного та/або місцевих бюджетів, благодійні внески, кошти від меценатської діяльності.

Проте зважаючи на факт фінансування сфери за «залишковим принципом», обмеженість бюджетного ресурсу, а також недосконалість законодавчої бази щодо ведення меценатської діяльності в Україні, яка унеможлиблює отримання певних податкових пільг для меценатів, хоча дана практика є досить поширеною в світі. Заклади культури є зацікавленими в здійсненні комерційної діяльності, а відповідно і збільшенні джерел фінансування.

Враховуючи той, факт, що відповідно до Закону України «Про інвестиційну діяльність» інвестиціями визначаються всі види майнових та інтелектуальних цінностей, що вкладаються в об'єкти підприємницької та інших видів діяльності, в результаті якої створюється прибуток (доход) та/або досягається соціальний та екологічний ефект [1], інвестор заінтересований в тому аби заклад створював культурний продукт або послугу, яка б користувалася попитом серед споживачів. Тобто здійснення підприємницької діяльності закладами культури надає їм можливість залучати інвестиції від потенційних інвесторів.

Таким чином в здійсненні інвестиційної діяльності можуть бути заінтересовані як юридичні, так і фізичні особи не залежно від фінансових можливостей, маючи на меті збільшити свій капітал. В свою чергу розвиток підприємницької діяльності у сфері культури може слугувати і майданчиком для залучення інвестицій в країну.

Культура є могутнім рушієм для підвищення економічної активності. Міста, які інвестують у культуру, можуть отримати значні нагороди, створюючи більше робочих місць та розвиваючи людський капітал. Так за офіційними даними культурні і креативні індустрії:

- складають 4,5% світового внутрішнього валового продукту з прогнозованим приростом у 10% щороку.

- надають робочі місця 8,3 мільйонам громадян Європейського Союзу і забезпечують сукупний прибуток у 558 мільярдів євро [2].

Проте слід розуміти, що на даному етапі розвитку України, ефективно

стимулювання підприємницької діяльності у сфері культури можливе лише за рахунок підтримки з боку держави та повинно здійснюватися за рахунок запровадження податкових пільг, цільових трансфертів на розвиток та пільгових кредитів.

Основними напрямками роботи для покращення умов ведення підприємницької діяльності у сфері культури, а відповідно і збільшення інвестицій та розширення джерел фінансування сфери, можуть стати:

- звільнення сплати податку з прибутку, отриманого від підприємницької діяльності, якщо вона повністю йде на зміцнення матеріально-технічної бази закладу;

- застосування зниженої ставки податку на прибуток;

- розширення можливостей для пільгового кредитування.

Таким чином створення умов для здійснення підприємницької діяльності у сфері культури повинно мати підтримку з боку держави, що призведе до:

- підвищення інтересу у керівників закладів культури до подальшого розвитку установи;

- збільшення суб'єктів господарювання, які здійснюють свою діяльність у сфері культури;

- підвищення інтересу інвесторів до вкладання капіталу у сферу культури.

Література:

1. Про інвестиційну діяльність: Закон України від 18.09.1991 р. № 1560-XII. Дата оновлення: 20.10.2019. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1560-12#Text> (дата звернення: 05.10.20).

2. Культура має значення. URL: <https://www.culturepartnership.eu/ua/page/culture-matters> (дата звернення: 05.10.20).

3. Про культуру: Закон України від 14.12.2010 р. № 2778-VI. Дата оновлення: 16.07.2020. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2778-17#Text> (дата звернення: 05.10.20).

ОБҐРУНТУВАННЯ ДОЦІЛЬНОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ КОНЦЕПЦІЇ МАРКЕТИНГУ ВІДНОСИН У КАНАЛАХ РОЗПОДІЛУ

Кушнір Т.М., к.е.н., доцент

Львівський національний університет імені Івана Франка

В сучасних умовах розвитку маркетингового управління спостерігається перехід до концепції маркетингу відносин (маркетингу взаємодії, маркетингу взаємовідносин, маркетингу партнерських відносин, маркетингу довіри тощо). В загальному розумінні маркетинг відносин орієнтований на встановлення довготривалих взаємовідносин з іншими учасниками маркетингового процесу на взаємовигідних умовах.

Сьогодні маркетинг відносин є одним з найперспективніших шляхів

завоювання прихильності та лояльності покупця до тієї чи іншої торгової марки.

Перспективність маркетингу відносин посилюється тим, що в умовах посилення конкуренції, продукти стають щораз більш стандартизованими, а послуги уніфікованими, що призводить до повторень маркетингових рішень. Тому, актуальним способом утримання споживача є індивідуалізація відносин з ним, що можливо лише на основі розвитку довготривалої взаємодії партнерів. В цьому аспекті відносини стають важливим ресурсом, яким володіє компанія поряд з фінансовими, матеріальними та людськими ресурсами.

Головним завданням маркетингу відносин вважається утримання існуючих споживачів на противагу залученню нових.

Маркетинг відносин актуально розглядати трохи ширше, виходячи за межі взаємодії «виробник-споживач», до прикладу до формату взаємодії «виробник-постачальник», «виробник-посередник», «виробник-інститут маркетингової інфраструктури» тощо. В умовах відносин ділових суб'єктів в межах концепції маркетингу відносин ключовий функціонал маркетингу полягає у забезпеченні координації спільної діяльності підприємств-партнерів. Як стверджують Т.В. Шталь, Н.Л. Савицька та Ю.Б. Доброскок поява і розвиток концепції маркетингу відносин – це відповідна реакція на проблему взаємодії учасників руху товарів [1, с. 43]. Також вони стверджують, що «маловивченим залишається такий аспект маркетингу партнерських відносин, як побудова довгострокових, довірчих відносин між підприємствами в каналах збуту й роль маркетингу в цих відносинах» [1, с. 44].

Концепція маркетингу відносин характеризується необхідністю використання інтегрованих зусиль усіх функціональних підрозділів компанії, не лише збутових її підрозділів. Це дозволяє маркетингу сформуватись в ефективну філософію ведення бізнесу із отриманням ефекту синергії.

Сьогодні формування каналів розподілу характеризується тим, що максимальну ефективність забезпечують інтегровані маркетингові системи розподілу, в яких забезпечується належна координація дій усіх учасників. Належний рівень координації на договірній чи корпоративній основі забезпечується тоді, коли учасники системи розподілу взаємодіють на довготривалій основі. Коли виробник тривалий час працює з перевіреними дистриб'юторами, дилерами чи іншими гуртовими посередниками, коли гуртовик тривалий час співпрацює з одними й тими ж роздрібними мережами чи посередниками роздрібної торгівлі іншого типу (спеціалізованими магазинами, магазинами товарів повсякденного вжитку, закладами громадського харчування тощо) це забезпечує можливість злагодженої роботи усіх учасників системи розподілу задля досягнення максимального позитивного ефекту.

Традиційні системи розподілу, в яких кожен з учасників переслідує власні цілі, нехтуючи інтересами інших суб'єктів розподільчого процесу, неефективні з огляду на відсутність належної мотивації до продуктивної взаємодії. Такі системи провокують постійне «перетягування ковдри» у випадку отримання вигоди від функціонування каналу розподілу та уникнення відповідальності

перед іншими учасниками у випадку невиконання своїх функціональних обов'язків. Водночас інтегровані маркетингові системи розподілу завдяки можливостям побудови довготривалої взаємодії через посилення взаємозалежності учасників каналу розподілу, прийнятні до можливостей застосування концепції маркетингу відносин, яка забезпечує максимальний корисний ефект.

Загалом, маркетинг відносин у збутовій політиці забезпечує наступні переваги для компанії:

1) досягається зниження витрат, особливо пов'язаних із залученням нових клієнтів;

2) компанія досягає росту кількості та обсягів продажу, оскільки постійні покупці збільшують свої видатки на її продукцію, завдяки інтенсифікації покупок;

3) маркетинг відносин забезпечує наявність ключової групи партнерів, яка надає компанії ринок для тестування і виведення нових продуктів чи пропозицій з меншим ризиком, що призводить до зменшення невизначеності для компанії в цілому;

4) компанія набуває певного бар'єру для входу конкурентів за рахунок утримання стабільної бази посередників та споживачів. Крім цього, стабільна кількість задоволених споживачів є запорукою утримання персоналу компанії.

Таким чином, вбачаємо за доцільне шукати шляхи для застосування концепції маркетингу відносин у розподільчій діяльності виробничих підприємств різних галузей. Також вважаємо перспективним напрям дослідження механізмів забезпечення координації у інтегрованих маркетингових системах українських виробничих підприємств.

Література:

1. Шталь Т. В., Савицька Н. Л., Доброскок Ю. Б. Управління процесами взаємодії підприємств у каналах збуту в умовах глобалізації: монографія. Х. : Видавництво «Лідер», 2015. 201 с.

ОГЛЯД РИНКУ ПОСЛУГ АВТОМОБІЛЬНОГО ТРАНСПОРТУ В УКРАЇНІ

Лапоног Д.В., аспірант

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Автомобільний транспорт, без сумніву, є потужним драйвером економіки, забезпечуючи переміщення вантажів і пасажирів у межах населених пунктів, між населеними пунктами, регіонами та, навіть, країнами. В контексті беззаперечних переваг автомобільного транспорту перед іншими видами транспорту за інтегральним критерієм «ціна – швидкість – гнучкість» закономірною є лідерська позиція цього виду транспорту в обсягах перевезення вантажів і пасажирів. Зокрема, у 2019 році структура перевезень вантажів і

пасажирів за видами транспорту в Україні була наступною (рис. 1-2).

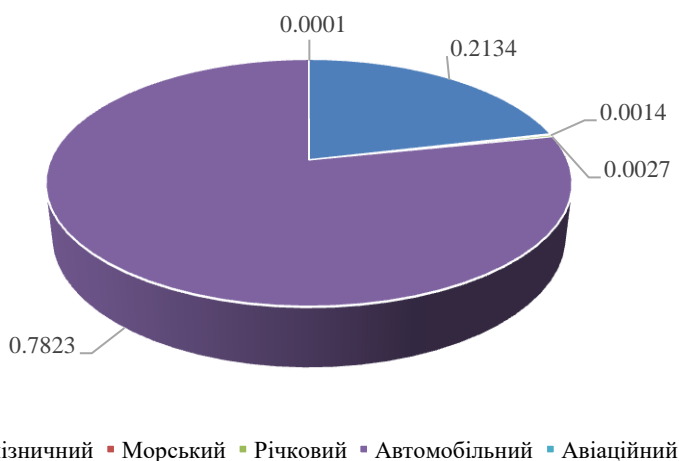


Рис. 1. Структура перевезення вантажів за видами транспорту у 2019 році (побудовано автором за даними [1])

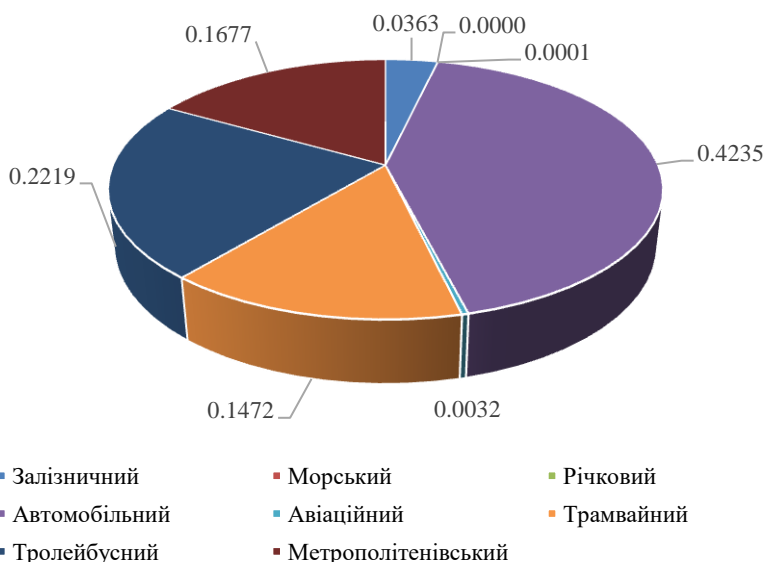


Рис. 2. Структура перевезення пасажирів за видами транспорту у 2019 році (побудовано автором за даними [2])

За даними Міністерства інфраструктури України на сьогодні найбільше ліцензій видано на такі послуги автомобільного транспорту: внутрішні перевезення пасажирів автобусами – 13687, внутрішні перевезення пасажирів на таксі – 10840, міжнародні перевезення вантажів вантажними автомобілями (крім перевезень небезпечних вантажів та небезпечних відходів) – 10400, внутрішні перевезення пасажирів легковими автомобілями на замовлення – 3802, внутрішні перевезення небезпечних вантажів та небезпечних відходів вантажними автомобілями – 3396, міжнародні перевезення пасажирів автобусами – 2502, міжнародні перевезення небезпечних вантажів та небезпечних відходів вантажними автомобілями – 909, міжнародні перевезення пасажирів легковими автомобілями на замовлення – 147, міжнародні перевезення пасажирів на таксі – 74 [3]. Відповідно, на здійснення внутрішніх

перевезень вантажів і пасажирів наразі видано 31725 ліцензій, на здійснення міжнародних перевезень вантажів і пасажирів – 14032 ліцензії.

Не дивлячись на здавалося б явну за кількістю ліцензій направленість вітчизняних автоперевізників на внутрішній ринок, таке враження є дещо хибним, адже експорт послуг автомобільного транспорту з України традиційно є більшим за імпорт послуг автомобільного транспорту в Україну (рис. 3).

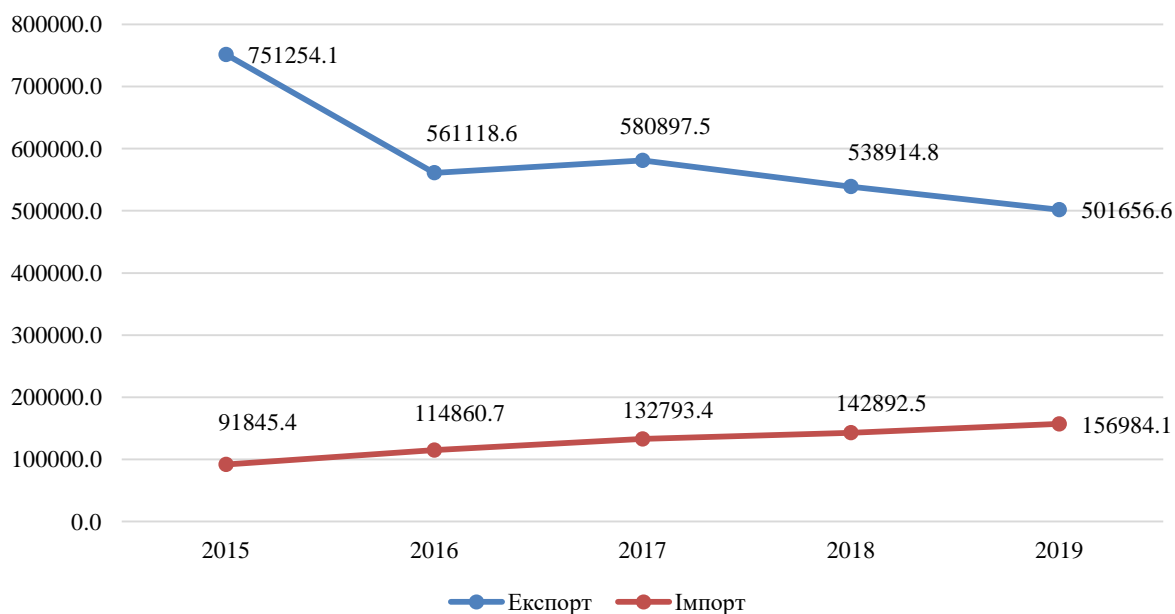


Рис. 3. Експорт і імпорт послуг автомобільного транспорту у 2019 році, тис. дол. США (побудовано автором за даними [4])

Література:

1. Обсяг перевезених вантажів за видами транспорту. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2018/tr/tr_rik/tr_rik_u/op_vant_vt_u.htm.
2. Кількість перевезених пасажирів за видами транспорту. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2018/tr/tr_rik/tr_rik_u/kp_pas_vt_u.htm.
3. Статистичні дані по галузі автомобільного транспорту. URL: <https://mtu.gov.ua/content/statistichni-dani-po-galuzi-avtomobilnogo-transportu.html>.
4. Статистичний збірник «Транспорт України – 2019». URL: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2020/zb/10/zb_trans_19.pdf.

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО РЕГІОНАЛЬНОГО КЛАСТЕРУ В АПК

*Мільчева В.В., аспірант
Одеська національна академія харчових технологій*

В сучасному АПК України спостерігається низький рівень механізації і автоматизації, високий знос основних фондів і морально застаріле обладнання. В цілому в галузі відбувається постійне відставання українського

агропромислового комплексу в технічному та технологічному розвитку від провідних країн світу, низька продуктивність та незадовільна організація сільської праці, неефективне використання всіх видів ресурсів.

Варто відзначити, що ефективний розвиток АПК неможливий без впровадження в галузь сучасних методів управління і маркетингу, а також стимулювання державою інноваційної діяльності. Однак більшість наукових розробок в даному секторі економіки на сьогодні залишаються нереалізованими, що тягне за собою іншу проблему – відсутність додаткових джерел фінансування науково-дослідних робіт [1].

Таким чином, аналіз проблем АПК України свідчить про необхідність його реорганізації. На даний момент, магістральним направленням виходу агропромислового комплексу із ситуації, що склалася є його прискорена модернізація, пов'язана з впровадженням інновацій. Кластерний підхід, будучи одним із ключових інструментів інноваційного розвитку галузі, розглядається як основний спосіб підвищення конкурентоспроможності регіонів і галузей країни.

Кластер є складною економічною системою. Ефективність функціонування кластеру визначається його структурою, під якою розуміють сукупність галузей промисловості і технологічно пов'язаних з ними галузей, розміщених на території регіону [2].

Тип підприємств, які входять до складу кластера, визначається в першу чергу його спеціалізацією. Так, ядром харчового кластеру є виробники продуктів харчування. Структура кластеру передбачає наявність різних зв'язків між її елементами. Такі зв'язки є важливими факторами, що визначають ефективність функціонування даної економічної системи.

Відзначимо, що агропромисловий кластер представляє собою одно із форм агропромислових інтеграцій. По структурі і своїм властивостям він найближчий до агрохолдингів.

Важливою умовою створення агропромислового кластеру є вияв так званих «точок зростання», у якості яких можуть виступати населенні пункти, де розташовані великі підприємства, що займаються переробкою сільськогосподарської продукції, наукові інститути тощо.

Не дивлячись на те, що кластери, як правило, виникають стихійно і їх діяльність регулюється ринковими відносинами та конкуренцією між підприємствами, роль держави в їх створенні і успішному функціонуванні величезна. Ця роль полягає у виробленні стратегічних напрямів розвитку галузі, створенні необхідної ринкової інфраструктури, налагодженні зв'язків між підприємствами та організаціями, інвестиційній підтримці інноваційних проектів.

Одним із обов'язкових умов створення і успішного функціонування інноваційного регіонального агропромислового кластеру є наявність добре сформованої інфраструктури ринку [1].

Таким чином, кластерний підхід є одним з ключових інструментів інноваційного розвитку агропромислового сектору економіки. Формування

інноваційних регіональних кластерів представляє собою складний, багаступінчатий процес, направлений на створення кластерної інфраструктури, в якому провідна роль відводиться державному стратегічному плануванню та аналізу.

Література:

1. Сучков А. В. Проблемы развития агропромышленного комплекса : сайт URL: <http://journal.tsatu.edu.ua/index.php/econ/article/viewFile/108/106>.
2. Ралле Н., Острожинська В. Сучасний стан та проблеми аграрного сектору України. *Наука онлайн: Міжнародний електронний науковий журнал*. 2017. №12.

РИЗИК-МЕНЕДЖМЕНТ В ІННОВАЦІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ЗІ СТВОРЕННЯ ПЕРСПЕКТИВНИХ ТОВАРНИХ ІННОВАЦІЙ

Нагорний Є.І., к.е.н.

Сумський державний педагогічний університет імені А.С.Макаренка

Інноваційна діяльність зі створення і комерціалізації товарних інновацій супроводжується значним ризиком. Попередню оцінку ризику необхідно проводити ще на ранніх етапах інноваційного циклу, в т.ч. і на етапі бізнес-аналізу. На даному етапі окрім ризику також здійснюється оцінка фінансових можливостей, ресурсного забезпечення й економічної доцільності досягнення цілей, намічених у маркетинговій програмі виведення товару на ринок, тобто здійснюється фінансова оцінка життєздатності інноваційного проекту зі створення товарних інновацій. Для цього використовують дисконтовані моделі, а також методи оцінки успіху, невизначеності і ризиків реалізації проекту.

Основною проблемою у використанні дисконтованих моделей – вибір ставки дисконтування, яка повинна враховувати поправку на ризик. У величині поправки враховують крайній ризик, ризик ненадійність учасників проекту, ризик недотримання доходів тощо. Величина поправки оцінюється експертно і при занадто високому ризику, розмір поправки може становити 20% і більше.

Як альтернативу дисконтованим методам можна використовувати метод очікуваної комерційної цінності інноваційного проекту (*ECV*) [1]:

$$ECV = (FV \times PCS - I_c) \times PTS - I_r \quad (1)$$

де *FV* – прогнозовані майбутні доходи; *PCS* – ймовірність комерційного успіху; *I_c* – інвестиції в комерціалізацію товарної інновації; *PTS* – ймовірність технічного успіху; *I_r* – інвестиції в розроблення товарної інновації.

Графічно формулу 1 можна зобразити у вигляді дерева (рис. 1).

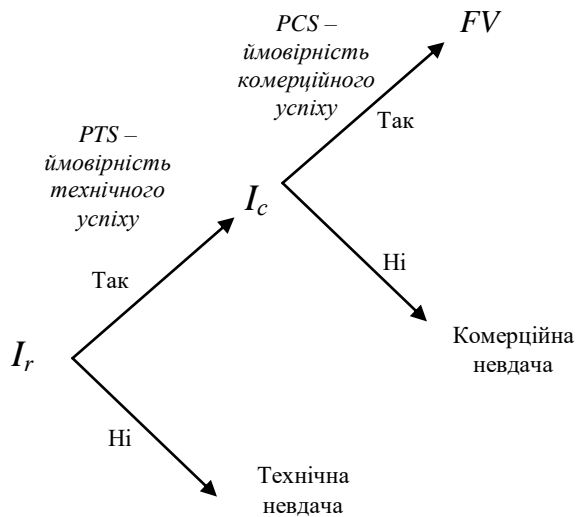


Рис. 1. Очікувана комерційна цінність інноваційного проекту

Ймовірності технічного і комерційного успіху можна визначати експертно, за певними методами розрахунку або шляхом використання представлених нижче матриць (табл. 1 і табл. 2) [2]. Ймовірність комерційного успіху визначається за факторами конкурентної переваги та типу ринку, а ймовірність технічного успіху за ймовірностями того що продукт та процес будуть успішно працювати.

Таблиця 1 – Матриця ймовірностей комерційного успіху

| Тип ринку | Конкурентна перевага | | | |
|------------------------|----------------------|---------|--------|-------------|
| | Низька | Помірна | Висока | Дуже висока |
| Існуючий | 0,5 | 0,6 | 0,85 | 0,95 |
| Новий для підприємства | 0,1 | 0,2 | 0,5 | 0,7 |
| Новий для світу | 0,05 | 0,05 | 0,1 | 0,2 |

Таблиця 2 – Матриця ймовірностей технічного успіху

| Ймовірність того, що процес буде працювати успішно | Ймовірність того, що товарна інновація буде успішно працювати | | | | |
|--|---|--------|---------|--------|-------------|
| | Дуже низька | Низька | Помірна | Висока | Дуже висока |
| Дуже висока | 0,2 | 0,5 | 0,75 | 0,9 | 0,95 |
| Висока | 0,15 | 0,4 | 0,65 | 0,8 | 0,9 |
| Помірна | 0,15 | 0,3 | 0,5 | 0,65 | 0,75 |
| Низька | 0,1 | 0,2 | 0,3 | 0,4 | 0,5 |
| Дуже низька | 0,05 | 0,1 | 0,15 | 0,15 | 0,2 |

Градація ймовірностей з табл. 2 здійснюється наступним чином:

Дуже висока – товар вже створений; потрібна лише остаточна інженерія.

Високий – прототип товару вже створений і демонструє всі необхідні характеристики, але потрібно оптимізувати його продуктивність.

Помірний – прототип товару ще не створений, але експерти вважають, що

це можна зробити оскільки у підприємства є відповідні технології.

Низький – виконано розвідницьку роботу; експерти вважають, що прототип можливо зробити за допомогою доступних технологій.

Дуже низький – для створення прототипу потрібні високі технології; потрібно імпортувати нові технології.

Представлені методи дозволять виконати попередню оцінку ризику та успіху інноваційного проекту зі створення товарних інновацій.

Література:

1. Маркетинговий менеджмент / Ф. Котлер, К.Л. Келлер, А.Ф. Павленко та ін. Київ : Хімджест, 2008. 720 с.

2. Kenneth B. Kahn. Product Planning Essentials. Second Edition. Armonk, NY: M.E. Sharpe, 2011. 256 p.

ЗАСТОСУВАННЯ НЕЙРОННИХ МЕРЕЖ ДЛЯ ДОЦІЛЬНОСТІ ІНВЕСТУВАННЯ З УРАХУВАННЯМ РИЗИКІВ

Орехова К. В.,

к.е.н., доцент,

ННІ «Каразінський банківський інститут»

Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна

Губенко О. Д.,

магістрант,

ННІ «Каразінський банківський інститут»

Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна

Для розвитку будь-якого учасника ринку фінансових послуг потрібні вкладення та грамотна фінансова аналітика. На сьогодні існує безліч способів якими користуються переважна маса успішних підприємств, а також регіони та навіть держави. Інвестори в свою чергу намагаються максимально мінімізувати ризики свої вкладень та зайти способи, при яких аналітика таких ризиків буде найменш затратною та найбільш ефективною. Досліджуючи питання оптимізації цього процесу ми знаходимо один із нових прогресивних методів – застосування нейронних мереж. Оскільки нейронні мережі поняття звісно не нове, але мало досліджене саме в контексті процесу інвестування, актуальність роботи полягає в тому щоб максимально розглянути, дослідити та зробити висновки щодо ефективності їх застосування інвесторами.

Питання застосування нейронних мереж в інвестуванні досліджували чимало науковців, зокрема: Курков М. С., Балюк Є. О., Гострик О. М., Кузнецова Н. В., Бідюк П. І., Гарматій Н. М. Значного вкладу привнесли в дослідження та аналіз теми ефективності застосування нейронних мереж в інвестиційній сфері названі вище вчені, та все ж не був розкритий потенціал використання нейронних мереж в прийнятті рішень щодо раціональності інвестування, а також визначення ризиків.

Метою даної роботи є визначення ефективності використання нейронних мереж, дослідження методів нейронних обчислень, визначення результативності застосування нейронних мереж в процесі інвестування, а також порівняння ефективності прийнятих рішень щодо інвестування з використанням нейронної мережі та без неї, безпечність її використання та показник ризикованості таких вкладень в порівнянні з рішеннями, прийнятими без використання цього виду аналітики при прийнятті рішень інвесторів.

Вивчаючи існуючі матеріали, що пов'язані з таким методом аналітики як нейронні мережі ми одразу натикаємося на питання вибору моделі мережі. Найбільш популярними серед існуючих моделей нейронних мереж є мережа Хопфілда та мережа Хеммінга. Оглядово розглянемо в чому сутність та різниця між ними. Мережа Хопфілда дозволяють просто і ефективно розв'язувати задачу класифікації та відтворення образів за неповною і спотвореною інформацією [1]. Невисока ємність мереж (кількість образів, що запам'ятовується) пояснюється тим, що мережі не просто запам'ятовують образи, а дозволяють проводити їхнє узагальнення за критерієм максимальної правдоподібності. Легкість побудови програмних і апаратних моделей роблять ці мережі привабливими для багатьох практичних застосувань, зокрема у фінансовому менеджменті.

Мережа Хеммінга є розширенням мережі Хопфілда, що реалізує класифікатор, який базується на найменшій похибці для векторів двійкових кодів, де похибка визначається відстанню Хеммінга. Дана мережа характеризується, у порівнянні з мережею Хопфілда, меншими витратами на пам'ять і обсягом обчислень, що стає очевидним із її структури. Якщо не брати до уваги методичку аналітики, а розглянути питання з точки зору витратності часу та робочої сили одразу стає зрозуміло, що використання нейронної мережі підвищує ефективність в прийнятті рішень про доцільність інвестування. Також помилка групи аналітиків більш ймовірна в порівнянні з протестованою нейронною мережею [2]. З цього випливає логічний висновок про безпечність таких вкладень. Навіть на початкових етапах дослідження теми використання нейронних мереж для прогнозування ефективності та безпеки інвестиційних вкладень ми розуміємо, що її актуальність з плином часу буде тільки зростати, оскільки інвестиційні компанії та фонди вже не обходяться від комп'ютерної аналітики, котра підвищує ефективність, якість, скорочує тривалість та витратність процесу дослідження ринку, країни, регіону чи окремого підприємства, а також одразу демонструє ризикованість інвестування.

Розглянувши визначену проблему, можемо зробити висновок, що застосування нейронних мереж в процесі прийняття інвестиційних рішень доцільно та має високі показники ефективності для інвесторів. Звісно надалі виникає чимало питань, які потребують більш поглибленого вивчення. Одним із них є: вибір методів інвестування, їх практична реалізація з урахуванням ризиків, що є предметом подальшого дослідження.

Література:

1. Курков М. С. Інтелектуальні системи автоматизації процесу інвестування в управлінні фінансами. Вчені записки Таврійського національного університету імені Ві Вернадського. Серія: Економіка і управління. 2019. №. 30 (69). № 2. С. 260–264.

2. Кузнецова Н. В., Кузнецова Н. В., Бідюк П. І. Система підтримки прийняття рішень для аналізу інвестиційних ризиків фінансових ринків. Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія: Інформаційні системи та мережі. 2018. №. 887. С. 115–121.

УПРАВЛІННЯ ЛОГІСТИЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

*Пакуліна А.А. к.е.н., доцент
Кулімякіна Д.Ю.*

Харківський національний університет будівництва та архітектури

Ринкові умови господарювання, глобалізаційні процеси та конкурентне середовище зумовлюють необхідність кардинальної зміни підходів до управління витратами більшості вітчизняних підприємств. Логістика має велике значення на підприємстві, яке пропонує прямий продаж, адже сьогодні ключову роль відіграє короткий час доставки замовленого товару клієнту. Одним із загальних завдань логістики є створення ефективної інтегрованої системи регулювання матеріальних та інформаційних потоків і контролю за ними, що забезпечувало б високу якість постачання продукції.

На сьогоднішній день тема управління логістичною діяльністю підприємства дуже актуальна, адже у сучасних умовах є проблеми формування й оптимізування витрат на логістично-постачальницьку діяльність, які виникають на різних ланках логістичного ланцюга і частка яких у структурі повної собівартості продукції багатьох суб'єктів господарювання є чималою. Скорочення часових витрат на виробництво готової продукції дозволяє підприємству підвищувати свою прибутковість з мінімальними грошовими вкладеннями. Підвищення рівня таких витрат призводить до зниження величини прибутку підприємства, що функціонує у конкурентному середовищі. Кожне підприємство (господарська організація), що здійснює свою основну діяльність, змушене ефективно координувати співпрацю своїх внутрішніх підрозділів, а також контактувати із зовнішнім середовищем (клієнтами і постачальниками), мета такої комунікації широко зрозуміла-обмін інформацією та ресурсами [1, с.15].

Логістика охоплює весь спектр діяльності підприємств, під «логістичним процесом» розуміють «системну структуру для прийняття рішень, яка поєднує транспортування, запаси, складський простір, системи обробки матеріалів, упаковку та інші пов'язані види діяльності, що всі разом виконують необхідні компроміси, які включають витрати і сервіс від постачальника до споживача (ланцюг поставки)» [2]. На стадіях розвитку виробництва логістика скорочує

витрати і випускає продукцію у встановлені терміни. До логістичних дій на підприємстві можна віднести: обслуговування клієнтів, транспортування, управління запасами, управління інформаційним потоком.

Процес управління називається логістичним, коли розподіл, стан і потоки його складових, тобто людей, матеріальні блага, інформаційні та фінансові ресурси, потребуватимуть координації з іншими процесами за рахунок критеріїв розташування, часу, вартості та ефективності досягнення бажаних цілей організації [5. с.42].

Основною метою логістично-постачальницької діяльності підприємств є забезпечення надійного постачання матеріально-технічних ресурсів відповідної якості, необхідної кількості у відповідні терміни від надійного постачальника за прийнятною ціною. Основні напрями діяльності постачання в компаніях:

- формування надійного і безперервного матеріального потоку для забезпечення безперебійного функціонування підприємства;
- підтримка нормативного рівня запасів матеріальних ресурсів на складах;
- пошук надійних постачальників, тісна взаємодія із ними і побудова взаємовигідних партнерських відносин;
- підтримка та підвищення якості різних матеріально-технічних ресурсів тощо [6].

Правильна організація логістики приносить підприємству наступні вигоди: підвищення ефективності виробництва; скорочення втрат робочого часу; скорочення витрат праці; підвищення рентабельності виробництва підприємства. До наслідків неправильної організації логістики на підприємстві можна віднести: низьку якість обслуговування споживачів, втрата клієнтів і частки на ринку; зростання витрат на експлуатацію обладнання; неефективна організація матеріальних потоків.

Впровадження принципів бережливого виробництва в логістичний ланцюг на підприємстві дозволяє прискорити процес надання логістичних послуг: зберігання, доставку товарів кінцевому споживачеві. На швидкість надання логістичних послуг впливає надлишок незавершеного виробництва - понад 90% роботи простоє, тим самим, породжуючи величезні витрати.

Підприємства, які перейшли на організацію виробництва за принципами логістики, в даний час, можуть раціонально організовувати виробничий цикл свого підприємства; здійснювати закупівлю сировини і матеріалів; вибирати постачальників, організовувати процес виробництва продукції.

Серед основних причин розвитку і значення логістики в управлінні підприємства є економічні ресурси:

- вичерпання можливості підвищення ефективності у сфері виробництва, техніки і технології;
- зміна підходу до запасів;
- традиційний підхід - резерв є резервом на всякий випадок, він дозволяє «вижити» під час кризи підприємства;

- сучасний підхід - це вартість, пов'язана з його зберіганням, вона приховує несправності, що відбуваються в процесі;
- більш широкі можливості, що виникають перед управлінням логістикою завдяки технічному прогресу (особливо пов'язані з обробкою даних при їх використанні інформаційними технологіями);
- глобалізація діяльності підприємств.

Логістична концепція, в межах якої розглядаються процеси в логістичній системі є важливим фактором, що визначає методи синхронізації в логістиці. Логістичну концепцію можна трактувати як парадигму і платформу підтримки бізнесу та інструментарій оптимізації ресурсів підприємства під час управління основними і супутніми потоками [3].

Логістичні функції підприємства включають: «фізичний розподіл: координацію з планом маркетингу; прогнозування попиту; сервіс; оперативно-календарне планування транспортування готової продукції; управління запасами готової продукції; оброблення замовлень клієнтури; складування готової продукції; навантажувально-розвантажувальні та транспортно-складські роботи з готовою продукцією; постачання готової продукції; облік запасів готової продукції; підтримку виробництва: координацію з планом фізичного розподілу; оперативно-календарне планування руху незавершеного виробництва; внутрішньозаводські переміщення матеріалів; навантажувально-розвантажувальні та транспортно-складські роботи з незавершеним виробництвом; доведення сировини, матеріалів, напівфабрикатів, комплектуючих виробів до виробничих підрозділів; складування незавершеного виробництва; облік запасів незавершеного виробництва; постачання: координацію з оперативно-календарним планом виробництва; вибір і проведення переговорів з постачальниками; планування потреби в матеріалах; складання оперативно-календарного плану постачання; транспортування сировини, матеріалів, напівфабрикатів, комплектуючих виробів; складування виробничих запасів; навантажувально-розвантажувальні та транспортно-складські роботи з предметами постачання» [4].

Будь-яка система управління так чи інакше підпадає під вплив зовнішнього середовища, а його внутрішня управлінська спроможність визначається станом його середовища в середині. Коли йдеться про за діяння логістичної системи або побудови системи управління підприємством на основі логістичного підходу, варто зазначити, що логістична система враховує елементи як зовнішнього та і внутрішнього середовища. Окрім того, логістичний підхід дає змогу приймати управлінські рішення виходячи із прогнозного бачення розвитку підприємства.

Отже, у сучасних умовах без наявності логістичного процесу на підприємстві досить часто будуть відбуватися збої у виробництві, збільшиться кількість бракованої продукції та збільшаться фінансові збитки. Для логістичного процесу, незалежно від його складності та спрямованості, виділяють п'ять основних класифікаційних елементів, які неодмінно мають бути відображені при його опису: планування, інформація, контроль і аналіз,

управлінські рішення. Згідно з цією класифікацією видів логістичної діяльності за першою ознакою в межах економічного об'єкта виокремлюють логістику матеріального потоку, логістику фінансів та інформаційну логістику. Для подальшого поділу враховують фази трансформації логістичного потоку, що відповідають функціональним областям логістики (тобто тим областям діяльності, в яких виконуються логістичні дії: функції та операції). Відповідно до етапів розвитку логістики розрізняють такі етапи розвитку організації логістичної діяльності:

- операційної координації (наприклад, координації транспортних та складських процесів у фізичному розподілі продукції з метою зниження витрат);

- цілісної координації процесів фізичного розподілу товарів (наприклад, транспортних, складських, пакувальних, опрацювання замовлення, обслуговування споживача) та міжфункціональної координації (наприклад, логістики з маркетингом, фінансами, кадрами тощо);

- стратегічної інтеграції на базі інформаційних технологій всіх ланок повного логістичного ланцюга (наприклад, від джерела матеріальних ресурсів до споживача кінцевого виробу).

Потрібно зазначити, що для здійснення логістичного процесу використовуються ресурси (персонал, устаткування, інфраструктура, середовище тощо). Тобто у представленому розумінні сутності діяльності внутрішньої логістики підприємства наявність логістичної концепції є необхідною та важливою умовою. Без наявності логістичного процесу на підприємстві досить часто будуть відбуватися збої у виробництві, збільшиться кількість бракованої продукції та збільшаться фінансові збитки. Оскільки логістика виступає ключовим інструментом комунікацій на підприємстві, потрібно враховувати її рівень розвитку для досягнення нових цілей для організації. У такому випадку найбільш важливим є прийняття рішення щодо внутрішньої структури логістичного процесу, а також, з яких елементів він має складатися.

Література:

1. Гелета І. В., Калинська Е. С., Кофанов А. А. Економіка організації (підприємства): навч. посібник. К.:Магістр, 2007. 303с.

2. Каира З. С., Лукьянченко А. А., Омелянчук А. И. Основы логистики. Донецк: Донецкая гос. акад. управления, 2003. 522 с.

3. S. Krawczyk, Zarządzanie procesami logistycznymi, PWE, Warszawa 2001,42 p.

4. URL: <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/>.

5. Крикавський Є. Логістика. Для економістів: підручник. Львів: Вид. Нац. універ. «Львівська політехніка», 2004. 448 с.

6. Окландер М. А., Хромов О. П. Промислова логістика. К.: Центр навч. літ-ри, 2004. 222 с.

МЕТОД АВС В УПРАВЛІННІ ВИТРАТАМИ ПІДПРИЄМСТВА

*Пакуліна А.А., к. е. н, доцент,
Рочева Г.В.*

Харківський національний університет будівництва та архітектури

За сучасних умов актуальною для кожного суб'єкта господарювання є проблема формування дієвої системи управління витратами. Українські підприємства переважно використовують класичні, традиційні методи обліку, такі як калькулювання собівартості продукції з повним розподілом витрат, не приділяючи гідної уваги зарубіжному досвіду. Обираючи найкращий метод, керівництву необхідно провести детальні дослідження на своєму підприємстві майже з усіх питань його діяльності. Тому, від правильно обраного методу або їх сукупності залежить ефективність управління витратами.

Зарубіжна практика свідчить про ефективність застосування методу АВС як у сфері промислового виробництва, так і в сфері послуг, зокрема таких як охорона здоров'я, фінансовий сектор, телекомунікації тощо [1, 2].

Застосування АВС-аналізу необхідне для правильного формування груп товарів, які приносять найбільшу виручку та формують прибуток, а також для того, щоб уникнути перенасичення асортименту в тих товарних групах, які мають маленький прибуток і малу націнку. АВС – аналіз дозволить виділити пріоритетні, базові та унікальні категорії товарів, що сприятиме розвитку та зміцненню позицій певних товарів.

Для проведення АВС-аналізу необхідно:

- 1) встановити вартість кожного товару (за закупними цінами);
- 2) розмістити товари за зменшенням ціни;
- 3) знайти суму даних про кількість і витрати на придбання;
- 4) розбити товари на групи залежно від їхньої частки в загальних витратах на придбання.

Залежно від витрат товарні запаси поділяються на три групи – А, В, С за їх часткою в загальних витратах на придбання. Однак розподіл не обов'язково відбувається на три групи, кількість груп та їх межі вибираються довільно. Найпоширеніша класифікація за такими категоріями:

- група А – найсуттєвіші витрати (не менше 50 %);
- група В – суттєві витрати (не менше 25 %);
- група С – інші витрати (не перевищує 25 % всіх витрат) [3].

Розглянемо приклад класифікації витрат на запаси за цими категоріями (табл.1).

З таблиці 1 видно, що 10% усіх статей запасів (категорія А) становить 73% усієї вартості, 20% статей (категорія В) – 19% і 70% статей (категорія С) – 8%. Це свідчить про те, що найсуворіший контроль має здійснюватися стосовно категорії А.

Тому для запасів категорії А надто ретельно визначають розміри і моменти замовлень. Витрати на замовлення і зберігання запасів переглядають кожного разу при розміщенні чергового замовлення.

Таблиця 1 – Класифікація запасів за категоріями А,В,С [1, с. 254]

| Категорія | Кількість одиниць запасів | | Загальна вартість | |
|-----------|---------------------------|-----|-------------------|-----|
| | одиниць | % | грн | % |
| А | 200 000 | 10 | 730 000 | 73 |
| В | 400 000 | 20 | 190 000 | 19 |
| С | 1 400 000 | 70 | 80 000 | 8 |
| Разом | 2 000 000 | 100 | 1 000 000 | 100 |

Для запасів категорії В визначають економічні розміри замовлень і момент видачі повторного замовлення. Змінні величини переглядають раз на квартал або раз на півроку. Передбачається встановлення звичайного контролю й одержання якісної інформації про запаси, що вможливить своєчасне визначення основних змін у використанні матеріальних запасів.

Щодо запасів категорії С жодних формальних розрахунків не роблять. Розмір повторного замовлення зазвичай розраховують таким чином, щоб поставки здійснювались впродовж 1-2 років. Перевірку наявних запасів проводять періодично раз на рік.

Отже, для цієї категорії характерні великі замовлення й резервні запаси, тобто момент розміщення замовлення на такі запаси визначають, виходячи з конкретних умов без застосування кількісних методів [1, с. 254].

З метою оптимізації запасів на практиці досить часто АВС-аналіз комбінують з іншим методом контролінгу – XYZ-аналізом, який характеризує рівномірність запуску окремих видів сировини (матеріалів) у виробництво. Даний метод широко використовується в процесі нормування обігових коштів для створення виробничих запасів.

Проаналізувавши метод АВС, можна зробити висновок, що основною метою цього методу є забезпечення формування збалансованого планування виробництва, з урахуванням обороту і прибутковості кожної товарної позиції. За допомогою АВС-аналізу можна структуровано та більш точно відтворити і надати відповідну інформацію в різноманітних розрізах, що, у свою чергу, дозволить об'єктивніше оцінювати ефективність процесів, які відбуваються на підприємстві, а головне виявляти приховані резерви зниження витрат і приймати обґрунтовані рішення щодо виключення малорентабельних видів діяльності.

Література:

1. Голов С. Ф. Управлінський облік: підручник. 3-тє вид. К.: Лібра, 2006. 704 с.

2. Івахів Ю., Спільник І. Метод АВС-аналізу: доцільність застосування. *Економічний аналіз*. 2008. Вип. 3(19). С. 20–26.

3. Сучасні методи управління витратами та зарубіжний досвід їх використання. URL: <http://www.spilnota.net.ua/ru/article/id-1861/>.

ЕКОЛОГІЧНА ПРОГРАМА ЯК КЛЮЧОВИЙ ІНСТРУМЕНТ КООРДИНАЦІЇ ПРИРОДООХОРОННИХ ЗАХОДІВ В РЕГІОНІ

Пакуліна А. А., к. е. н., доцент

Пакуліна Г. С.,

Харківський національний університет будівництва та архітектури

В сучасних українських умовах одним із слабких місць різних регіональних програм господарського розвитку є недостатньо повне з точки зору комплексності аналізу опрацювання проблем охорони навколишнього середовища. Як правило, відповідні розділи регіональних програм характеризуються, принаймні, двома недоліками. По-перше, екологічна проблематика в них знаходить відображення найчастіше або в розрізі окремих об'єктів, що роблять негативний вплив на стан навколишнього середовища (без урахування ефектів взаємодії забруднюючих речовин, можливого сумарного антропогенного навантаження на навколишнє середовище і т. д.), або в розрізі її окремих елементів, охоплюючи забруднення або тільки повітряного басейну або тільки водойм, або порушення ландшафту і т. д. При цьому за межами дослідження залишаються проблеми можливої взаємодії діючих і намічуваних об'єктів в регіоні і навколишнього середовища. По-друге, подібні дослідження з точки зору економічної оцінки наслідків антропогенної діяльності нерідко обмежуються лише оцінкою економічного збитку від забруднення навколишнього середовища, залишаючи осторонь питання визначення ефективності здійснення природоохоронних заходів і, в цілому, можливостей отримання вигоди від природоохоронної діяльності.

Уникнути зазначених недоліків можливо лише на основі використання комплексного підходу, що дозволяє здійснювати всебічний аналіз еколого-економічних взаємозв'язків, що виникають при прогнозуванні розвитку територіальних господарських систем, і передбачає розробку і реалізацію природоохоронної стратегії [1].

Регіональна екологічна програма розглядається як ключовий інструмент планування, прогнозування та практичної реалізації регіональної екологічної політики, а також координації природоохоронних заходів в регіоні.

Регіональні програми розробляються в рамках довгострокового прогнозування і укладають у собі ті чи інші стратегічні інтереси України в цілому. Об'єктами впливу регіональних програм є ті чи інші регіони. Це, як правило, проблемні або програмні регіони. Проблемний регіон – просторова система, на території якої реалізуються деякі регіональні та загальнонаціональні завдання, і яка стає в цьому зв'язку особливим об'єктом

управління.

Нами виділяються три основних напрямки регіонального програмування – просторово-виробничий, соціально-економічний та ресурсно-екологічний, в рамках яких потрібно рішення наступних завдань: формування регіональних програм створення промислових, агропромислових, транспортних та інших комплексів; програмування різних форм виробничої або соціальної інфраструктури; економічне стимулювання окремих регіонів і видів економічної діяльності з метою створення сприятливих умов для розміщення виробництва; проведення комплексних заходів щодо впорядкування концентрації виробництва і населення, включаючи програми з охорони навколишнього середовища.

Екологічна складова регіональних програм в кінцевому рахунку укладає в собі цілі, завдання та основні напрямки регіональної екологічної політики. Мета екологічної підсистеми програм соціально-економічного розвитку регіону (або екологічного блоку) полягає в розробці стратегії природоохоронної діяльності, заснованої на аналізі напрямків і схем залучення в господарський оборот природних ресурсів регіону та виборі системи природоохоронних заходів, що забезпечують дотримання екологічних вимог з урахуванням місцевих природних умов і перспектив економічного і соціального розвитку території.

Розробка та використання екологічної підсистеми регіональних програм дозволяє не тільки проаналізувати взаємодію елементів господарства, населення і природного середовища в регіоні, виявити необхідні природоохоронні заходи, здійснити вибір варіантів і напрямків розвитку території за умови дотримання встановленого екологічного регламенту, але й визначити величину потрібних витрат екологічного призначення, а також чисельність трудових ресурсів, потребу в локальних природних ресурсах, послугах об'єктів інфраструктури, необхідних для запобігання негативним екологічним наслідкам господарської діяльності в регіоні [2].

Основу стратегії в області охорони навколишнього середовища в регіоні складають характерні для нього екологічні проблеми, що вже існують або можуть виникнути в процесі подальшого формування господарського комплексу території, а також система природоохоронних заходів, обумовлених необхідністю розв'язання чи попередження даних екологічних проблем.

В якості основних положень, що формують стратегію в області охорони навколишнього середовища в тому чи іншому регіоні України, можна, зокрема, запропонувати наступні напрямки діяльності:

- облік екологічно допустимих масштабів як виробничих потужностей окремих об'єктів, так і концентрації виробництва в окремих ареалах;
- впровадження і використання екологічно орієнтованих технологій з метою забезпечення технологічної основи безпечного розвитку господарської діяльності в регіоні (включаючи створення і впровадження маловідходних виробничих і ефективних природоохоронних технологій);
- виявлення найбільш екологічно небезпечних об'єктів та їх поєднань

(проблемних ситуацій), а також частин території регіону з ускладненою екологічною обстановкою (проблемних ареалів);

- організація попередження можливого забруднення навколишнього середовища (повітряного та водного) понад встановлені межі;

- впровадження механізму оцінки стану навколишнього середовища шляхом розрахунку величини економічного збитку від забруднення повітряного і водного басейнів в даному регіоні;

- облік можливих екологічних наслідків функціонування і розвитку в регіоні найбільш екологічно значимого сектора економіки та різних видів економічної діяльності;

- вибір складу виробництв і масштабів їх розвитку в межах окремих частин території регіону з урахуванням екологічних вимог;

- аналіз взаємозв'язків забруднення атмосфери і здоров'я людей при формуванні господарства в межах територій з найбільшою концентрацією населення та екологічно шкідливих виробництв;

- визначення рівня витрат екологічного призначення в регіоні в цілому і окремим елементам господарського комплексу;

- проведення певного комплексу правових, економічних, організаційних та інших заходів, необхідних для реалізації природоохоронної стратегії регіону України.

В цілому вироблення стратегії природоохоронної діяльності в регіоні визначається, насамперед, його економічними, соціальними і природними умовами, що обумовлює вибір пріоритетів у здійсненні природоохоронних заходів. При цьому одним з найважливіших напрямків природоохоронної діяльності в будь-якому регіоні є забезпечення технологічної основи екологічної безпеки розвитку і формування ефективного правового й економічного механізму регулювання відносин між господарською діяльністю та навколишнім середовищем. Із зростанням масштабів впливу антропогенної діяльності на навколишнє середовище зростає залежність розвитку виробництва від впливу екологічних факторів. Врахування екологічних чинників при прогнозуванні формування територіально-виробничих систем різного типу та рівня дозволяє не тільки запобігти можливі негативні наслідки господарської діяльності на навколишнє середовище, але і створює необхідні передумови для раціоналізації взаємозв'язків між виробництвом і навколишнім середовищем, включаючи формування бажаного якісного стану її різних компонентів.

Основні напрямки формування механізму реалізації регіональних програм охорони навколишнього середовища як на національному, так і регіональному рівнях повинні, на наш погляд, передбачати наступні заходи:

- розвиток економічного механізму стимулювання раціонального природокористування та охорони навколишнього середовища, стимулювання та підтримка екологічно відповідального бізнесу; відновлення економічних регуляторів в екологічній сфері, насамперед врегулювання та вдосконалення системи екологічних платежів, введення рентних платежів за користування

природними ресурсами;

- посилення природоохоронних органів, розширення можливостей і повноважень регіональної влади та органів місцевого самоврядування в галузі охорони навколишнього середовища та раціонального використання природних ресурсів; оптимізація системи управління якістю охорони навколишнього середовища, спрямована насамперед на мінімізацію забруднення повітряного і водного басейнів;

- збільшення витрат на охорону навколишнього середовища з усіх можливих джерел фінансування (насамперед, за рахунок власних коштів підприємств та організацій);

- врегулювання та вдосконалення системи екологічних платежів;

- удосконалення нормативно-правової бази, формування нормативно-правового поля, адекватного складній економічній та екологічній ситуації в Україні;

- заходи з відновлення обов'язковості державної екологічної експертизи проектів нового будівництва як фактично єдиного легітимного інструменту для підприємств демонстрації суспільству своєї екологічної спроможності;

- запобігання руйнування системи екологічного контролю та екологічного моніторингу, формування системи інформування населення про стан навколишнього середовища;

- розвиток системи особливо охоронюваних природних територій;

- екологічне виховання та освіта населення, підвищення рівня екологічної свідомості та екологічної культури як основи екологічного благополуччя України.

Література:

1. Беззубко Б. І. Оцінка розвитку стратегічного планування міст в Україні. *Економічний вісник КІІ*. 2013. № 32. : сайт URL: <http://economy.kpi.ua/uk/node/449>.

2. Шутяк С. Стратегічна екологічна оцінка: можливості для громадськості: посібник. Видавництво «Компанія «Манускрипт». Львів, 2017. 28 с.

КАЛЬКУЛЮВАННЯ СОБІВАРТОСТІ ТА ЙОГО РОЛЬ У СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

*Пакуліна А. А., к.е.н., доцент
Шебалкова Є.І.*

Харківський національний університет будівництва та архітектури

Калькуляція (від лат. *Calculato* – обчислення) – це обчислення собівартості одиниці продукції, виконаних робіт і послуг, а також заготівельної собівартості матеріальних цінностей та засобів виробництва за елементами витрат.

В економічній літературі досить часто калькулювання ототожнюється з

калькуляцією, тобто вживається як синонім, проте ці поняття істотно різняться один від одного, тож підмінювати їх ніяк не можна. Під калькуляцією слід розуміти документ, де зібрано у певній логічній послідовності витрати на виробництво (виготовлення) чи збут тієї або іншої продукції (робіт або послуг). Здебільшого такий документ має вигляд спеціальної таблиці, що називається калькуляційним листом.

Поняття «калькуляція» є невід'ємною складовою більш загального визначення – «калькулювання», що являє собою систему науково обґрунтованих розрахунків виробничих витрат, пов'язаних з виготовленням продукції (усієї чи окремих її видів), виконанням робіт або наданням послуг. Головна мета таких розрахунків полягає у визначенні собівартості одиниці калькуляційної сукупності (видів готової продукції, її складових частин, виконаних робіт, наданих послуг). У процесі калькулювання визначається економічна вигідність виробництва[1].

Калькулювання собівартості продукції (робіт, послуг) умовно можна розподілити на три етапи. На першому етапі вираховується собівартість всієї випущеної продукції загалом, на другому – фактична собівартість стосовно кожного виду продукції, на третьому – собівартість одиниці продукції, виконаної роботи або наданої послуги. Калькулювання собівартості продукції є об'єктивно необхідним процесом виробництва.

Також розрізняють різні види калькуляцій:

1. Планові та нормативні калькуляції є попередніми. Їх розроблюють до початку виробництва продукції та використовують під час складання кошторису.

2. Калькуляції, що складаються за даними бухгалтерського обліку, відображають фактичні витрати, називаються звітними. Вони потрібні для контролю за виконанням управлінських (планових) рішень собівартості продукції та для виявлення резервів подальшого зменшення витрат.

3. Фактичні калькуляції складають у період закінчення виробництва продукції. Фактичні калькуляції підлягають співставленню з нормативними для встановлення розбіжностей між їх показниками та причин таких відхилень. Під час виявлення причин розроблюються заходи щодо зменшення або ліквідації понаднормативних витрат [2].

Планові та нормативні калькуляції складаються на всі види продукції, що виготовляються в планованому році. На основі планової калькуляції встановлюють ціну продукції, яка підлягає випуску. Нормативна калькуляція складається для управління витратами на виробництво продукції саме перед початком її виробництва. Основою складання нормативної калькуляції на підприємстві є технічно обґрунтовані норми витрат матеріалів і трудових витрат, стандарти й технічні умови, установлені для цієї продукції. Ці норми визначаються на підставі діючих (або очікуваних) на початок планованого періоду нормативів з урахуванням економічної ефективності розроблених заходів для подальшого вдосконалення виробництва.

Отже, своєчасне калькулювання покладено в основу оцінки виконання

прийнятого підприємством або його підрозділом плану. Воно необхідне для аналізу причин відхилень від планових завдань за собівартістю. Дані фактичних калькуляцій використовуються для наступного планування собівартості, для обґрунтування економічної ефективності впровадження нової техніки, вибору сучасних технологічних процесів, проведення заходів щодо підвищення якості продукції, перевірки проектів будівництва і реконструкції підприємств.

Калькулювання собівартості сприяє посиленню контролю за дотриманням норм витрат матеріальних, трудових і фінансових ресурсів, виявленню непродуктивних і економічно недоцільних витрат, зростанню нагромаджень для подальшого зміцнення технічної оснащеності підприємств і організацій та збільшення обсягів виробництва продукції, що вкрай необхідне для виходу України з економічної кризи недовиробництва. Підвищення ролі калькулювання собівартості продукції в управлінні ефективності використання основних і оборотних коштів виробництва, вибору оптимальних варіантів організації управління, внутрішньогосподарських і міжгосподарських економічних зв'язків. Таким чином, калькулювання собівартості є одним з основних елементів системи управління не тільки собівартістю продукції, але й виробництвом у цілому [3].

Література:

1. Косинська О. В. Оптимізація витрат як засіб підвищення прибутковості підприємств. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2011. № 7(122). с. 106–110. URL: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/frvu_2011_7_25.pdf.
2. Гусарова Л. В. Управління витратами: загальні поняття про витрати і управління ними. Калькулювання витрат : конспект лекцій. К.: КНУБА, 2006. 44 с.
3. Голов С. Ф. Управлінський облік: підручник. 3-є вид. К.: Лібра, 2006. 704 с.

РОЛЬ КОНТРОЛІНГУ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

*Пакуліна А. А., к.е.н., доцент
Шебалкова Є.І.*

Харківський національний університет будівництва та архітектури

Контролінг є принципово новою концепцією в управлінні підприємством, яка здатна забезпечити підтримку внутрішнього балансу економіки підприємства і ефективного його розвитку шляхом формування об'єктивної інформації про витрати та доходи, що дає змогу приймати оптимальні управлінські рішення. Він забезпечує прогностичний результат діяльності й ефективний зворотний зв'язок, переводить управління підприємством на якісно новий рівень, інтегруючи та спрямовуючи діяльність різних служб та підрозділів підприємства на досягнення найважливіших цілей.

Організація обліку в системі контролінгу залежить від організаційної

структури підприємства. Багато факторів, які визначають функціонування системи управління підприємством, зумовлюють різноманіття підходів до впровадження контролінгу. Головною метою діяльності служби контролінгу є інформаційно-аналітична й методична підтримка керівників усіх рівнів у процесі прийняття ними управлінських рішень.

Відомо, що в комплекс управління підприємством входить цілий ряд компонентів: моніторинг організаційної та фінансової структур, бюджетування, бізнес-планування та маркетинг. Однак існує сфера управління, без якої жодне підприємство не має змоги працювати. Це – облік. Керівники, які відповідають на питання: що таке облік, що це – бухгалтерія, помиляються. Потреби у точній і своєчасній інформації спонукали до появи у надрах бухгалтерії паростків управлінського обліку, організованого спеціально для менеджерів, у тому числі й у фінансовій сфері [1]. Одним із результатів цього і стало бюджетування, важливим елементом якого є оперативний облік виконання бюджетних планів. Запити менеджерів постійно зростають: для того, щоб управляти, потрібно постійно контролювати працю робітників, ціноутворення, рентабельність, розподіл відповідальності та багато іншого.

Одним із перших кроків до формування системи контролінгу в Україні могло б стати визнання необхідності розвитку державного фінансового контролю як у напрямі вдосконалення ревізії, так і через запровадження фінансового аудиту й аудиту ефективності (аудит адміністративної діяльності), в тому числі на мікрорівні. Ці форми контролю разом із управлінським обліком мають стати основними у підвищенні ефективності діяльності сучасних підприємств.

Досить очевидно, що кожне підприємство змушене дотримуватись чітких правил контролю, які, по суті, є показниками його роботи. Управлінський облік являє собою додаткову систему контролю, організовану всередині підприємства її працівниками, розроблену для конкретної галузі і конкретного підприємства. Він передбачає формування внутрішніх звітів для цілей періодичного планування, контролю й оцінки, для прийняття рішень у нестандартних ситуаціях і у виборі ринкової політики підприємства. Управлінський облік пов'язує обліково-аналітичний процес із процесом управління. В його рамках розглядаються дані про витрати і результати господарської діяльності у розрізі необхідних для управління об'єктів з метою прийняття управлінських рішень, оптимізації фінансових результатів діяльності.

Специфіка управлінського обліку як складової частини контролінгу особливо просліджується у групуванні й обліку витрат, пов'язаних із випуском і реалізацією продукції. Контроль в його сучасному вигляді однозначно і повністю заперечує необхідність планування й обліку всіх витрат, доцільність калькулювання за повною собівартістю. Витрати групуються і враховуються за видами продукції та структурними підрозділами, які несуть витрати. Рівень доходу допомагає менеджеру вирішити, який вид діяльності варто розвивати. При орієнтації на прибуток за рахунок скорочення статей собівартості

продукції та послуг спрощується її нормування, облік, контроль і до того ж покращується облік і контроль умовно-постійних, накладних витрат, оскільки їх сума за конкретний період показується у звіті окремим рядком, що наглядно демонструє їх вплив на величину прибутку підприємства[2].

Можливо зробити висновки, що із розвитком управлінських систем змінюються і функції контролінгу. У сучасних ринкових умовах менеджмент потребує якісно нової системи інформації. Тому необхідне формування адекватного обліково-аналітичного забезпечення прийняття управлінських рішень.

Контролінг відіграє дуже важливу роль в системі управління підприємством, будучи одним з найсучасніших і найефективніших систем керування підприємством, являє собою відособлену систему, економічна сутність якої полягає в динамічному процесі перетворення та інтеграції існуючих методів обліку, аналізу, планування, контролю і координації в єдину систему отримання, оброблення інформації та прийняття на її основі управлінських рішень, а точніше – в систему управління підприємством, орієнтовану на досягнення усіх цілей, що постають перед підприємством[3].

Література:

1. Цигилик І. І., Мозіль О. І., Кірдякіна Н. В. Контролінг в системі управління. *Актуальні проблеми економіки*. 2005. №3. С. 117–123.
2. Стефаненко М. М. Використання контролінгу в системі управління підприємством. *Економіка та держава*. 2007. №2. С.24–26.
3. Мельник Т. М. Вдосконалення фінансового менеджменту підприємства на основі впровадження системи контролінгу. *Актуальні проблеми економіки*. 2004. №3. С.170–179.

КЛАСТЕРНА МОДЕЛЬ РЕГІОНАЛЬНОГО РОЗВИТКУ

Серьогіна Д. О., к.е.н.

*Харківський національний університет
міського господарства імені О. М. Бекетова*

Бізнес є лідером у тріаді влада-бізнес-наука й рушієм у процесі розвитку різних форм просторової інтеграції бізнесу. Високий рівень ділової активності сприяє налагодженню співпраці в рамках індустріальних, технологічних парків та кластерів загалом, що в кінцевому підсумку сприяє розвитку не лише окремих бізнес-структур, а цілого регіону. Найбільші компанії світу, найпотужніші наукові установи та університети, політичне керівництво країн, регіонів та міст так чи інакше мали практику участі у «кластерах», а найчастіше складали їх ядро. В Україні перші спроби імплементації зарубіжного досвіду формування кластерів у регіонах були виявлені ще в 1998 році (створення першого галузевого кластеру «Поділля перший»). Станом на 2020 рік можна відмітити чергову актуалізацію проблеми кластерів та її включення у порядок

денний державних підприємств та органів державного управління. У низці чинних документів щодо стратегічного розвитку України та регіонів визначено завдання щодо стимулювання створення кластерів як локомотивів економічного зростання.

Планом уряду на найближчий час передбачено розвиток промислових кластерів. Для реалізації цього завдання слід використовувати інформацію стосовно стану кластерного регіонального розвитку та готовності суб'єктів бізнесу до роботи в умовах узгодження партнерських інтересів.

На сьогодні чинники законодавчого, економічного, політичного, соціального, інноваційного спрямування перешкоджають поширенню кластерної моделі регіонального розвитку економіки України. Вирішення зазначеної проблеми можливе за умови розробки єдиної державної кластерної політики, перевагами якої має стати:

- формування інституційного середовища;
- реалізація розроблених інвестиційних програм, програм розвитку венчурних фондів, а також програм підтримки малого бізнесу, особливих економічних зон та технопарків;
- впровадження проектів законодавчої підтримки кластеризації національної економіки;
- розробка регіональних програм сприяння підвищення конкурентоспроможності учасників кластеру;
- спонукання учасників ринкових відносин до створення кластерів.

У Харківській області наявні 7 регіональних та міжрегіональних діючих кластерних утворення, що може свідчити про можливість подальшого кластерного розвитку за наявності певної бази. У 2020 році Харківські кластерні утворення зосереджуються на питаннях підвищення ефективності учасників, а не на досягненні високих показників соціально-економічного розвитку територій їх розміщення, що загалом буде чинити негативний вплив і приведе до зниження їх загальної продуктивності, а отже і до втрати інтересу членів кластера до кооперації. Дослідження досвіду функціонування існуючих регіональних кластерів дає можливість стверджувати про необхідність їх підтримки, враховуючи початковий етап інституалізації кластерних ініціатив.

Аналіз функціонування регіональних кластерів національної економіки дозволяє відокремити їх основні особливості:

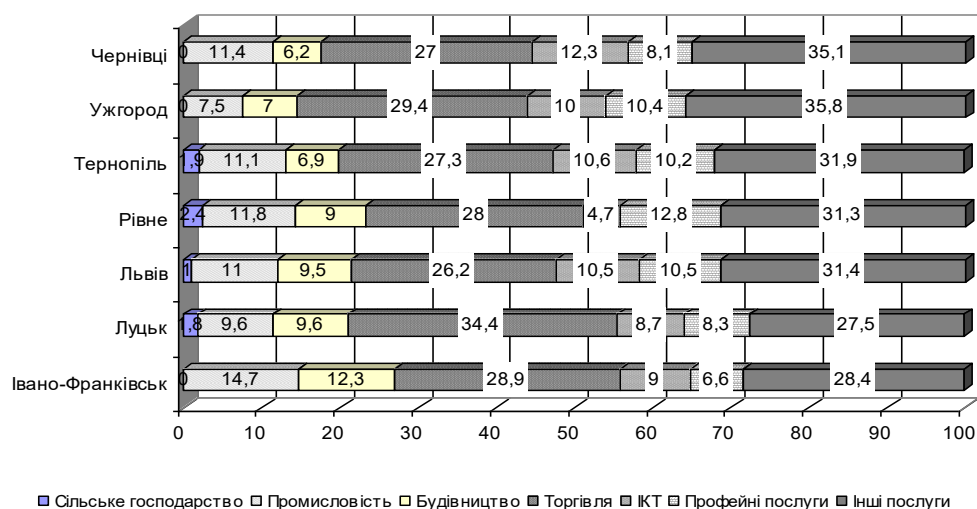
- регіональні кластери виникають як результат співпраці вітчизняних науковців та бізнесу за ініціативи міжнародних фахівців, залучення іноземних інвестицій;
- на противагу кластерним ініціативам в країнах Європи більшість національних кластерів орієнтуються на галузі традиційної промисловості, а не на розвиток високотехнологічних ініціатив;
- наявні кластери в Україні мають регіональний характер та поки знаходяться на стадії виникнення та становлення, що є причиною короткого строку співпраці учасників, їх незначної кількості, а також слабких внутрішніх зв'язків. Харківська область долучилась до процесів кластеризації, однак

дослідження цього питання доводить наявність перешкод у зазначеному процесі та необхідність встановлення та укріплення взаємодії між всіма учасниками кластерного утворення, налагодження міжрегіональних зв'язків для ефективного функціонування.

СТРУКТУРНА ТРАНСФОРМАЦІЯ ВИДІВ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМНИЦЬКОГО СЕКТОРУ У МІСТАХ ЗАХІДНОГО РЕГІОНУ УКРАЇНИ

*Синюра-Ростун Н.Р. к.е.н., науковий співробітник
ДУ «Інститут регіональних досліджень ім. М.І. Долишнього НАН
України»*

Розвиток підприємництва є одним із пріоритетних напрямів регіональної економічної політики, оскільки пов'язаний із вирішенням низки соціально-економічних проблем у містах. Найкращі шанси в умовах глобальної економіки країна може отримати лише розвиваючи одночасно сировинно-переробну та інноваційну економіку. Конкретні пропорції між ними необхідно цілеспрямовано регулювати в процесі стратегічного планування структурних зрушень з урахуванням довгострокових інтересів як національних так і локальних громад. Основою розвитку економіки міст стало підприємництво. В містах обласних центрах Західного регіону України найбільш привабливими видами діяльності для ведення бізнесу стали сектори сфери послуг, у якій було створено понад 70% суб'єктів підприємницької діяльності. Найвища частка припадала на сектор торгівлі (від 26 до 34%), що зумовлено невисокими комерційними ризиками розвитку даного виду бізнесу, швидкою окупністю витрат та оновленням товарного асортименту тощо. У інших видах послуг (бізнес, що працює у сферах транспортних послуг, мистецтва та спорту, освіти та охорони здоров'я, фінансів та інших галузей, що належать до сфери послуг) працювало від 27 до 35% підприємців (мале та мікропідприємництво), активно розвивається сектор ІКТ (рис. 1).



**Рис. 1. Розподіл опитаних підприємств та ФОП
за секторами економічної діяльності у 2018 р., % [1]**

Особливості розвитку економіки міст обласного значення показують відсутність у більшості чіткої стратегії розвитку секторів економіки, які б співвідносилися зі світовими економічними процесами та технологічним устроєм (націленість на інновації, зелену економіку, циркулярну економіку тощо), натомість відбувається розвиток галузей які не потребують значних капіталовкладень та водночас дають швидку віддачу. Наприклад, у м. Червоноград Львівської області, що належить до міст промислово-індустріальних, відбувається зниження частки переробної промисловості, натомість відбувається зростання частки добувної промисловості та сфери послуг [2]. Стратегічним напрямом для розвитку підприємництва у більшості міст залишається сфера туризму, на розвиток якої звертають увагу не лише міста туристичні центри (наприклад Яремче), а й міста промислово-індустріальні, які однак мають багату культурно-історичну спадщину (Чортків, Мукачево, Володимир-Волинський тощо). Наприклад, стратегічною ціллю органів місцевого самоврядування м. Дубно є перетворення міста до 2022 р. на регіональний центр туризму з розвиненою інфраструктурою та стимулювання розвитку туристичної сфери шляхом створення нового туристичного кластеру [3]. Незважаючи на те, що кількісні показники розвитку малого підприємництва у містах зростають, у загальному економічному розвитку міст їх частка все ж залишається не такою значною (наприклад частка малих підприємств у м. Мукачево за обсягами реалізованої продукції (товарів, послуг) є лише 20%, а за кількістю зайнятих працівників – 25%) [4].

Стратегічне рішення щодо розвитку економіки у містах полягає у поступовій зміні структури економіки в бік інноваційних високотехнологічних енергоефективних та екологічно безпечних виробництв, розвиток секторів сфери послуг із високою доданою вартістю та експортоспроможністю. Водночас, місцева політика стимулювання розвитку підприємництва повинна бути націлена на: формування якісної регуляторної політики; розвитку кадрового потенціалу для забезпечення потреб бізнесу; формування маркетингової стратегії з популяризації та підтримки бізнесу; залученні міжнародних програм з підтримки бізнесу; консалтингову допомогу по залученні інвестицій та інформаційному забезпеченні, створенні міських агенцій підтримки малого бізнесу.

Література:

1. Індекс конкурентоспроможності міст України 2019/2020. Аналітичний звіт. Частина 2. Профілі міст. URL: http://www.ier.com.ua/ua/mci/Report_19-20.
2. Основні показники економічного і соціального розвитку м. Червонограда за 2009 - 2019 роки. URL: <http://www.chervonograd-city.gov.ua/>.
3. Стратегія сталого розвитку міста Дубна до 2022 р. URL: https://dubno-adm.gov.ua/fileadmin/user_upload/Ekonomika/Strategija_Dubno_2020.pdf

4. Профіль міста Мукачево. Матеріали до Стратегії розвитку Мукачівської міської об'єднаної територіальної громади до 2027 року. 2020. URL: <https://mukachevo-rada.gov.ua/>.

СУТНІСТЬ СУБ'ЄКТІВ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

*Смачило В.В., канд. екон. наук, проф.
Попова Є., здобувач ступеню «магістр»
Харківський національний університет будівництва та архітектури*

Сучасні трансформації економічних систем передбачають соціалізацію бізнес процесів, що вимагає від представників підприємництва адаптуватися та формувати не лише економічну, споживчу, а й соціальну цінність в процесі своєї діяльності. Тому актуальною та своєчасною є дослідження так званого соціального підприємництва, яке активно поширюється теренами нашої країни, базуючись як на традиційних українських практиках меценатства й благодійності, так і на сучасних бізнес-моделях, що активно використовуються в західній науковій думці. Відсутність законодавчо врегульованого розуміння соціального підприємництва не заважає розвиватися даній діяльності як в науковому, так і у практичному сенсах.

Існує багато трактувань сутності соціального підприємництва та його суб'єктів – підприємств та підприємців. Так, відповідно до Проекту концепції розвитку соціального підприємництва [1], соціальним підприємництвом пропонується визнавати таку підприємницьку діяльність суб'єктів господарювання, яка відповідає одному або декільком з чотирьох критеріїв, що наведені в табл. 1.

Таблиця 1 – Критерії відповідності підприємницької діяльності соціальному підприємництву (сформовано на основі [1])

| | | |
|----------|---|---|
| КРИТЕРІЇ | 1 | соціальна мета діяльності суб'єкта господарювання має бути закріплена в його установчих документах або у договорах чи інших документах, що підтверджують соціальну мету його діяльності; |
| | 2 | суб'єкт господарювання частково або повністю спрямовує свій прибуток (дохід) на соціальну мету, провадить свою діяльність із соціальною метою, надає свої товари, роботи, послуги із соціальною метою, працевлаштовує осіб, що належать до вразливих категорій населення; |
| | 3 | суб'єкт господарювання добровільно публічно звітує не рідше ніж один раз на рік про результати свого соціального підприємництва відповідно до визначених ним показників та прогнозованих результатів; |
| | 4 | суб'єкт господарювання дотримується демократичної форми управління (тільки для юридичних осіб) або спрямовує частково чи повністю свій прибуток (дохід) на соціальну мету до суб'єкта, який здійснює діяльність з такою метою та дотримується демократичної форми управління. |

Дотримання вказаних критеріїв, на наш погляд, досить складно відстежити та встановити, наприклад, чи дотримується суб'єкт господарювання

демократичної форми управління. Щодо публікації звіту, то це потребуватиме від представника суб'єкта соціального підприємництва певних часових та фінансових витрат, що певним чином обтяжить його діяльність.

В Зеленій книзі соціального підприємництва в Україні наведено декілька трактувань соціальних підприємств (СП) (рис. 1).

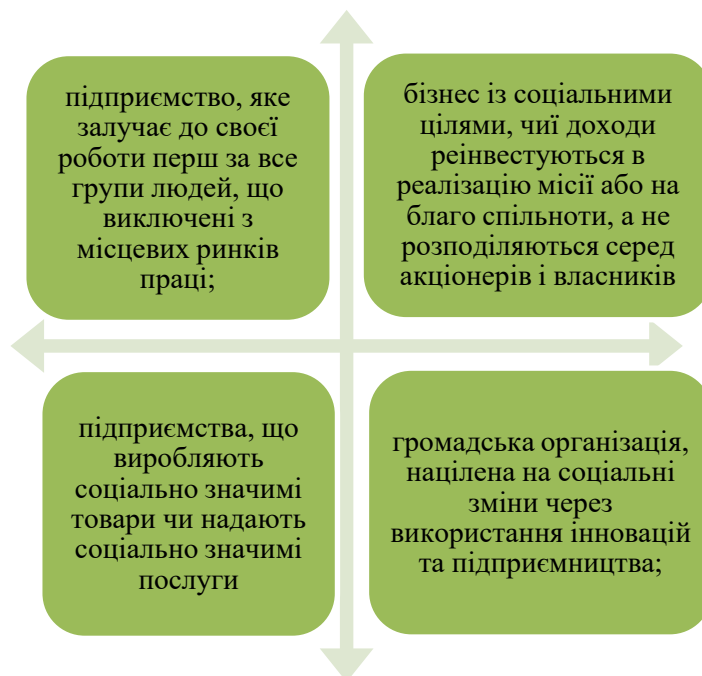


Рис. 1. **Визначення соціального підприємства**
(сформовано на основі [2])

З даного рисунку бачимо, що акцент робиться на соціалізацію цілей/місії, товарів/послуг, творення соціальних змін, інклюзію соціально вразливих верств населення до ринку праці

Враховуючи широку диверсифікацію та неузгодженість серед науковців різних шкіл, базовими в нашому дослідженні для формування критерію віднесення до соціального бізнесу буде соціальна мета, місія; спрямування частини доходу (прибутку) на соціальну мету; працевлаштування соціальних категорій населення; створення продуктів, що мають соціальне значення. Вказані критерії можуть поєднуватися в одній бізнес-моделі повністю або частково.

Підсумовуючи, можемо надати власне бачення суб'єкту соціального підприємництва – це суб'єкт господарювання (юридична або фізична особа), основною метою, місією якого є досягнення соціальної цілі через вирішення соціально значущої проблеми, шляхом здійснення підприємницької діяльності із працевлаштуванням соціальних категорій населення, створенням соціально важливих продуктів (послуг) та спрямуванні частини доходу (прибутку) на виконання означеної соціальної мети, місії.

Література:

1. Концепція розвитку соціального підприємництва в Україні

(проект). URL: <https://www.osce.org/uk/project-coordinator-in-ukraine/417257>.

2. Зелена книга соціального підприємництва в Україні. URL: <https://drive.google.com/file/d/1ujmBuxtH-rAw5bIdhPZoR1UoHKyMjQko/view>.

ОСОБЛИВОСТІ ПІДПРИЄМНИЦТВА В СФЕРІ ТУРИЗМУ

*Соколова Л.В., старший викладач
ЗВО «Міжнародний університет бізнесу і права», м. Херсон*

Підприємництво є необхідною умовою для забезпечення соціально-економічної стабільності та динамічного розвитку країни. Підприємницька діяльність в сфері туризму, яка інтенсивно нарощує свою роль і місце у створенні національного валового продукту більшості розвинутих країн світу, все частіше перетворюється в динамічний сектор економіки.

Надання туристичних послуг є об'єктом підприємницької діяльності всіх суб'єктів туристичної індустрії. Мета підприємництва в туризмі полягає в отриманні прибутку від надання споживачеві, яким виступає турист, комплексного туристичного продукту, що включає в себе розробку маршрутів, формування туристичних потоків за обраними маршрутами, забезпечення перевезення та розміщення туристів, організації екскурсій, надання інших пов'язаних з подорожами послуг.

Учасниками відносин пов'язаних з підприємництвом в туризмі виступають, з одного боку – фізичні та юридичні особи, які створюють туристичний продукт, надають туристичні послуги та здійснюють посередницьку діяльність із надання основних та супутніх послуг; з іншого – туристи (екскурсанти, відвідувачі), якими можуть бути громадяни України, іноземці та особи без громадянства, в інтересах яких здійснюється туристична діяльність.

До суб'єктів підприємництва в туризмі відносять туристичних операторів, туристичних агентів, інших суб'єктів, що надають послуги з тимчасового розміщення (проживання), харчування, екскурсійних, розважальних та інших туристичних послуг, сукупність яких формує туристичну інфраструктуру.

Згідно із Законом України «Про туризм» [1]: 1) Туристичні оператори (туроператори) – юридичні особи, створені згідно із законодавством України, для яких виключною діяльністю є організація та забезпечення створення туристичного продукту, реалізація та надання туристичних послуг, а також посередницька діяльність із надання характерних та супутніх послуг і які в установленому порядку отримали ліцензію на туроператорську діяльність; 2) Туристичні агенти (турагенти) – юридичні особи, створені згідно із законодавством України, а також фізичні особи – суб'єкти підприємницької діяльності, які здійснюють посередницьку діяльність з реалізації туристичного продукту туроператорів та туристичних послуг інших суб'єктів туристичної діяльності, а також посередницьку діяльність щодо реалізації характерних та супутніх послуг.

Нездоймінов В.Г. [2] до основних функції підприємницької діяльності в туризмі відносить: 1) Інноваційну – генерування сучасних технологій, новаторських ідей, бізнес-проектів для формування конкурентоздатного продукту; 2) Бізнесову – уміння ризикувати в турбізнесі; 3) Технологічну – дотримання технологій розробки, просування й продаж турпродукту на ринку; 4) Ресурсну – формування й ефективне використання власного та позичкового капіталу, туристичних, інформаційних та людських ресурсів; 5) Організаційно-супровідну – практична організація виробництва турпослуг, маркетингу, продажу, реклами, фінансового та податкового планування власного бізнесу; 6) Якісного сервісу – розробка заходів щодо залучення та розширення клієнтської мережі споживачів турпослуг, контролю якості послуг туристичного споживання; 7) Соціальну – забезпечення економічних інтересів найманого персоналу; 8) Формування гудвілу – прирощення нематеріальних активів за рахунок власної підприємницької концепції ведення турбізнесу, ділової репутації підприємства чи підприємця.

Загальноприйнята класифікація підприємницької діяльності із виділенням продуктивного (виробничого), комерційного, фінансового та консультативного видів підприємництва при застосуванні до сфери туризму потребує уточнення через особливості туристичних послуг, характерними рисами яких є:

1. Невідчутність – нематеріальний характер туристичної послуги свідчить про неможливість її продемонструвати, побачити, спробувати та оцінити до моменту отримання;

2. Нерозривність виробництва і споживання – надати туристичну послугу можна лише тоді, коли надходить замовлення або з'являється клієнт;

3. Мінливість якості – якість туристичної послуги залежить від того хто, де, і коли її надає; на якість впливає як професіоналізм зі сторони працівника сфери туризму так і особливості споживача, його унікальність, що вимагає високого ступеня індивідуалізації послуги до вимог туриста;

4. Нездатність до зберігання – туристична послуга не може бути накопичена та збережена для продажу у майбутньому, якщо потужності з надання послуги перевищують попит то втрачається прибуток.

Враховуючи вищенаведені особливості туристичних послуг, підприємницька діяльність в сфері туризму лише умовно може бути віднесена до певного виду підприємництва. Так до продуктивного підприємництва можна віднести як діяльність готелів, ресторанів, перевізників, екскурсійних бюро та інших суб'єктів підприємництва, які безпосередньо створюють туристичний продукт, так і діяльність туроператорів, яка спрямовується на організаційну підготовку туристичного продукту, часткове виробництво і просування до споживачів. Виконання турагентами функцій посередників та продавців туристичних турів потребує також від них додаткового виконання страхування та консультування і утворює змішаний вид підприємницької діяльності.

Література:

1. Закон України «Про туризм». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-вр> (дата звернення: 31.10.2020).

2. Нездоймінов С. Г. Туризм як фактор регіонального розвитку: методологічний аспект та практичний досвід: монографія. Одеса: Астропринт, 2009. 304 с.

ДЕЯКІ ПИТАННЯ ЩОДО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОГО АСПЕКТУ ІНФОРМАЦІЙНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙНОЇ СФЕРИ

*Терешко Ю.В., к.е.н., доцент
Одеська національна академія зв'язку ім. О.С. Попова
Кузьмиченко Н.І., магістрант*

З кожним роком зростає інтерес до дослідження економічного аспекту інформаційної безпеки, оскільки підприємства телекомунікаційної сфери змушені функціонувати та розвиватись в швидко мінливих умовах сучасного глобального світу, обумовлених загальною цифровізацією, широким застосуванням цифрових технологій, виконанням операцій з різного роду даними, що створює певні ризики для подальшого розвитку. Метою дослідження є формування адекватного уявлення і систематизація проблем забезпечення економічної складової системи інформаційної безпеки телекомунікаційних підприємств в умовах цифровізації економіки. Питання цифровізації різних сфер життєдіяльності вітчизняних регіонів, ефективного використання інструментів цифрового управління, просування цифрових продуктів і послуг, є актуальними і для телекомунікаційних підприємств, що діють в умовах нових викликів з боку зовнішнього і внутрішнього середовища, глобальних технологічних, економічних і соціальних змін. Бізнес-структури, органи державного і муніципального управління починають більш активно використовувати цифрові технології, застосовувати digital-стратегії і digital-платформи, що надають клієнтам можливості використання різних сервісів, що дозволяють здійснювати цифрове обслуговування через максимально зручні канали доступу. В результаті в регіональному середовищі починає формуватися своєрідне digital-простір, який обумовлює загострення проблеми інформаційної, економічної, суспільної безпеки, зростання стратегічних ризиків і загроз. У цих умовах для забезпечення безпеки функціонування та розвитку телекомунікаційних підприємств на етапі їх цифровізації необхідні значні зміни: технологічні, інфраструктурні, організаційні та ін.

Ці зміни стосуватимуться, в першу чергу, змін в законодавстві, цифровізації сфери послуг, створення потужних програмно-технічних комплексів інформаційної безпеки поряд зі створенням середовища для розвитку цифрового бізнесу, формуванням цифровий інфраструктури, цифрової культури населення, бізнесу і влади. Тобто, «великі виклики», інтенсивний

обмін і використання великих потоків даних, кардинальні зміни на ринку праці, та інші, значно актуалізують проблему забезпечення економічної складової інформаційної безпеки, обумовлюють необхідність формування в регіонах таких інституційних, ресурсних, інфраструктурних, соціальних та інших умов, які забезпечували б захист економічної системи телекомунікаційних підприємств від потенційних і реальних внутрішніх і зовнішніх загроз. Спроби ряду авторів структурувати проблеми регіональної економічної безпеки на етапі цифровізації привели до виділення трьох основних груп проблем: системних, структурних і галузевих [1]. До системних проблем регіональної безпеки найчастіше відносять проблеми, що стосуються умов розвитку економіки в найближчій і віддаленій перспективі: це залежність економіки від цифрових технологій інших країн, відсутність власної елементної бази, проблема міжрегіонального та внутрішньорегіональної «цифрової нерівності», зростання інформаційної злочинності.

До структурних проблем регіональної економічної безпеки відносять: залежність економіки від цін на енергоресурси, істотні зміни на ринку праці, надлишкову централізацію держуправління та ін. До галузевих проблем регіональної безпеки можна віднести: відсутність ефективних цифрових рішень для окремих галузей (наприклад, для сільського господарства, відсутність власної операційної системи), відставання від провідних країн у розвитку конкурентоспроможних інформаційних технологій тощо. Зазначені обставини роблять актуальною формування стратегії забезпечення економічної безпеки телекомунікаційних підприємств, в рамках реалізації якої необхідно:

- здійснювати моніторинг та аналізувати рівень економічної безпеки російських підприємств телекомунікаційної сфери в динаміці;
- оцінювати рівень економічної складової в системі інформаційної безпеки в складі кожного підприємства як єдиної економічної системи;
- виявляти значущі фактори, що впливають на рівень економічної безпеки підприємства, що визначають динаміку і характер економічного розвитку;
- аналізувати рівень економічної безпеки кожного підприємства в порівнянні з кращим вітчизняним рівнем;
- визначати найбільш проблемні сфери, стан яких визначає рівень економічної безпеки в регіонах, формувати напрями розвитку економіки проблемних територій; - враховувати великі виклики і головні тренди цифрової економіки, глобальні тенденції та вектори суспільного розвитку і технологічного прогресу.

Таким чином, в умовах стрімких змін, глобальних, технологічних, економічних та соціальних, управління економічною безпекою телекомунікаційних підприємств на всіх рівнях має враховувати можливості радикальних змін умов функціонування і розвитку економіки, забезпечувати гнучке реагування на ці зміни шляхом переходу до реалізації альтернативних варіантів, які повинні бути превентивно підготовлені, особливо, це стосується підприємств телекомунікаційної сфери з високим ступенем кризового навантаження. У цьому контексті не можна не погодитися з тезою про те, що

«для вирішення завдань забезпечення економічної безпеки підприємства першорядне значення має попередження загроз що тільки зароджуються, а не пасивне слідкування за подіями та реагування на негативні для підприємства ситуації у міру їх настання» [3].

Література:

1. Гончаров Г. О. Теоретичні та практичні основи вдосконалення системи економічної безпеки малого підприємництва в Україні : монографія. Полтава: Техсервіс, 2014. 331 с.

2. Базиліук Я. Б. та ін. Економічна безпека України в умовах гібридної агресії :аналіт. доп. К. : НІСД, 2017. 82 с.

3. Artemenko L. The system of enterprise economic security: international and Ukrainian content. *World Scientific News*, 57. 2016. P. 695–705.

ТЕОРІЯ КЛАСТЕРІВ І ОРГАНІЗАЦІЯ ЛОГІСТИЧНИХ СИСТЕМ

*Тодріна І.В., к.е.н., доцент,
Євсєєв С.Є., к.і.н., доцент*

Харківський національний університет будівництва та архітектури

Термін «кластер» від (англ. cluster) означає «пучок», «група». Ці терміни використовуються як наукові поняття, які здатні охарактеризувати явища, в яких одночасно присутнє як дещо загальне, так і дещо особливе.

Першість у постановці та розробці проблематики кластерів надають М.Портеру, професору Гарвардської школи бізнесу. На думку, М. Портера конкурентоздатність країни на світових ринках доцільно розглядати через призму конкурентоздатності не окремих фірм, а об'єднань компаній різних галузей, розташованих в одному регіоні. Головна увага акцентується на їх здатності ефективно використовувати певного регіону.

Кластерна форма організації має певні характеристики, які відрізняють її від будь-якої іншої форми. Вона являє собою групу підприємств, близькість та взаємозв'язок яких обумовлена: а) географічним сусідством; б) економічними зв'язками (постачальники та виробники продукції, інфраструктурні компанії); соціальною залежністю (освітні установи, які займаються підготовкою кадрів); г) системою державного управління. Зазначимо, що у кластерної форми організації є важлива перевага: комплекси, які входять до неї залишаються цілісними, їх ініціатива не пригнічується, вони напроти, отримують додаткові можливості саморозвитку.

Отже, кластер це багатопрофільний міжгалузевий комплекс з неоднорідною структурою, де формальний зв'язок доповнюється із неформальним, що призводить до більш тісної взаємодії його внутрішніх елементів. Взаємозв'язки та взаємозалежності підсилюються за рахунок підвищення усталеності вертикальної та горизонтальної технологічної інтеграції, заснованої на спільності цільових ринків.

Кластери у вигляді спільноти фірм взаємопов'язаних галузей, сприяють зростанню конкурентоздатності економічної системи в цілому та кожного окремого її елемента. Для економічної системи країни вони відіграють роль ключових точок росту внутрішнього ринку. Економічна вигода кластерного методу знаходить свій прояв по усім напрямкам зв'язків: нові виробники із суміжних галузей стимулюють розвиток наукових розробок, впровадження інноваційних стратегій; вільний обмін інформацією сприяє швидкому розповсюдженню інновацій по каналам постачальників та виробників, які контактують із чисельними конкурентами; взаємозв'язки всередині кластеру приводять у дію нові інструменти конкуренції та породжують додаткові можливості розвитку.

В дослідженнях найчастіше виділяють наступні характеристики кластерів: 1) територіальна локалізація підприємств; Це відкриває підприємствам доступ до використання ресурсів, що локалізовані на даній території та мають обмежену мобільність. З'являється можливість більш інтенсивного обміну інформацією щодо особливостей організації бізнесу, технологій, наявності специфічних ресурсів, які потрібні кластерам для створення позитивних зовнішніх ефектів. 2) Наявність тісних зв'язків підприємств як на ринках ресурсів, так і на ринках товарів і послуг. 3) Конкуренція підприємств, що займаються розробкою, виробництвом і просуванням товарів (послуг), які є близькими субститутами. В системі кластеру економічні суб'єкти взаємодіють один з одним на тлі переплетіння конкуренції та співробітництва.

В європейських країнах вже давно накопичений певний практичний досвід кластеризації економіки. Кластерну політику традиційно визначають три основних параметри: географія можливого кластеру; сектор; вигодонабувач фінансової державної або регіональної підтримки. Необхідною умовою отримання такої підтримки з боку держави є реальне співробітництво усередині кластеру публічного сектору, бізнесу та науки.

Кластерна політика реалізується у тому числі шляхом розвитку логістичної інфраструктури на підставі концепції «єдиного вікна», яка дозволяє підвищити регіональну і, як наслідок – національну, конкурентоздатність. Запровадження механізму «єдиного вікна» безпосередньо пов'язано із раціоналізацією митних процедур, що дозволяє суб'єктам кластерних утворень, які приймають участь у торговельних та транспортних операціях, надавати стандартизовану інформацію та уніфіковані документи з використанням єдиного пропускового каналу для виконання усіх регулятивних вимог щодо імпорту, експорту транзиту.

Можна визначити основні параметри програми створення «єдиного вікна»:

- інформацію про обсяги торгівлі отримує єдиний орган, який розповсюджує її серед усіх державних структур та координує заходи контролю з метою попередження виникнення перешкод у логістичній системі постачань.
- наявність єдиної автоматизованої системи збору та розповсюдження

інформації, в межах якої інтегровані процеси електронного збору і розповсюдження (зберігання) даних, що стосуються транскордонної торгівлі.

- наявність автоматизованої інформаційно-операційної системи, за допомогою якої учасник торгівлі має можливість надавати електронні торговельні декларації різноманітним органам для обробки та підтвердження методом однократного запису.

Література:

1. Некрасова Л. А. Формування кластеру як напрямку інноваційного розвитку економіки. *Економіка*. 2014. № 2 (12). С. 132–138.

2. 7 міфів про кластери, що перешкоджають розвитку промисловості та хай тек в Україні. *Industry4ukraine.net*: веб-сайт. URL: <https://www.industry4ukraine.net/publications> (дата звернення: 13.11.2020).

3. Юрчак О. Що необхідно для розвитку кластерів в Україні. *gmk.center/ua*: веб-сайт. URL: <https://gmk.center/ua> (дата звернення: 13.11.2020).

ПІДПРИЄМНИЦЬКІ НАВИЧКИ ЯК ОСНОВА РОЗВИТКУ ТРАНСФОРМАЦІЙНОЇ ГРАМОТНОСТІ

Халіна В.Ю., к.е.н., доцент

Харківський національний університет будівництва та архітектури

Трансформаційна грамотність – це здатність системи реагувати на виклики руйнування способами, які виходять за рамки зусиль з простої оптимізації статус-кво. Це здатність системи усвідомлювати і погоджувати майбутні можливості в міру їх появи. Ця здатність заснована на глибокому слуханні, відчутті соціального поля і в активізації впевненості в діях, щоб стимулювати колективні дії, що впливають із загального розуміння і усвідомлення всього [1].

Зараз у світі відбуваються наймасштабніші трансформації за останні кілька десятиліть. Їх концентрація настільки велика, що, безперечно, викликає занепокоєння, страх і, звичайно, супротив у більшості людей. Звідси впливає необхідність розвитку трансформаційної грамотності, яка покликана нівелювати негатив по відношенню до змін і стимулювати пошук можливостей у будь-якій кризовій ситуації.

Підприємництво є тим видом діяльності, який найбільш болісно реагує на зміни, що мають місце сьогодні. Бізнес різного масштабу стикається з викликами, які генеруються та трансформуються щодня і має бути готовий до адаптації.

За статистикою, кожен другий житель Європи, хоч раз організував свій стартап або брав у ньому участь. І багато бізнес-невдач зумовлені саме відсутністю підприємницьких навичок, які варто розвивати якнайраніше, бажано ще у школі [2].

Цього року традиційно на Світовому Економічному Форумі були

озвучені навичок майбутнього. Виконавчий голова форуму професор Клаус Шваб наголосив, що зараз ми маємо у своєму розпорядженні інструменти, а щедрість технологічних інновацій, що визначають нашу сучасну епоху, можна використати, щоб розкрити людський потенціал. До 2025 року 50% усіх співробітників потребуватимуть перекваліфікації, оскільки впровадження технологій зростає, згідно зі звітом Світового економічного форуму про майбутнє робочих місць. Критичне мислення та вирішення проблем посідають перше місце серед навичок, за якими, на думку роботодавців, зростатиме популярність у найближчі п'ять років. Нещодавно з'явилися такі навички самоуправління, як активне навчання, стійкість, толерантність до стресу та гнучкість [3]. Глобальна пандемія, яка зараз триває, спонукає нас, і усе суспільство активніше застосовувати нові технології в житті та на роботі й підтверджує важливість медійної та інформаційної грамотності. А у світі постправди та жорстких реалій українського інформаційного простору медіаграмотність для кожної людини – це справді необхідний інструмент для захисту від дезінформації та фейків.

У майбутньому (до 2040 р.) затребуваними компетентностями будуть ті, які не зможуть генерувати машини та роботи, а саме: здатність приймати рішення, аналізувати можливі втрати і вигоди від майбутніх дій; генерування ідей, причому важлива не їх якість, а, як не дивно, кількість, з яких штучний інтелект буде прораховувати можливі варіанти; вміння персоніфіковано навчати інших; вміння розуміти довгострокові результати навчання і вплив на них отриманої нової інформації; оригінальність; творче мислення; адаптивність; винахідливість; крос-функціональність та міждисциплінарність.

Тож, слід наголосити на тому, що в майбутньому винахідливість буде найбільш популярним навиком, і педагоги, що піклуються про своїх учнів, повинні створювати навчальні програми, аби забезпечувати саме такі вміння.

Інструментами для розвитку підприємницьких навичок, які є найбільш ефективними, виступають: стажування для студентів у діючому бізнесі, досвід підприємництва, який на відміну від стажування, досвід підприємництва пропонує студентам, у яких є життєздатна ідея і бажання розвивати свій бізнес, можливість рік побути підприємцем, робота з кейсами (все більш популярною формою групової роботи над практичними завданнями стають хакатони), схеми наставництва, послуги інкубаторів.

Янінг Дуан, представник University of Bradford, називає такі правила вдалої навчальної програми: впровадження підприємницької освіти як позитивної розвиваючої діяльності; заохочення самооцінювання для студентів, щоб ті зрозуміли, наскільки добре розвинули свої навички; пов'язання навчання з прикладами підприємців і перевагами, які вони приносять бізнесу [4].

Загалом більшість видів діяльності, професійної і не дуже, які з'являться у майбутньому, будуть покликані зберегти цілісність екосистеми, життя та здоров'я людей та тварин, ресурси для подальших поколінь та гарантувати безпеку кожному. Таким чином, забезпечуючи досягнення встановлених глобальних цілей сталого розвитку.

Література:

1. Otto Scharmer. The Darkest Hour Is Just Before the Dawn. URL: <https://cutt.ly/UgOYJvT> (дата звернення 31.10.2020).
2. Гриценко М. Навички 2030: які скіли будуть потрібні для роботи у найближчому майбутньому? URL: <https://happymonday.ua/navychky-majbutnogo-dlja-roboty> (дата звернення 30.10.2020).
3. Official site World Economic Forum. URL: <https://www.weforum.org> (дата звернення 31.10.2020).
4. Як розвивати підприємницькі навички студентів у креативних індустріях: досвід Великобританії. URL: <https://cutt.ly/tgOlzjE> (дата звернення 31.10.2020).

АНАЛІЗ ЗАДОВОЛЕНOSTІ УЧАСНИКІВ СИСТЕМОЮ ПУБЛІЧНИХ ЗАКУПІВЕЛЬ

*Халіна В.Ю., к.е.н., доцент
Душнюк Д.В., магістрантка*

Харківський національний університет будівництва та архітектури

У 2015 році стартував пілотний проект ProZorro. Тоді ж до системи приєдналися і перші підприємці. Згідно з проведеним опитуванням, 92% респондентів серед тих, хто приєднався, уже мали досвід роботи з державними закупівлями. Те, що «нових» компаній було небагато, можна пояснити недовірою до новоствореної системи і, відповідно, неготовністю брати в ній участь.

Близько половини опитаних учасників публічних закупівель у 2019 році – це ті, хто бере участь у конкурентних закупівлях ще з пілоту системи у 2015-2016 рр. Вони вирішили продовжувати брати участь у торгах, мають значний досвід і можуть поділитися думкою, змінилася система чи ні та які в ній існують проблеми. Таким чином, 73,3% постачальників брали участь у державних закупівлях до створення системи ProZorro; 70,0% – беруть участь у тендерах у середньому від одного і більше разів на місяць; 22,4% почали подавати свої пропозиції у ProZorro з 2015 року (57,1% з 2016 та 2017 рр.); 26,0% узяли участь за весь період роботи в менше 10 закупівлях [1].

У 2019 році приблизно 2/3 респондентів або збільшили свою активність у ProZorro, або залишили її на рівні минулих років. Перестали подавати пропозиції лише 7% опитаних. Варто зазначити, що, можливо, дослідження не охопило тих учасників, які незадоволені системою і не працюють у ProZorro і тому не взяли участі в опитуванні. Водночас такий розподіл важливий для розуміння, як різні категорії учасників ставляться до проблем у ProZorro та чим пояснюється їхнє рішення.

Половина опитаних (54%) здебільшого задоволена системою ProZorro (поставили оцінку «4» або «5»), а про свої наміри продовжувати брати участь у закупівлях зазначили 70% респондентів. Ще 17% вагаються, проте скоріш за

все продовжать працювати в ProZorro [2].

Більше задоволені ProZorro ті, хто давно і часто бере участь у торгах. Скоріш за все це пов'язано з тим, що такі учасники вже мають досвід роботи з системою, вигравали в конкурентних закупівлях, розуміють, як це працює, і, можливо, менш схильні бачити все в чорно-білих тонах.

Опитування також показало, що більш задоволений учасник, вірогідніше, буде активніше подаватися на торги у 2019 році порівняно з попередніми роками. І навпаки, менш задоволений учасник зменшує свою активність у 2019 році порівняно з попередніми періодами. Найменш задоволені повністю припинили брати участь.

Цікаво, що дещо більше задоволені системою ті учасники, які раніше не брали участі в державних закупівлях (до створення ProZorro). Водночас серед тих, хто вже працює в ProZorro, більш задоволені системою ті, хто розпочав роботу ще в часи пілотного проекту (лютий 2015-липень 2016 рр.). Задоволеність ProZorro майже не залежить від того, у яких закупівлях респондент брав участь – надпорогових чи допорогових. Рівень задоволеності майже не залежить від сфери закупівель. Дещо менше за інших задоволені учасники торгів у сферах «нафтопродукти», «будівельні роботи» та «електротехніка». Дещо більше – у сферах «меблі» і «сільськогосподарська продукція» [1].

За результатами аналізу даних електронної системи закупівель варто відзначити, що кількість та очікувана вартість завершених закупівель продовжили зростати. Порівняно з 2017 роком кількість всіх закупівель зросла на 25%, а очікувана вартість – на 31% . Успішно завершено 1,084 млн закупівель, в яких 1,115 млн лотів з очікуваною вартістю 657,710 млрд грн. Також спостерігається підвищення кількості учасників закупівель на 16% та організаторів закупівель на 5%. Хоча обсяг закупівель, кількість учасників та організаторів зросли порівняно з попереднім звітним роком, конкуренція в конкурентних надпорогових процедурах закупівлі знизилася з 2,69 на 2,67 [2]. При цьому залишається актуальною низка питань щодо допущення порушень та помилок при проведенні процедур закупівель. Виправлення цієї ситуації можливо шляхом посилення превентивного контролю та подальшої автоматизації закупівельного процесу.

Література:

1. Звіт про результати аналізу щорічного звіту Міністерства економічного розвитку і торгівлі України, що містить аналіз функціонування системи публічних закупівель та узагальнену інформацію про результати здійснення контролю у сфері закупівель. URL: https://rp.gov.ua/upload-files/Activity/Collegium/2019/12-2_2019/Zvit_12-2_2019.pdf. (дата звернення: 14.11.2020).

2. Звіт, що містить аналіз функціонування системи публічних закупівель та узагальнену інформацію про результати здійснення контролю у сфері закупівель. URL : <https://rp.gov.ua/PressCenter/News/?id=315> (дата звернення: 15.11.2020).

РОЗВИТОК СФЕРИ ПУБЛІЧНИХ ЗАКУПІВЕЛЬ ЧЕРЕЗ ПРОФЕСІОНАЛІЗАЦІЮ

Халіна В.Ю., к.е.н., доцент

Сефер О., магістрантка

Яковлева Л., магістрантка

Харківський національний університет будівництва та архітектури

В Україні програма професіоналізації здійснюється під патронатом Мінекономрозвитку і охоплює ряд закладів вищої освіти, як державних, так і приватних, а також представлена запровадженням курсів підвищення кваліфікації, семінарів та тренінгів від громадських організацій, приватних освітніх організацій та державних установ. Але на сьогоднішній день цей процес не має ознак єдиного механізму і викликає багато питань безпосередньо у майбутніх фахівців, які хотіли б пройти професіоналізацію та здобути певні знання, вміння та навички в цій сфері. Тому розробка організаційно-економічного механізму професіоналізації публічних закупівель та упорядкування відносин у цій сфері є актуальним питанням, яке потребує вирішення для підвищення ефективності всієї системи публічних закупівель.

Отже, так як сфера публічних закупівель є напрочуд важливою для держави, оскільки пов'язана з використанням бюджетних коштів, то підготовка спеціалістів потребує особливих уваги та підходу з боку ЗВО. Зацікавленість профільного міністерства у підготовці кадрового резерву повинна спонукати його працювати у міцному зв'язку з Міністерством освіти і науки України для підтримки та лобювання інтересів ЗВО у підготовці спеціалістів у цій сфері, що наприкінці призведе до повної та всебічної професіоналізації публічних закупівель в Україні та виведе їх на глобальні ринки. Нижче представлена приблизна узагальнена дорожня карта провайдингу професіоналізації в сфері публічних закупівель в Україні [1].

Професіоналізація в загальному розумінні можна розглядати як процес оволодіння професійними вміннями, знаннями, навичками та компетентностями, необхідними для ефективної діяльності в тій чи іншій сфері та адаптацію до професійного середовища, вона є безперервним процесом розвитку особистості як професіонала та має ряд ознак: освоєння тієї чи іншої професії (професійне навчання); входження індивіда в професійне середовище і засвоєння досвіду; оволодіння стандартами і цінностями певної професійної групи (професійна спеціалізація), розвиток спеціальних ознак такої групи.

На сьогоднішній день освіта в сфері публічних закупівель представлена в Україні переважно курсами підвищення кваліфікації для різних категорій учасників цього процесу. Університетська освіта в цьому напрямі ще тільки розвивається і репрезентована у кількох ЗВО переважно окремими модулями чи темами [2].

До 01 січня 2022 року кожному здобувачу посади уповноваженої особи замовника в сфері публічних закупівель необхідно буде пройти тестування у

відповідності до затвердженого порядку і реалізації у електронній системі закупівель [3].

Очевидною є необхідність підготовки фахівців, по перше, до складання тестування, по-друге, до здійснення професійної діяльності. Для підготовки фахівця в сфері публічних закупівель пропонується організаційно-економічний механізм професіоналізації, який включає 4 форми підготовки, а саме:

-навчання на освітній програмі у ЗВО. Ця форма професіоналізації охоплює весь спектр компетентностей, якими має оволодіти фахівець в сфері публічних закупівель, при цьому використовуються сучасні методи навчання, які запаралелені з практичною підготовкою та отриманням досвіду від спеціалістів-практиків у сфері публічних закупівель;

-курси підвищення кваліфікації, які покликані оновити та актуалізувати знання, що напрочуд важливо саме в сфері публічних закупівель, якій властиві часті зміни у законодавчому та процедурному полі;

-курси з підготовки до тестування уповноважених осіб в сфері публічних закупівел – форма професіоналізації в сфері публічних закупівель, запропонована автором даного дослідження, з метою підготовки до складання тесту уповноваженої особи. Це одноразове цільове навчання для поглиблення знань нормативно-законодавчої бази;

-семінари, тренінги в сфері публічних закупівель (ця форма професіоналізації використовується за необхідності, під час, наприклад, локальних змін, знання сутності яких необхідно гармонійно інтегрувати в загальну в загальний масив знань та навичок в сфері публічних закупівель.

Таким чином, професіоналізація – найлогічніший шлях розвитку сфери публічних закупівель. Більш того, слід наголосити, що без професіоналізації вся філософія, за якою існує ProZorro знецінюється, втрачаючи міцне підґрунтя виховання нової генерації фахівців, для яких принципи ProZorro будуть зрозумілими і природними.

Література:

1.Смачило В. В., Халіна В. Ю. Сучасні напрями провайдингу професіоналізації у сфері публічних закупівель: колективна монографія. Варшава, 2017. 112 с.

2.Звіт про університетську освіту у сфері публічних закупівель у державах-членах ЄС. URL: http://eupublicprocurement.org.ua/wp-content/uploads/2016/07/REPORT-on_PP-Masters_UKR.pdf (дата звернення: 14.11.20).

3.Щодо організації закупівельної діяльності замовника: Лист Мінекономрозвитку від 10.04.2020 р. № 3304-04/24218-06.

ІННОВАЦІЙНІ НАПРЯМИ ПІДПРИЄМНИЦТВА В ТУРИЗМІ

*Чорна Л.В., к. п. н., доцент
ДВНЗ «Прикарпатський національний*

В умовах українського сьогодення, пов'язаного з процесами децентралізації та самостійності територіальних громад у питаннях стратегічних напрямів розвитку, актуальним постає проблема кластерного підходу до розвитку, оскільки останній забезпечує максимальну реалізацію потенціалу місцевості та зумовлює підвищення її конкурентоздатності.

Вивчення досвіду кластеризації показало, що така модель підприємництва набула значного поширення. Це обумовлено тим, що кластер – це інноваційна структура, її інноваційність забезпечує її конкурентоспроможність [1, с. 73]. Завдяки кластерним утворенням можливо: стимулювати розвиток малих і середніх підприємств; ефективно використовувати нові ринкові механізми впливу на соціально-економічний розвиток території; підвищити інвестиційну активність в місцевості кластера; збільшити відрахування до місцевих бюджетів; підвищити рівень зайнятості населення; забезпечити зростання попиту на товари місцевого виробництва. На додаток, науковці вважають, що результати спільної діяльності в межах кластера значно вищі і сприяють виникненню додаткової одиниці ефекту, яка власне і позначає синергетичний ефект.

Розробником теорії конкурентних переваг є професор Гарвардської школи бізнесу М. Портер. За визначенням М. Портера кластери – це географічні концентрації взаємопов'язаних господарською діяльністю компаній, спеціалізованих постачальників, постачальників послуг, бізнес-структур суміжних галузей та асоційованих інституцій на зразок університетів, закладів стандартизації та торговельних асоціацій, які як конкурують між собою, так і співпрацюють [2, с. 256]. Відповідно до дефініції Портера М. у співпраці з Дельгадо М. кластер також визначається як географічна концентрація тих галузей, які пов'язані між собою знаннями, вміннями, ресурсами, попитом та іншими видами зв'язків.

У сучасному науковому трактуванні кластер – це сукупність різнопрофільних організацій, об'єднаних на добровільних засадах задля реалізації конкретних завдань та досягнення таких результатів діяльності, які кожне окремо взяте підприємство досягти самостійно не змогло б.

Інтегрована територіально-виробнича форма ведення підприємництва набула широкого поширення у різних сферах господарювання, включаючи туристичну сферу. Науковцями доведено, що туристична індустрія створює мультиплікативний ефект, оскільки її діяльність позитивно позначається на розвитку таких споріднених видів бізнесу як: готельного, ресторанного, будівельного, транспортного, торговельного та інших.

В Європейському Союзі сформована політика розбудови кластерів, яка представлена у конкретних урядових документах, зокрема в «Маніфесті кластеризації ЄС» і Кластерному меморандумі. У 2009 р. було створено таку організацію як Європейська ініціатива кластерної досконалості, яка здійснює аналітику кластерного розвитку, напрацьовує практичні рекомендації щодо

управління кластерними структурами та поширює досвід їх діяльності.

Вітчизняні вчені констатують наявність певних протиріч у підходах до розбудови кластерів на теренах України: не напрацьовано заходи щодо врегулювання діяльності кластерів, не прийнято жодного спеціалізованого нормативно-правового акту з регулювання даного процесу, проте у різних нормативних документах використовується термін «кластер» без його обґрунтування і констатується наявність такого виду підприємств у господарстві країни. Єдиним законодавчим актом виступає Закон України «Про зайнятість населення». Статтею 16 даного закону закріплено за державою функцію реалізації політики у сфері зайнятості завдяки розвитку сільського аграрного туризму та кластерів народних художніх промислів.

Першість у формуванні кластерів у туризмі нашої країни пов'язують з м. Кам'янець-Подільським. Тут впродовж першого десятиліття 2000-х років було організовано три кластерні структури, які спеціалізуються на культурно-пізнавальному та сільському зеленому туризму. Позитивну динаміку демонструє туристичний кластер «Кам'янець». Число туристів як внутрішніх, так і в'їзних щороку зростає. Другий кластер «Подільська гільдія ремісників» має виражений ремісничий характер і зорієнтований на відродження народних промислів, виробництво та реалізацію сувенірної продукції.

На особливу увагу заслуговує діяльність кластеру «Оберіг». Завдяки його діяльності відбулося перетворення сільської місцевості на центр відпочинку зі зростаючим числом відпочиваючих в агрооселях.

Географія кластерів широка, вони створені у різних частинах країни: «Південне туристичне кільце» – туристичний кластер сформований на базі 12 міст південних областей: Одеської, Миколаївської, Херсонської; туристично-рекреаційний кластер «Гоголівські місця Полтавщини», діяльність якого спрямована на організацію та популяризацію туристичних маршрутів, пов'язаних з життям відомого письменника, розбудову інфраструктури та рекреаційних зон. В Івано-Франківській області функціонує кластер з виробництва сувенірів «Сузір'я». В умовах сучасності розробляється модель розвитку народних художніх промислів на базі кластеру «Ліжникарство та інші народні художні промисли на Прикарпатті». На додаток, напрацьовано досвід організації кластерів міжрегіонального рівня – «Подільсько-Буковинський туристичний кластер», структурними одиницями якого є 3 міста-представника різних областей, а саме м. Кам'янець-Подільський, м. Чернівці та м. Хотин.

Таким чином, такий інноваційний напрям підприємництва як кластер набув значного практичного застосування в Україні, незважаючи на відсутність його законодавчого закріплення.

Література:

1. Буняк Н. М. Кластерна парадигма сучасного інноваційного розвитку. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: «Економіка і менеджмент»*. 2017. № 25. С. 73–76.
2. Портер М. Э. Конкуренция; пер. с англ. М. : Вильямс, 2005. 608 с.

ПРОБЛЕМИ ЗАЛУЧЕННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОГО СЕКТОРУ ДО ОБҐРУНТУВАННЯ РЕГІОНАЛЬНОЇ СМАРТСПЕЦІАЛІЗАЦІЇ

*Швець Н.В., к.е.н., докторант
Інститут економіки промисловості НАН України, м. Київ*

Для динамічного розвитку економіки України та підвищення її глобальної конкурентоспроможності вкрай важливо активізувати інвестиційно-інноваційну діяльність підприємницького сектору, отже, забезпечити швидкі нововведення та розширення внутрішніх і зовнішніх ринків. Європейські країни для досягнення таких цілей розробляють та реалізують дослідницькі та інноваційні стратегії розумної спеціалізації (Research and Innovation Strategies for Smart Specialisation – RIS3).

Підхід смартспеціалізації, спрямований на пошук і розвиток ключових пріоритетів і конкурентних переваг, що визначаються унікальним потенціалом кожної території, є одним із сучасних інструментів національного/регіонального розвитку, здатних інтенсифікувати інноваційні процеси для досягнення розумного, сталого та інклюзивного росту економіки.

Успішна реалізація концепції смартспеціалізації передбачає тісний взаємозв'язок та продуктивну співпрацю між регіональною владою, бізнесом, наукою й освітою. Налагодження такого партнерства почалося зі створення робочих груп у рамках процесу розроблення стратегій розвитку регіонів. Чинною Методикою (затвердженою Міністерством регіонального розвитку, будівництва та житлово-комунального господарства України) передбачено формування зазначених груп із представників усіх зацікавлених сторін задля підготовки пропозицій та обговорення проєктів регіональних стратегій і планів заходів щодо їх реалізації.

У результаті аналізу утворених в областях у 2019 р. робочих груп (інформація про них оприлюднена на сайтах обласних держадміністрацій) було встановлено, що їхній склад та співвідношення основних учасників процесу розроблення стратегій мали помітні відмінності. Деякі регіони для обґрунтування смартпріоритетів ще на підготовчому етапі сформували окремі затверджені розпорядженнями голів обласних адміністрацій фокус-групи (наприклад, в Одеській та Львівській областях), інші регіони визначалися зі складом таких груп уже в процесі опрацювання проєктів стратегій.

Головну організаційну роль в областях виконували місцеві органи влади, що загалом відповідає затвердженому урядом Порядку розроблення регіональних стратегій та практиці європейських країн, де саме влада ініціює процес налагодження активного діалогу між усіма стейкхолдерами.

Суттєва відмінність між регіональними коаліціями була визначена за часткою представників бізнесу. Їх найбільшу відносну кількість (причому домінуючу) мала робоча група «Економіка» Львівської області (35%), до якої увійшли керівники асоціацій різногалузевих регіональних кластерів, підприємницьких об'єднань та приватного бізнесу. Робоча група

Дніпропетровської області, навпаки, включала найменшу частку стейкхолдерів із боку підприємницького сектору (4%), при чому в ній взагалі були відсутні представники приватного бізнесу. Склад групи формували переважно співробітники інфраструктурних підприємств державної і комунальної власності, а також Федерації організацій роботодавців Дніпропетровщини та Дніпропетровської торгово-промислової палати.

Загалом аналіз складу робочих груп засвідчив, що залучення бізнесу до реалізації підходу смартспеціалізації на етапі розроблення регіональних стратегій було обмеженим. В основному вони включали представників великого регіонального бізнесу, комунальних підприємств, а участь середнього та малого бізнесу носила поодинокий характер.

Проведене в процесі дослідження неформальне опитування окремих представників підприємницького сектору показало низьку зацікавленість бізнес-спільноти в партнерських стосунках з органами влади. Як основні причини підприємці назвали:

- недовіру до представників влади через непрозорість, напередвизначеність та корумпованість при ухваленні рішень щодо проєктів регіонального/місцевого розвитку;
- песимістичні очікування щодо позитивних змін в країні;
- побоювання власників бізнесу втратити самостійність;
- брак мотивації для участі в партнерських проєктах;
- сумніви в достатньому потенціалі регіональної науково-технологічної сфери;
- несистемність та формальний характер комунікацій між регіональними стейкхолдерами;
- негативний попередній досвід та невпевненість у майбутніх перспективах проєктів.

Подібне ставлення підприємців заважає формуванню регіонального консенсусу, блокує розроблення спільного бачення шляхів розбудови регіону, викривлює смартпріоритизацію на користь потужних лобі й головних регіональних стейкхолдерів, що загалом знижує ефективність політики смартспеціалізації.

Активна участь підприємців у розробленні й реалізації RIS3 є необхідною передумовою її реалістичності та результативності, особливо це важливо на етапі підприємницького відкриття. Згідно з європейською методологією та розробленими на її основі методичними рекомендаціями Українського інституту міжнародної політики, склад учасників фокус-груп для стадії підприємницького відкриття має формуватися за принципом 40/40/20 (40% – приватний бізнес; 40% – науковці; 20% – влада та громадськість).

Отже, успішність подальшої імплементації в Україні підходу смартспеціалізації значною мірою залежатиме від подолання нинішньої недовіри до органів влади з боку бізнес-спільноти та створення нових ефективних моделей публічно-приватного партнерства, зорієнтованих на розвиток і повніше використання регіонального підприємницького потенціалу.

РЕГІОНАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ РИНКУ ПОСЛУГ АВТОМОБІЛЬНОГО ТРАНСПОРТУ В УКРАЇНІ

*Шевченко І.Ю., д.е.н, доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Автомобільний транспорт – це галузь транспорту, яка забезпечує задоволення потреб населення та суспільного виробництва у перевезеннях пасажирів та вантажів автомобільними транспортними засобами [1]. Важко переоцінити важливість послуг автомобільного транспорту як для суб'єктів господарювання, так і для пересічних громадян.

Однак попри стратегічну важливість гармонійного розвитку ринку послуг автомобільного транспорту вже традиційно спостерігається міжрегіональна диференціація перевезення вантажів і пасажирів в Україні.

Так, регіонами-лідерами за обсягом перевезення вантажів автомобільним транспортом наразі є Дніпропетровська область, Полтавська область, Донецька область і м. Київ (рис. 1).

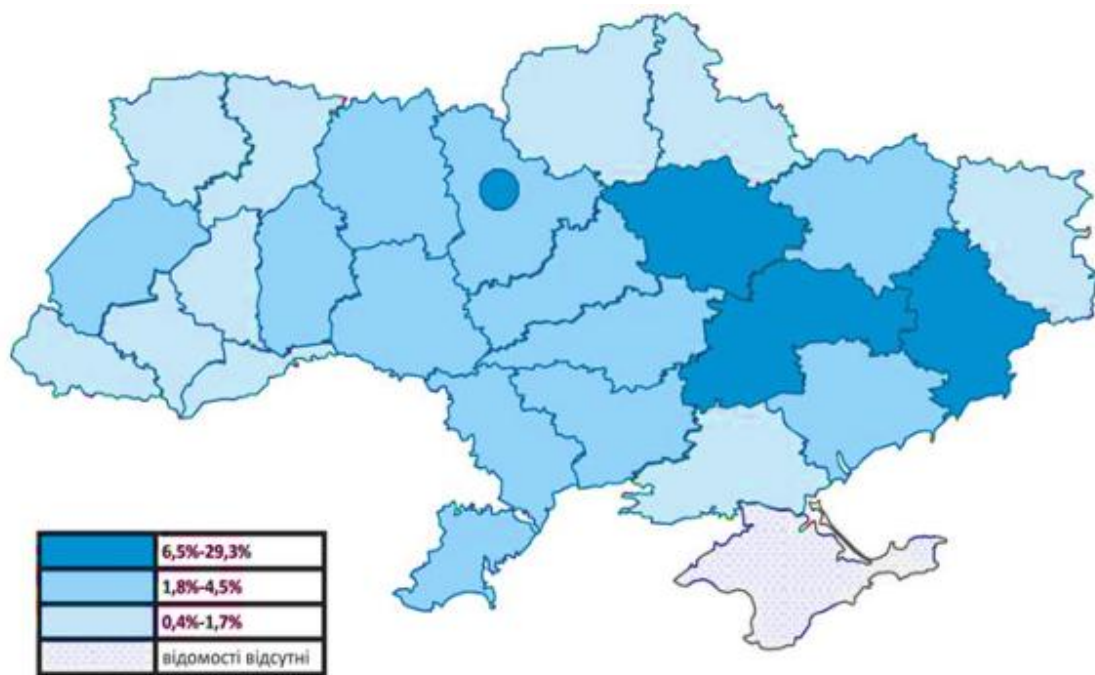


Рис. 1. Розподілення перевезених автомобільним транспортом вантажів за регіонами України у 2019 році [2]

Також слід відзначити певну «центричність» перевезення вантажів автомобільним транспортом за регіонами України, що свідчить про переважання внутрішніх перевезень вантажів автомобільним транспортом і достатньо невисокий рівень імпорту послуг автомобільного транспорту з перевезення вантажів.

Перевезення вантажів автомобільним транспортом можна віднести до показників соціально-економічного розвитку регіонів, адже перерозподілення

новоствореного продукту вказує на матеріальне благополуччя населення.

Дніпропетровська область, Львівська область і м. Київ лідирують за обсягом перевезення пасажирів автомобільним транспортом (рис. 2).

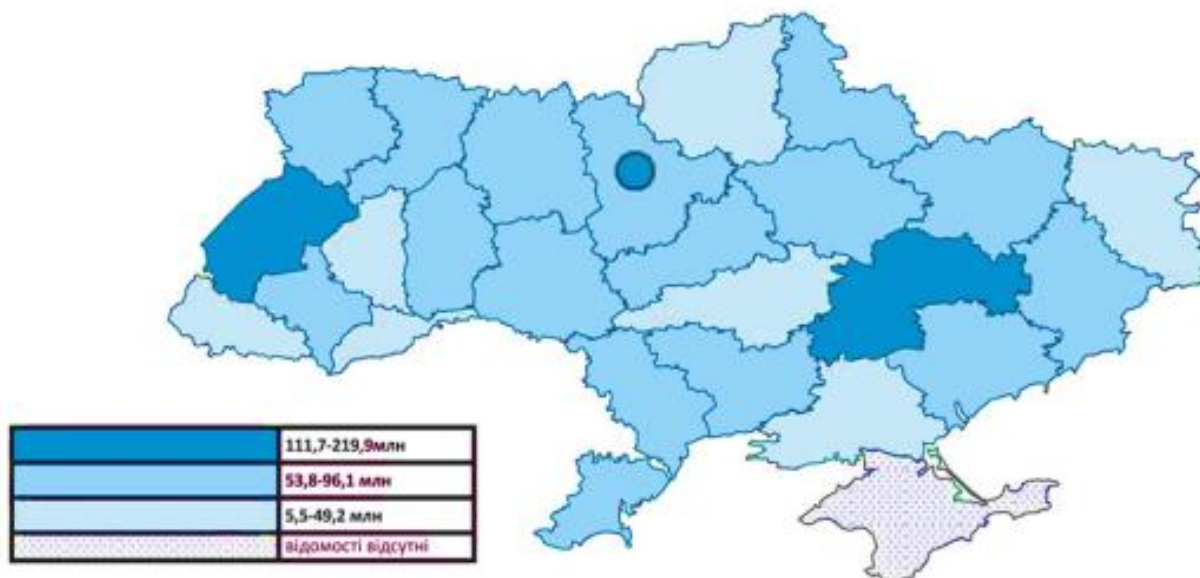


Рис. 2. Розподілення перевезених автомобільним транспортом пасажирів за регіонами України у 2019 році [2]

Звичайно, значною мірою обсяг перевезення пасажирів автомобільним транспортом залежить не лише від економіки регіону, а й від густоти населення регіону, розвиненості дорожньої мережі та якості дорожнього покриття у регіоні, тощо. Визначальним є і географічне положення регіону: зокрема, стрімкий пасажиропотік автомобільним транспортом через м. Київ пояснюється його роллю ключового транспортного хабу України. Натомість, Львівська область вже тривалий час є «воротами» до Європейського Союзу.

Література:

1. Закон України «Про автомобільний транспорт» (у редакції від 16.10.2020 р.). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2344-14>
2. Транспорт України – 2019: статистичний збірник. К.: Державна служба статистики України. 2020. 115 с.

КРАУДФАНДИНГ ЯК АЛЬТЕРНАТИВНЕ ДЖЕРЕЛО КАПІТАЛУ

Шептуха О.М., к.е.н., доцент

Харківський національний університет будівництва та архітектури

Краудфандинг стає все більш популярною формою отримання грошей на реалізацію нових проектів. Завдяки ньому компанії, неурядові установи, а також приватні особи можуть збирати кошти на різні цілі, наприклад, відкриття нового бізнесу, проекти, пов'язані з благодійністю.

Поточна вартість краудфандингу у світі досягає близько 30 млрд. дол. США. Крім того, очікується значне зростання глобальної вартості обороту краудфандингу.

Історики бізнесу сходяться на думці, що перші кампанії краудфандингу відбулися у Європі в 17 столітті. Їх ініціювали шукачі скарбів, які організовували експедиції до Карибського моря, де на дні лежали сотні іспанських та португальських каравел, наповнених золотом та сріблом, розграбованих у Новому Світі. Справжній бум збору коштів громадою припав на епоху Інтернету. Історію онлайн-краудфандингу розпочав у 1997 році британський гурт Marillion. Музиканти звернулися до шанувальників з проханням здійснити платежі для фінансування концертного туру. Мистецька індустрія була напрямком, обраним першими краудфандинговими платформами - Artist Share, Sellaband та Pledge Music. Перша немистецька платформа Indiegogo була запущена в 2008 році. Чинний глобальний магнат краудфандингу, американський веб-сайт Kickstarter, працює з 2009 року.

Краудфандинг - це залучення коштів для фінансування проекту серед громади. Краудфандинг дозволяє людям, які не мають бюджету, реалізувати свої ідеї, отримати кошти від Інтернет-спільноти. Донори жодним чином не зобов'язані підтримувати конкретні проекти або виплачувати конкретні суми. Члени громади визначають розмір або можливу частоту виплат.

Можна виділити основні типи краудфандингу:

1. На основі пожертв – гроші в обмін на соціальний внесок (JustGiving, Gofundme charity, Dobro UA, Велика Ідея, Na Starte);

2. На основі винагород – гроші в обмін на символічний подарунок, ексклюзивний випуск товару або послуги (Indiegogo, Kickstarter, GO, Fundable, Pozible);

3. Кредитний краудфандинг – гроші в обмін на відсотки за користування коштами (Funding Circle, Kiva, LendingCircle, CircleUp);

4. На основі капіталу – гроші в обмін на частку компанії (Crowdfunder, AngelList, Seedrs) [1].

Коли йдеться про виведення нового продукту на ринок, додатковою перевагою краудфандингу є те, що, обираючи продукт, потенційні споживачі дізнаються про нього - отже, це дуже хороший спосіб перевірити ринок з точки зору інтересу громади. Якщо ідея не сподобається користувачам платформи, вона, ймовірно, також не зацікавить потенційних покупців.

Щоб заохотити членів громади фінансувати проект, організатори збору коштів часто пропонують невеликі винагороди в обмін на підтримку. Таким бонусом може бути товар, надісланий донору до початку офіційного продажу, або персоналізований продукт - наприклад, компакт-диск із підписом автора або сумка з логотипом проекту.

Мінусом соціального фінансування є прийнята модель врегулювання пожертв - на більшості платформ для краудфандингу автор збору коштів отримує гроші лише тоді, коли зібрана вся сума. В іншому випадку гроші повернуть донорам.

Краудфандинг, як альтернативне джерело капіталу, в основному використовується стартапами та невеликими компаніями [2].

Платформи для організації збору коштів - це спеціалізовані веб-сайти, на яких люди, що збирають кошти для започаткування бізнесу, зустрічаються з донорами, готовими зробити свій внесок у цікаві проекти. Саме там потенційні донори мають можливість ознайомитися з ідеєю та здійснити мікроплатежі за її реалізацію. Користувачі краудфандингових платформ збирають гроші на дуже різні цілі - це можуть бути бізнес або культурні заходи, наприклад, випуск інноваційного продукту на ринок, випуск дебютного альбому або придбання нового електронного обладнання.

Механізм роботи веб-сайту дуже простий. Організатор проекту розміщує пропозицію інкасації: описує мету, перераховує пільги для платників, визначає вартість - суму, необхідну для реалізації. Бенефіціар може також визначити межі суми виплат - мінімальну та максимальну. Найголовніше - відповісти на питання, чи вдасться встигнути здійснити ідею, чи будуть інвестори.

Необхідність розробки положень, присвячених злочинному фінансуванню, важлива не тільки з точки зору організаторів кампанії, але перш за все для захисту прав споживачів. Найбільшу небезпеку представляє можливість фінансування шахраїв - хоча платформи для краудфандингу мають численні захисні засоби та методи перевірки інформації, вони не можуть передбачити, як поводитиметься одержувач пропозиції про збір.

Література:

1. Ковтуненко Н. В., Нестеренко О. В. Використання краудфандингу як інструменту фінансування інноваційних проектів. *Інвестиції: практика та досвід*. 2017. №15. С. 14–20.

2. Рашидов Е. Р. Краудфандинг як ефективний засіб фінансування проектів. *Економічні науки*. 2016. №48–1. С. 39–46.

ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИЙ КАПІТАЛ ЗЕЛЕНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

*Яворська О.Г., к.б.н., доцент
Київський національний лінгвістичний університет*

Сучасні цивілізаційні реалії постіндустріального розвитку засвідчують прагнення більшість країн не лише до економічного зростання, але й одночасної пріоритетності збереження навколишнього середовища. Відтак, бізнес-спільноти та політики визначаючи свої інтереси при розробці нових економічних форматів як “зелені”, громадськістю все ширше приймається концепція сталості та спостерігається швидке зростання попиту на «зелені» товари та послуги [1, 2]. Таким чином, розвивається зелене підприємництво, яке поєднує екологічні, соціальні та економічні цілі [3]. З кінця ХХ століття концепція зеленого підприємництва ототожнюється з поняттями «екопідприємництво», (або «екологічне підприємство»), «стале

підприємництво», які поєднує соціальної значущості – «жити не за рахунок прийдешніх поколінь» [1, 4]. Сьогодні зелене підприємництво розглядається як «всеосяжна концепція, яка поєднує екологічне підприємництво та сталий розвиток, а також відповідає «системі потрійного підсумку» (термін запропонований Дж. Елкінгтоном «*triple bottom line*» у 1994 році) – довкілля, суспільство та економіка; що означає нову форму підприємництва [5].

Серед проблем впровадження зеленого підприємництва, які мають місце в Україні, можна вказати поки що дорожчу ціну більшості екологічно чистих продуктів та сировини, триваліший цикл повернення капіталів, що зменшує інтерес з боку інвесторів, необхідність підвищення рівня обізнаності щодо екологічних проблем у суспільстві, а також забезпечення трансферу знань щодо екоінновацій серед підприємців та менеджерів; інвестиціями у навчання кваліфікованої «зеленої» робочої сили як для існуючих фірм, які прийняли практики екологічного управління чи екологічно чисті виробничі процеси, так і новостворюваних підприємств, виробничі процеси яких засновані на екоресурсах. На підтвердження цьому можна навести результати нашого дослідження серед керівників підприємств готельно-ресторанної та туристичної галузей щодо необхідності впровадження «зелених» практик, еко-інновацій, підвищення рівня екологічної свідомості персоналу, орієнтації на свідомого «зеленого» споживача: у 2016 р. вбачали необхідність та перспективність вищезначених заходів лише 2 з 10 опитаних керівників; проте у 2020 році 76% цих же керівників (або нового керівництва раніше залучених до аналізу підприємств) зазначили, що впродовж найближчого часу (впродовж 1-2 років) організації зазнають значних “зелених” трансформацій, і дві третини з них вважали, що їх підприємства змінювали бізнес-моделі у своїй сфері діяльності у поточному році, очікують змін у веденні економічної діяльності, а 74% керівників схильні до руйнації усталених моделей та переходу на принципи зеленого підприємництва.

Отже, можна зробити висновок, сучасна «зелена економіка» стикається з реальними викликами, які мають бути вирішені шляхом примноження інтелектуального капіталу підприємств як фундаменту розвитку зеленого підприємництва.

Література:

1. Costanza R. Ecological economics in 2049: Getting beyond the argument culture to the world we all want. *Ecological Economics*. 2020. № 168. <https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2019.106484>.
2. Gast J., Gundolf K., Cesinger B. Doing business in a green way: A systematic review of the ecological sustainability entrepreneurship literature and future research directions. *J. Clean. Prod.* 2017. № 147. P. 44–56.
3. Lotfi M., Yousefi A., Jafari S. The effect of emerging green market on green entrepreneurship and sustainable development in knowledge-based companies. *Sustainability*. 2018. №10. P. 23–28.

4. Maria-Irina, A. (2017), Ecotourism, agro-tourism and rural tourism in the European Union. In: Proceeding of CACTUS 2017. *Contemporary Approaches and Challenges of Tourism Sustainability*. Predeal, Romania. 5 October 2017. P. 6–14.

5. Qing Ye Q., Zhou R., Anwar M.A., Siddiquei A.N., Asmi F. Entrepreneurs and Environmental Sustainability in the Digital Era: Regional and Institutional Perspectives. *Int. J. Environ. Res. Public Health*. 2020. № 17. <https://doi.org/10.3390/ijerph17041355>.

Секція 4

Міжнародний бізнес у системі сучасного підприємництва

ENSURING OF DUAL EDUCATION IN UKRAINE

*Britchenko Igor,
Doctor of Economics, Professor, Department of Finance, VUZF University of
Finance, Business and Entrepreneurship, Sofia, Bulgaria*

*Levchenko Yaroslava
PhD in Economics, Associate Professor,
Faculty of management and business,
Kharkiv National Automobile and highway University, Kharkiv, Ukraine*

On January 26, 2018, at an extended meeting of the Board of the Ministry of Education and Science of Ukraine, the "Concept of training specialists in dual education in Ukraine" was adopted. It provides for the establishment of equal partnership gaining the latest experience of practical application of competencies and their adaptation in real professional activities.

The concept provides for the following stages of its implementation:

- **Stage I.** Development of the regulatory framework for the introduction of the dual form of education in full (by 2018);

- **Stage II.** Development of standard models of the dual form of education in higher education institutions and vocational training institutions. Model guide. Evaluation of efficiency (2019-2020);

- **Stage III.** Creation of clusters of dual form of education on the basis of capable educational institutions and interested business entities (2020-2023) [1].

The precondition of the problem is also determined by Ukraine's course to the European space. Its political direction is due to the ratification on September 16, 2014 by the Verkhovna Rada of Ukraine and the European Parliament of the Association Agreement between Ukraine and the European Union (EU). The principles of the agreement provide for the gradual economic integration of Ukraine with the EU. The consequence of economic integration is the process of raising the standards of Ukrainian products and services to the European level. Renewal of production and business processes, fixed assets of enterprises requires financial investment. The

success of economic transformation depends on many factors. As you know, the fixed capital in any company is human. Among the complex aspects of investing, it should be noted that the most successful and innovative companies invest in human capital, including in the cultivation of their own staff. The constant selection of new professionals, their adaptation and further training costs the company significant financial and time costs [2]. The introduction of elements of the dual form of education in training programs will, on the one hand, increase the competitiveness of educational institutions, on the other - to provide the labor market with more qualified professionals who do not require industrial adaptation. Thus the real positive effect from introduction of principles of the dual form of education can be only on condition of system interaction of educational institutions, students and subjects of the labor market. To implement the training of specialists in the dual form of education, it is necessary to form a model of the dual form of education. The generalized model of providing training for specialists in the dual form of education is presented in Figure 1.

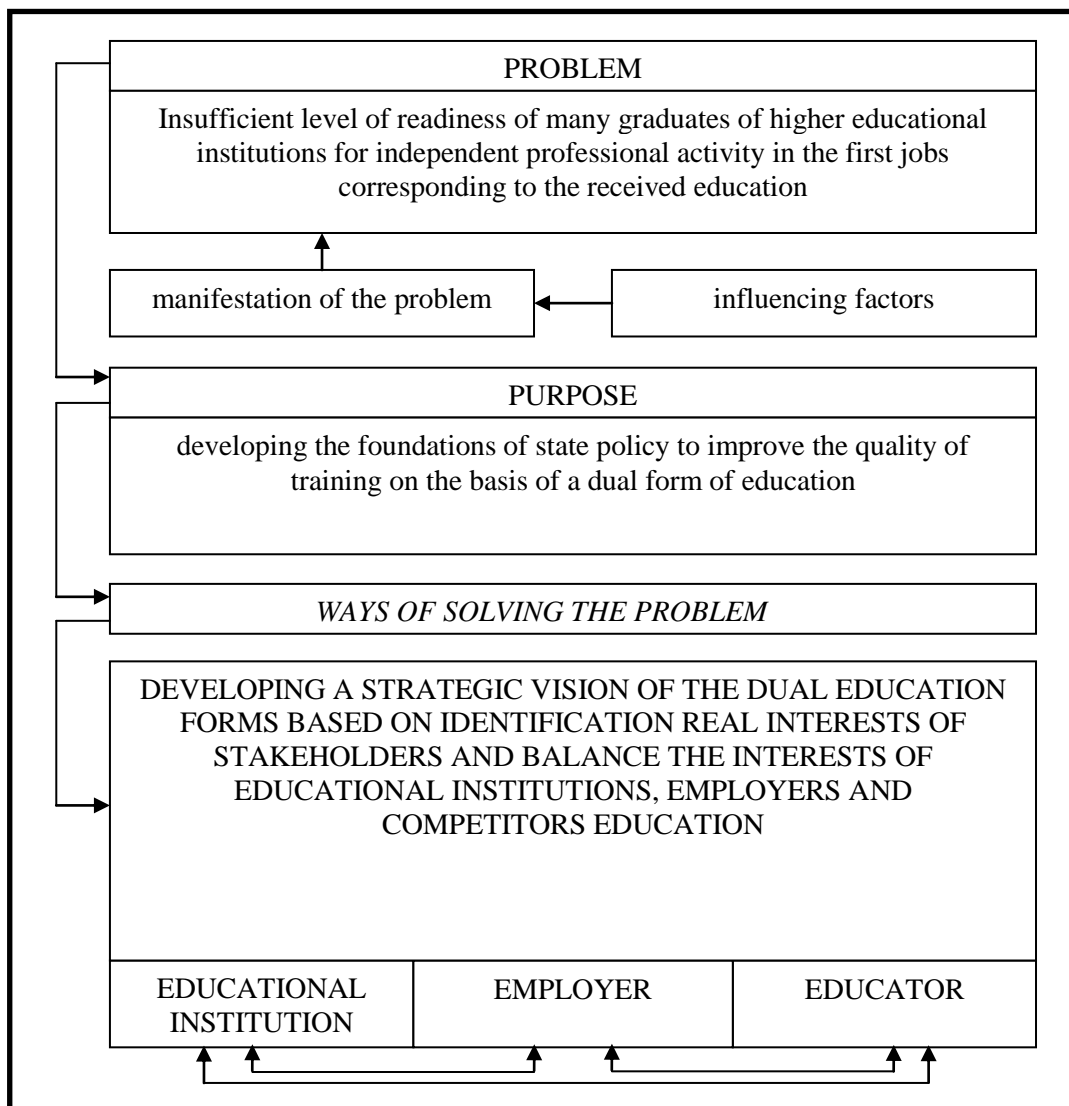


Fig. 1. Model of training specialists in the dual form of education (created by the authors)

References:

1. Розпорядження «Про схвалення Концепції підготовки фахівців за дуальною формою здобуття освіти» №660 від 19.09.2018 р. URL: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/KR180660.html.
2. The Bologna Process and the European Higher Education Area. URL: https://ec.europa.eu/education/policies/higher-education/bologna-process-and-european-higher-education-area_en.

DEVELOPMENT OF THEORETICAL PRINCIPLES OF THE COUNTRY INVESTMENT ATTRACTIVENESS IN THE CONTEXT OF GLOBALIZATION

*Nikitina A.V., Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics
Corby Kafui Afetorgbor Fiagbe, master-degree student
Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics*

The investment attractiveness of the country is an indicator that testifies to the success of economic policy as on macro and micro levels. As a complex indicator it is influenced by many factors direct and indirect action. In addition, a characteristic feature of investment attractiveness is duration of formation due to the adoption of a set of interrelated measures coordinated policies of public and private institutions structures in the absence of external significant negative factors. Simultaneously one factor, even short-term in its effect, is enough to drastically reduce it attractiveness of the country for investors. Therefore, investment attractiveness is an important component of a strategy for sustainable economic development state, so the study of this indicator is of great theoretical and practical importance, especially in the context of structural changes in the national economy and changes in the vectors of geopolitics.

Various aspects of the country's investment attractiveness are covered in the scientific works of the latter years. We should underline that determining the level of investment attractiveness of a country is based on the interpretation of the essence this category as a set of various factors that characterize the feasibility of investing in a particular country [1].

By structure, investment attractiveness countries are an integrated system formed by components that are different in nature and relationships [2]. In fig. 1 is displayed author's vision of the structure of the studied categories. According to the proposal scheme of investment attractiveness countries which is shown in figure 1, basic and acquired components of country investment attractiveness determine its level. If the country relies solely on its own core components, then success in attracting investment will not be achieved. Only use an integrated approach in the investment strategy of the state will allow get the desired result.

The investment attractiveness of the country is formed under the influence of many factors and the influence of patterns of development of mass socio-economic phenomena and processes. Some of these factors may be described by statistical

indicators, which also characterize various aspects of socio-economic development of the country.

Factors taken into account when determining the favorable investment attractiveness, diverse, so consider some of them [1]:

– macroeconomic (GDP, GDP per capita, inflation, employment and unemployment, exchange rate, balance of payments, the amount of domestic and foreign debt countries, ownership structure, economic pace growth, level of consumption, etc.); factors of financial condition and development market;

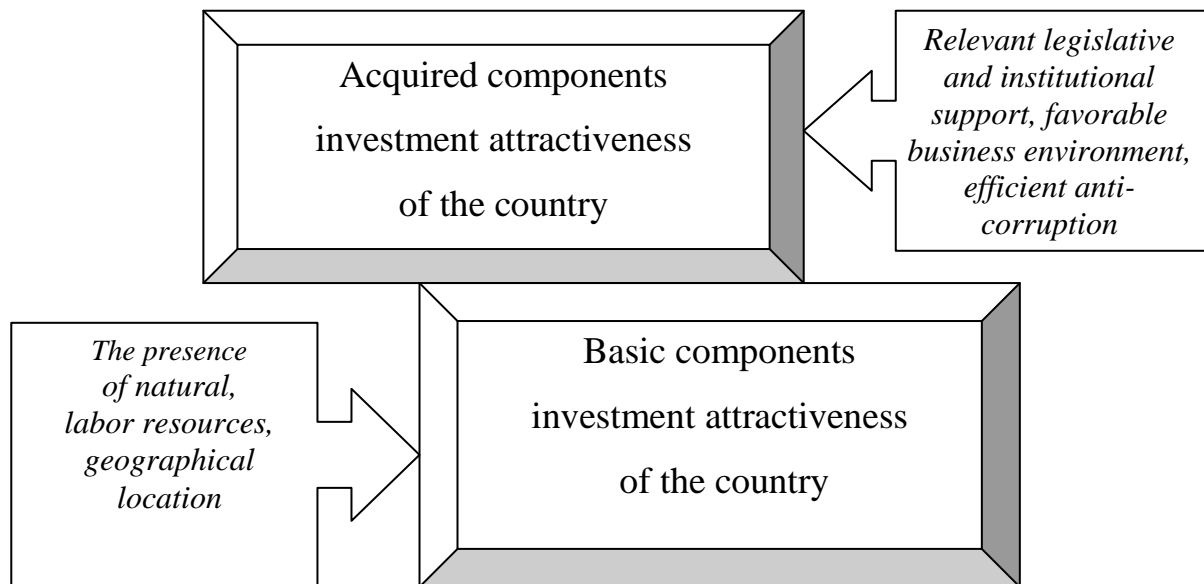


Fig. 1. Components of the country's investment attractiveness

– political (public confidence in the government, the political situation in the country, maintaining law and order, the degree of democracy, the level of corruption, etc.);

– legal (level of investment management activities at the level of executive bodies, effective legal framework, the presence of tax benefits and other advantages for foreign investors, etc.);

– innovative (introduction of the latest innovative and information technologies, development of science and technology, research potential, etc.);

– demographic and labor (quality of labor) resources, level of education, natural population growth, mortality rate, average nominal wage);

– natural and climatic (favorable climate, mineral deposits, reserves of natural resources, share of agricultural land, state of ecology, etc.);

– international relations (international rating of the country, cooperation with international organizations, compliance with the rules and regulations of the convention and agreements);

– institutional factors international organizations, the availability of mechanisms state control, management efficiency, etc.).

References:

1. Оніщенко О. Теоретичні аспекти визначення інвестиційного клімату та інвестиційної привабливості. Київ, 2010. URL: www.univer.km.ua (дата звернення: 20.10.2020).
2. Петровська С. Оцінки інвестиційної привабливості регіону: порівняльний пофакторний аналіз. Київ, 2012. URL: http://mer.fem.sumdu.edu.ua/content/articles/issue_10/S_A_Petrovs_kaEvaluation_of_investment_attractiveness_of_the_region_a_comparative_factor_analysis.pdf (дата звернення: 15.10.2020).

FOREIGN DIRECT INVESTMENT IN THE ECONOMY OF UKRAINE UNDER THE FINANCIAL GLOBALIZATION CONDITIONS: CONTEMPORARY STATE AND WAYS OF ATTRACTION

*Nikitina A.V., Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics
Proscurina A.I., master-degree student
Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics*

Ensuring sustainable socio-economic development of the country is connected with growth and efficiency of using investment resources. Lack of internal financial resources and lack of budget financing encourage new areas of attraction capital, including foreign investment. Foreign direct investment is an important source of investment to the development of the country and the introduction of innovative technologies in production and management.

Investing is a contribution to various financial instruments. Investing is one of the most profitable procedure, because money invested in an asset ultimately should be profitable. Investing in Ukraine affects many areas of income, but not all resources can be considered as investment assets. In total, State Statistics Committee accumulated \$ 34.7 billion of foreign investment in the Ukrainian economy (table 1). Of these, 78% or 27.2 billion dollars accounted for by EU countries.

Table 1 – Foreign direct investment in the economy of Ukraine, \$ million

USA

| Year | Foreign direct investments in Ukraine | Direct investment from Ukraine |
|------|---------------------------------------|--------------------------------|
| 2010 | 39 175,7 | 6 204,0 |
| 2011 | 43 836,8 | 6 846,3 |
| 2012 | 48 991,4 | 6 878,9 |
| 2013 | 53 679,3 | 6 462,6 |
| 2014 | 57 056,4 | 6 597,4 |
| 2015 | 45 744,8 | 6 350,1 |
| 2016 | 43 371,4 | 6 210,0 |
| 2017 | 43 250,5 | 6 189,3 |
| 2018 | 43 757,7 | 6 223,0 |
| 2019 | 44 325,2 | 6 230,1 |

One of the important problems in Ukraine is stabilizing the economy and improving its efficiency. Ensuring sustainable socio-economic development of the country is connected with growth and efficiency of using investment resources. Lack of internal financial resources and lack of budget financing encourage new areas of attraction capital, including foreign investment. Foreign direct investment is an important source of investment to the development of the country and the introduction of innovative technologies in production and management.

Based on the analysis of the investment process, we determined the factors on which depends the flow of foreign direct investment into Ukraine. Factors affecting foreign investment can be divided into two groups, highlighting the positive and negative, or the advantages and disadvantages of investments for foreign investors: geographical location in Europe, large population, favorable environmental conditions, large market, high level of education, skill level of the workforce, low salary, social vulnerability of workers, low level of competition in the country. And at the same time one of the most important problems in attracting foreign investment to our country, which is negative affects the receipt of both short-term and long-term beneficial effects, institutional conditions of economic activity are considered.

According to the vast majority investors, analysts and experts, their characteristic feature is the lack of guarantees of investment protection, presence of raider seizures, bureaucratic pressure, arbitrariness of courts, corruption of all branches of government at every stage of the creation or operation of the company (for example, the impossibility obtaining land). The decline in confidence in the institution of private property has sharply limited it the amount of investment in technical re-equipment, and other financing mechanisms technical re-equipment of production has not been created for the last two decades. All this led to negative consequences for the financial market and household savings and narrowed opportunities for investment policy of the state.

Ukraine has significant investment potential, in particular: owns rich natural resources; has a favorable geographical location; favorable climate, fertile soil for conducting agricultural production; developed transport infrastructure. The attractiveness of Ukrainian economy for foreign investors is related to availability relatively inexpensive skilled workforce, establishing links with European countries, etc. In order to solve the problem of attracting foreign investments into the economy of Ukraine, it is necessary to take appropriate measures that would contribute to the development of the investment process and sustainable economic growth. Therefore, the effective socio-economic development of the country requires a significant improvement in the investment climate, which implies the following measures: improvement of state regulation; creation the necessary conditions for attracting foreign investment, which have a positive impact on the development of industries and the economy as a whole; protection of property rights of foreign investors etc.

Література:

1. Gura A.O. The Investment Climate in Ukraine: An Accidental State Directly Across. *Збірник наукових праць Харківського національного педагогічного університету ім. С. Сковороди*. 2015 (№15). С. 188–196.
2. Швець Ю. О., Бурдило О. В. Оцінка інвестиційного клімату в Україні: стан, проблеми та шляхи його поліпшення. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія : Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2017 (№ 12(2)). С. 165–168. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuumevcg_2017_12\(2\)__37](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuumevcg_2017_12(2)__37). (дата звернення: 21.10.2020).

FUNCTIONAL ROLE OF INTERNATIONAL TRADE IN THE CONTEXT OF GLOBALIZATION

*Nikitina A.V., Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics
Peter Abroquah, master-degree student
Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics*

International trade is one form international economic relations. It occupies a leading position in the world system economic relations. International trade exchange is both a precondition and a consequence international division of labor, is an important factor in the formation and functioning world economy. In its historical evolution, it has gone from single foreign trade operations to long-term ones large-scale trade and economic cooperation. The originality of these processes in the postwar period is particularly evident in the analysis of long-term trends, features, forms and methods of joint trade. In the context of globalization of the world economy level socio-economic development of individual countries largely depends on the foreign economic sector. International turnovers are growing goods and services, accelerating the movement of capital and financial resources [1].

The availability of resources and expertise determines the choice of products that the country could technically produce, while the relative cost, price and product differentiation determines the economic benefits from the production of the product in which it has a comparative advantage over other countries. Trade promotes economic growth, efficiency, technological progress, and what ultimately matters the most, consumer welfare. By lowering prices and increasing product variety available to consumers, trade especially benefits middle- and lower-income households. International trade is the exchange of goods and services between different countries associated with the general internationalization of economic life and the intensification of the international division of labour in the scientific and technological revolution [1]. International trade between different countries is an important factor in raising living standards, providing employment and enabling consumers to enjoy a greater variety of goods.

There are three types of international trade: export trade, import trade and

entrepot Trade. Entrepot trade is a combination of export and import trade and is also known as re-export [2]. It means importing goods from one country and exporting it to another country after adding some value to it.

The free, fair, and reciprocal exchange of goods and services between two different countries are largely referred to as international trade. It involves the export and import of products that are meant to fulfill a certain need, meet existing demands, or act as a legitimate way to diversify a country's economic basket.

International trade may bring advantages both in consumption and in the production. It contributes to improving the living standards and production efficiency. International trade allows countries to consume some goods and services are cheaper by importing, and get some resources and products from other countries that would not be available otherwise, as domestic manufacturers are not able to put them on the market (for example, a rare raw materials or high-tech product). International trade encourages efficiency by reallocating resources to those regions that are better serve by importing in those industries where the country has a competitive advantage in relation to the trading partners.

The need to conduct global trade primarily arises from the uneven distribution of natural resources. This leads to a division of labour, development of technical know-how, and lowering of comparative cost, thus making some countries more suitably placed to produce certain goods or services. A smooth flow of international trade ensures that the world economy continues to thrive despite political, social, and cultural differences.

Analyzing globalization processes we have got found the international trade was key to the rise of the global economy. In the global economy, supply and demand and therefore prices both impact and are impacted by global events. International trade allows countries to expand their markets and access goods and services that otherwise may not have been available domestically. As a result of international trade, the market is more competitive. This ultimately results in more competitive pricing and brings a cheaper product home to the consumer.

In the last decade, the high dynamism of foreign direct investment (FDI) and trade has contributed to the globalization process of goods, services and financial markets. It was even higher than the dynamism of world trade [3]. Thanks to trade and capital flows liberalization and possibility of doing business abroad, more and more companies transfer their capital and technology to other countries in order to be more efficient. Trade and globalization creates favorable conditions for expansion and profits. FDI change streams and structure of international trade and influence on development processes. Companies realize global expansion strategies, reorganize and change management methods in order to decrease cost, improve profits, minimize the risk and possess a competitive advantage on the global market.

We should underline that international corporation's activities reinforce the globalization process, because they are able to adjust to new conditions the most effectively. They act on different trade markets and increase the flows of capital, goods, services and technology. Corporations join and cooperate with each other. They conduct very complex trade investments and make strategic decisions

concerning allocation of resources.

References:

1. Єріна І. В. Міжнародна торгівля послугами: тенденції розвитку і структура українського ринку. *Статистика та економіка, аналіз*. 2012. (№ 4). С. 39–44.
2. Чернега О. Б., Кожухова Т. В. Міжнародна торгівля як джерело та чинник сталого розвитку. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2015. (№ 12). С. 32–38.
3. World trade and GDP growth in 2016 and early 2017. URL:: https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/wts2017_e/wts17_toc_e.htm. (last access: 23.10.2020).

ВПРОВАДЖЕННЯ ВІДКРИТОГО БАНКІНГУ В ДІЯЛЬНІСТЬ ФІНАНСОВИХ УСТАНОВ СВІТУ

*Вербицька В.І., к.е.н., доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Payment Services Directive 2015/2366 (PSD2) – директива ЄС про платіжні послуги на внутрішньому ринку, яка просуває ідею відкритого банкінгу. Основним призначенням директиви PSD2 є забезпечення безпеки електронних трансакцій та розширення екосистеми фінансових послуг на внутрішньому ринку ЄС [1]. Її головна мета - спростити доступ до фінансових сервісів і посилити конкуренцію на ринку фінпослуг. Простими словами - зробити так, щоб управляти рахунками в різних банках можна було з одного додатка, планувати свій бюджет і вибирати відповідні умови кредитування, не переймаючись тим, що в процесі можуть постраждати "чутливі" фінансові дані.

Рік тому британський HSBC запустив додаток Connected Money, за допомогою якого його клієнти зможуть переглядати інформацію про рахунки в 21 банку, включаючи Santander, Lloyds і Barclays. В цілому реакція споживачів була позитивною, і за рік з додатком вдалося залучити 300 тис клієнтів. Клієнтам Connected Money сподобалась можливість отримувати більше інформації про свої витрати і по-справжньому відчувати переваги фінансового коучингу. Наприклад, в додатку можна розподілити свої витрати за категоріями, дізнатися, скільки грошей залишається після оплати рахунків, отримати фінансові поради. У довгостроковій перспективі HSBC розширить коло партнерів. Крім того, розглядається можливість використання даних клієнтів і штучного інтелекту для розширення доступу до кредитів.

Провайдер платіжних послуг Klarna оголосив про запуск власної платформи Open Banking (відкритий банкінг). Вибираючи оплату з Klarna, клієнт може вибрати, з якого рахунку списувати кошти. Рішення від Klarna дозволяє торговцям на етапі чекаута отримати доступ до банківського рахунку споживача і ініціювати переказ, після того, як клієнт введе в відповідне поле

пароль від свого облікового запису. Дана платформа забезпечить доступ до більш ніж 4300 європейських банків через API.

Шведський стартап Tink втілював стандарти відкритого банкінгу задовго до вступу в силу директиви PSD2. Спочатку це було фінансовим додатком для споживачів, який об'єднував в одному інтерфейсі банківські рахунки з різних фінустанов. Пізніше компанія переорієнтувалася на b2b сегмент, дозволивши банкам і Фінтех-стартапам інтегрувати це рішення в свої додатки. Більше 1400 розробників з сотень банків і фінансових установ Європи (в тому числі NatWest, BNP Paribas, Nordea) використовують платформу API Tink для доступу до фінансових даних. Tink забезпечує агрегацію рахунків різних фінустанов, ініціювання платежів, управління особистими фінансами і збір даних. Наприклад, останні дві функції будуть інтегровані в мобільний банківський додаток NatWest. Ґрунтуючись на історії транзакцій клієнтів, банк зможе запропонувати персоналізовані інсайти про витрати. Платіжний гігант планує використовувати Tink, щоб новим клієнтам було простіше підключати банківські рахунки до своїх облікових записів PayPal. Також рішення може бути використано для аналізу транзакцій при ухваленні рішення про кредитування позичальника.

PSD2 вирівнює ігрове поле, демократизуючи доступ до фінансових даних споживачів і дозволяючи новим гравцям виходити на ринок. Однак в короткостроковій перспективі, на погляд автора, є багато проблем. Пошук кваліфікованих кадрів, модернізація ІТ-систем і дотримання нормативних вимог - ось найсерйозніші завдання, які стоять перед відкритим банкінгом. Реалізація PSD2 має на увазі, що банки будуть виконувати ряд нормативних вимог. Вони повинні створити механізми, що дозволяє стороннім постачальникам безпечно, надійно і швидко працювати з банківськими послугами і даними за згодою своїх клієнтів, що може бути пов'язано з технологічними складнощами. В ідеалі банки повинні були б повністю переглянути свій існуючий технологічний бекграунд і створити прозору систему, яка б відповідала всім вимогам відкритого банкінгу. Але це неможливо, адже потрібно продовжувати обслуговувати клієнтів з використанням існуючих систем. Тому модернізація часто відбувається паралельно, залишаючи в невіданні споживачів і співробітників банку.

Також на розвиток тренда здійснює негативний вплив зарегульованість галузі, яка має тенденцію до посилення. Адже, якщо директива PSD2 в кінцевому рахунку має на увазі відкриття даних і нові можливості для інтеграції, то вимоги інших відомств роблять фінустанови більш закритими. Наприклад, нові вимоги по боротьбі з відмиванням грошей і деофшоризацією змушують банки впроваджувати більш жорсткі перевірки клієнтів і відмовляти у відкритті рахунків компаніям з усього світу. Тому банки можуть свідомо приділяти менше уваги відкритим API, виправдовуючи це тим, що вони ризикують порушити політику відповідності та захисту від ризиків.

Також перехід до відкритого банкінгу вимагає більш відповідального підходу до безпеки даних. Адже відкриваючи API, банки дозволяють Фінтех-

стартапам отримати доступ до даних своїх клієнтів. Звичайно, це відбувається з їх згоди і регулюється постановою ЄС про захист даних. Однак цей регламент не менш складний, ніж сама директива PSD2. Опитування юридичної фірми Paul Hastings найбільших компаній світу показав, що тільки 43% з них вже встигли створити внутрішню команду по імплементації норм GDPR. Не кажучи вже про те, щоб дійсно привести всі бізнес-процеси у відповідність з ним. І нарешті, європейські фінансові інститути розглядають Open Banking як найбільшу поточну загрозу своїй бізнес-моделі. 56% побоюються, що в результаті відкритого банкінгу лояльність споживачів до банків значно знизиться. Адже у них буде можливість вибирати між банком і Фінтех-стартапом, який часто готовий пропонувати гнучкіший і дешевший сервіс.

Література:

1. Директива PSD2 – маркетинг під прицілом.
URL:https://legalitgroup.com/direktiva-psd2-marketplejsi-pid-pritsilom/?utm_

МІЖНАРОДНИЙ БІЗНЕС В УМОВАХ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ

*Ганечко І. Г., к. е. н., доцент,
Київський національний торговельно-економічний університет,
Афанасьєв К.М., к.е.н.,
директор ПП КК «Глобус»*

З лютого 2020 року світова економіка вступила в період турбулентності; непередбачувані події негативно вплинули на бізнес, спричинивши кризові умови для більшості українських підприємств, що підтверджується результатами опитування топ-менеджерів та власників бізнесу. В результаті кризи багато бізнесів закрилося, а багато опинилося на межі виживання.

Від жорсткості обмежувальних заходів 2020 року, які вводяться не тільки всередині країни, а й в різних країнах світу, залежить діяльність експортоорієнтованих підприємств та міжнародних компаній. В умовах таких викликів керівництво компаній почало швидко змінювати стратегію поведінки на своїх цільових ринках, намагаючись адаптуватися до змін та не пропустити нові можливості, які почали відкриватися.

Традиційний підхід класичного стратегічного менеджменту для більшості топ-менеджерів компаній вважається й досі оптимальним, керівники таких компаній використовують його, очікуючи стабільності та навіть росту бізнесу. В чому ж полягають ключові помилки такого підходу і до чого вони можуть призвести з врахуванням динаміки поточної суспільно-економічної та політичної кризи?

По-перше, нерідко спостерігається відсутність необхідних компетенцій або можливостей у топ-менеджерів компаній для проведення глибокого, всебічного дослідження процесів світової економіки на довгостроковий період часу. Натомість, якісний аналіз ситуації (реформ, які проводяться в різних сферах, нових наукових досліджень, наукових проривів, інновацій тощо) дає

можливість з'ясувати логіку сучасних кризових явищ і навіть прогнозувати сценарії розвитку на кілька років вперед.

Слід зазначити, що короткий період аналізу створює ілюзію випадковості економічних та політичних кризових процесів у світі. У формуванні ілюзорної картини світу для населення країн беруть активну участь мас-медіа різних видів, застосовуючи різні методи впливу : телебачення, радіо, інтернет (цифрові засоби масової інформації, соціальні мережі, відео ресурси та відповідні месенджери). Цифровий рівень розвитку в більшості країн світу (наявність швидкого мобільного інтернету та використання смартфона як основного засобу для комунікації) дозволяє застосовувати принципи індивідуалізації.

По-друге, відособленість бізнесу від процесів в суспільстві, які відбуваються під час кризи, в майбутньому може призвести з високою ймовірністю до банкрутства та припинення діяльності. Кожна компанія, яка працює на національних чи міжнародних ринках, під час кризи фокусується на виживанні, в основному звертаючи увагу на оптимізацію витрат, утримання існуючих ринків (клієнтів) та при появі нових можливостей – завоюванні нових ринків та досягненні темпів росту.

Разом з тим, глобальні зміни, які впливають на поведінку людей в суспільстві, будуть впливати також на умови ведення бізнесу, потенційний попит в тій чи іншій галузі. В такій ситуації виживанню бізнесу може сприяти об'єднання з іншими компаніями в асоціації за галузевими чи іншими ознаками; спільне відстоювання інтересів разом з громадянами країн, на ринках яких вони працюють; виділення бюджету коштів для формування адекватного інформаційного поля в суспільстві. В довгостроковому періоді понесені витрати можуть сприяти розвитку бізнесу.

Певну допомогу в таких умовах мають надавати й консалтингові компанії, їх послугами нерідко користуються підприємства, залучені до міжнародного ринку. Бізнес потребує консультацій, які базуються на ґрунтовних дослідженнях, що здатні розвіювати ілюзію нав'язаного кризового світу та які можуть запропонувати ефективні моделі та стратегії управління в умовах невизначеності на довгострокову перспективу.

В Україні, як і в інших країнах світу, великий внесок у сучасний розвиток міжнародного бізнес-консалтингу роблять компанії так званої «Великої вісімки», які поступово, у результаті злиття, трансформувалися у «Велику четвірку», а саме «Deloitte», «PricewaterhouseCoopers» (PwC), «Ernst&Young», «KPMG». У 2018 р. валовий дохід цих американських компаній дорівнював відповідно 1 014 747; 5 236; 4 480; 3 878,6 млн дол., на них припадало майже 37,4% обсягу світового ринку консультування [2].

В умовах невизначеності удосконалення систем менеджменту та практики підприємництва за межами територіальних кордонів повинне базуватися на науковому підході в різних сферах знань (міжнародний бізнес, глобальний менеджмент, міжнародний маркетинг), а також враховувати міжнародну політику, міжнародні відносини та стандарти соціальної відповідальності.

Література :

1. Як український бізнес адаптується в умовах кризи? Результати опитування ЛІГА: ЗАКОН : сайт URL: https://biz.ligazakon.net/ua/news/194658_yak-ukranskiy-bznes-adaptutsya-v-umovakh-krizi-rezultati-opituvannya-lgazakon.

2. Камінська Т. М. Еволюція теорії та практики міжнародного бізнес-консалтингу. *Економічна теорія та право*. № 1 (40). 2020. С. 58–70.

ОБҐРУНТУВАННЯ ВЗАЄМОЗВ'ЯЗКІВ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА З ІНВЕСТИЦІЙНОЮ СТРАТЕГІЄЮ

*Деділова Т.В, к.е.н., доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет
Осипова С.К., ст. викладач
Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»*

За умови здійснення зовнішньоекономічної діяльності основним джерелом доходу суб'єкта господарювання є доходи від експортно-імпорتنих операцій з товарами та послугами. Такі доходи виступають основою формування інвестиційного капіталу підприємства й планування його стратегії розвитку в довгостроковій перспективі.

Активна ЗЕД підприємства зумовлює потребу в ідентифікації принципово нових факторів інвестиційної політики, зокрема:

- коливаннях попиту та пропозиції на експортовані/імпортовані товари і послуги;
- змінах в інвестиційному та політичному кліматі іноземних держав-партнерів;
- змінах інфляційних очікувань закордоном;
- динаміки купівельної спроможності іноземних споживачів;
- коливаннях цін на імпортовані ресурси тощо.

Оцінка ефективності ЗЕД при формуванні інвестиційної стратегії підприємства базується на розумінні відмінностей зовнішньоекономічної діяльності від інших фінансово-господарських операцій. Отже, таку оцінку можна визначити як максимізацію позитивного сальдо зовнішньої торгівлі за рахунок спеціалізації на виробництві та збільшенні експорту товарів і послуг з максимальною рентабельністю їх продажів. Відповідно, присутнє збільшення економічних результатів на одиницю витрат, що сприяє нарощуванню капіталу підприємства, а, отже, й зростанню його інвестиційної привабливості.

Для загальної оцінки ефективності ЗЕД можна запропонувати наступний перелік показників: коефіцієнт маневреності, коефіцієнт фінансової незалежності, коефіцієнт фінансової стійкості, коефіцієнт фінансування, коефіцієнт абсолютної ліквідності, загальна рентабельність, рентабельність основного бізнесу, рентабельність оборотних актив. Означені показники також

застосовуються в процесі оцінки результативності реалізації інвестиційної стратегії суб'єкта господарювання.

Таким чином, за характером ці економічні категорії мають спільні риси і характеристики, тобто можна зробити висновок, що аналіз ЗЕД тісно пов'язаний зі здатністю підприємства адаптувати власну інвестиційну стратегію. Крім того, своєчасне відслідковування змін в переліку показників оцінки ЗЕД дозволяє швидко адаптувати інвестиційну стратегію й знижує інвестиційні ризики. Для підприємств, що здійснюють активну зовнішньоекономічну діяльність, орієнтовними показниками аналізу ефективності повинні служити як критерії небезпеки, так і можливості реалізація інвестиційних планів.

В цілому, інвестиційна стратегія – це ефективний інструмент стратегічного управління інвестиційною діяльністю підприємства. Це концепція інвестиційного розвитку, що визначає вектор здійснення інвестиційної діяльності підприємства в наступних площинах:

- встановлення пріоритетів інвестиційної діяльності;
- обрання форми інвестиційної діяльності;
- визначення напрямів формування інвестиційних ресурсів підприємства;
- встановлення послідовності етапів реалізації стратегічних інвестиційних цілей підприємства;
- окреслення меж можливої інвестиційної діяльності підприємства;
- вибору факторів прогнозування інвестиційної діяльності;
- затвердження та контролю критеріїв оцінки інвестиційної діяльності як за окремими напрямами, так й в цілому за підприємством [1].

Таким чином, інвестиційна стратегія конкретизує цілі інвестиційної діяльності, шляхи їх досягнення шляхом вибору конкретних методів, засобів, організаційних механізмів і інструментів ефективного управління процесами формування, розподілу та використання інвестиційних ресурсів. Інвестиційна стратегія являє собою комплексне поняття, включає в себе додаткові стратегії, що забезпечують реалізацію глобальних цілей інвестиційної політики підприємства.

Література:

1. Vitrenko A., Tarasiuk H., Shlapak A., Shevtsiv L., Dedilova T., Kosichenko I. Adaptation of Investment Strategy to Changes in Foreign Economic Activity of the Enterprise. *Technology and Exploring Engineering (IJITEE)*. 2019. Volume-9 Issue-. P. 2029-2035. URL: <https://www.ijitee.org/wp-content/uploads/papers/v9i2/B7932129219.pdf> (дата звернення: 15.09.2020).

ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГУ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА B2B РИНКАХ

*Дуднева Ю.Е., к.е.н., доцент
Григоренко В.В., магістрант*

В умовах системної кризи в українській економіці спостерігається значне відставання промислового маркетингу від загальних стандартів маркетингу та низька маркетингова культура на промислових підприємствах. Це гальмує розвиток промислового маркетингу та знижує ефективність функціонування промислових підприємств, як на українських, так і на закордонних ринках.

Бізнес для бізнесу (B2B) – маркетингова діяльність компанії, орієнтована на отримання вигоди від надання послуг, продажу товару іншим компаніям, де об'єктом є товар, послуга, а суб'єктами – організації, які взаємодіють в ринковому полі. B2B – це сфера діяльності, де у якості продавця і покупця виступають компанії.

У загальному значенні визначенням B2B відповідає будь-яка діяльність компанії, спрямована на клієнтів, які є юридичними особами.

Сутність бізнес-моделі «бізнес для бізнесу» полягає у створенні вартості – економічної, соціальної або іншої – шляхом постачання товарів та послуг тим суб'єктам господарювання, для яких ці товари та послуг є об'єктами бізнес-діяльності, а не використання для власного споживання. Перепродаж товарів, їх удосконалення, модернізація, використання для виробництва інших товарів чи надання послуг є сутнісною основою такої моделі ведення бізнесу.

Спрямованість B2B-маркетингу відрізняється від B2C. Якщо останній спрямовано на кінцевого споживача, який використовує товар або споживає послуг для задоволення власних потреб, то B2B-маркетинг орієнтований на бізнес-структури, і як наслідок має ключові відмінності.

Українські експортери на протязі тривалого періоду здійснюють свою діяльність саме на B2B ринках, до яких відносяться традиційні для українського експорту металургія, сільське господарство, хімічне виробництво та машинобудування, добувні галузі тощо. Для таких компаній-експортерів притаманний вузький асортимент продукції з обмеженими можливостями товарної диверсифікації [1]. Відповідно стратегії зовнішньоекономічної діяльності таких компаній у напрямку експорту мають певні особливості стосовно просування власної продукції.

Особливості поведінки споживачів на B2B ринках сформулюємо наступним чином:

– зростання значущості електронних комунікацій при вивченні ринку товарі (послуг) промислового призначення. При цьому офіційні сайти компаній мають значно більший вплив у комунікаціях з такими споживачами на відміну від каналів у соціальних мережах та месенджерах. Професійно зроблений та наповнений актуальним контентом сайт відіграє ключову роль у просуванні компаній-постачальника на B2B ринках.

– на відміну від ринків споживчих товарів на B2B ринках не ефективні традиційні методи просування. Опитування свідчать, що менеджери компаній часто сприймають традиційні підходи до просування товарів як агресивне

нав'язування та спам.

– на B2B ринках більше ніж на споживчих до уваги беруться відгуки на продукцію (послуги) та сам процес співпраці із контрагентом. Наявність повного переліку референцій компанії-постачальника на власному сайті є обов'язковим, але, як правило, від ретельно перевіряється фахівцями відповідних відділів компанії-замовника при підготовці до перемовин. Особи, що приймають рішення щодо закупівель, спілкуються із попередніми клієнтами компанії-постачальника, виїжджають на місце встановлення обладнання та виконання робіт, встановлюють контакти з технічними фахівцями інших контрагентів компанії-постачальника, галузевими експертами тощо, тобто «не довіряють» рекламним лозунгам, а формують «власне враження» від пропозиції.

– у прийнятті рішення щодо закупівлі на B2B ринках приймає участь значна кількість стейкхолдерів. До традиційних у таким випадках представників технічних підрозділів та фахівців відділів закупівель приєднуються фінансові спеціалісти, фахівці служби безпеки, ІТ спеціалісти. Часто остаточне рішення ухвалює власник бізнесу, який і є тією ключовою ОПР, на яку має бути зорієнтовані комунікації компанії-постачальника.

Ключовим елементом системи маркетингу зовнішньоекономічної діяльності є система інформаційних потоків між компаніями-постачальниками та міжнародними ринками збуту товарів. Стратегічним напрямом підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності є розробка та впровадження маркетингової стратегії на основі аналізу основних каналів збуту продукції: через оптовиків або підприємства роздрібної торгівлі за кордоном; через посередників, або агентів-імпортерів та агентів-експортерів; через власну збутову мережу за кордон; експортний продаж шляхом прямого збуту кінцевим споживачам [2].

Література:

1. Педан М. Л. Основи стратегічного маркетингу зовнішньоекономічної діяльності промислових підприємств. Вісник Хмельницького національного університету. 2019. № 2. С. 192–195. DOI:10.31891/2307-5740-2019-268-2-192-195.

2. Ковтун Е. О., Бондар І. О., Гуменюк А. А. Особливості розробки маркетингової стратегії для здійснення оптимізації зовнішньоекономічної діяльності підприємства. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2016. Вип. 6 (1). С. 169–171.

ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ПІДТРИМКИ ІННОВАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

*Задорожнюк Н.О., к.е.н., доцент
Одеський національний політехнічний університет*

Розвиток інноваційного підприємництва дуже важливий для національної економіки, що не тільки позитивно відображається на ключових макроекономічних показниках, а й підвищує місце країни на світовій арені, відкриває нові можливості для міжнародного співробітництва тощо. Тому держава повинна забезпечувати підтримку інноваційного підприємництва та створювати сприятливі умови для його розвитку [1].

Так, Уряд Японії широко використовує систему J-Net21, яка забезпечує постійний моніторинг розвитку і стану підприємницького сектора; сприяє створенню нових і розвитку існуючих малих і середніх підприємств через надання кредитів, гарантій по кредитах, допомоги в підготовці та перепідготовці кадрів і забезпечення безперешкодного доступу до інформації, необхідної для ведення підприємницької діяльності. Кредити на реалізацію проектів з розробки нових продуктів і технологій виробництва, що фінансуються місцевою владою, надаються за максимально зниженою процентною ставкою. Також в Японії особлива увага приділяється створенню нових підприємств для розвитку економіки окремих регіонів і сприяння промисловому та технологічному співробітництву [2].

У Німеччині використовується комбінована схема надання фінансів для розвитку НДДКР і поповнення оборотних активів у формі субсидування Урядом ставки відсотка по кредиту. Німецький банк реконструкції і розвитку бере пайову участь у статутному капіталі технологічних компаній на тих же фінансових умовах, що і провідний інвестор, беручи участь у формуванні венчурного капіталу для фінансування НДДКР та інновацій. Фінансування інноваційного підприємництва здійснюється за рахунок субсидування заходів, пов'язаних з оформленням і подачею патентів в Німеччині і за кордоном, комерціалізацією промислових розробок і отриманням консультаційних послуг [3].

У Фінляндії важливу роль в діючій системі підтримки інноваційного підприємництва грають: Національне технологічне агентство «Текес», яке фінансує дослідження і визначає напрямки робіт, що сприяють розвитку і впровадженню високих технологій; Національний Фонд досліджень і розвитку «Ситро», який займається організацією тренінгів, керівництвом дослідних проектів, наданням позик і субсидій, видачею доручень і гарантій, участю в спільних проектах компаній через придбання частки власності в них [3]. У Фінляндії також практикуються податкові пільги суб'єктів інноваційної діяльності, застосовуються цільові кредити.

Малий бізнес в ОАЕ, особливо, пов'язаний з інноваціями, дуже важливий для економічної політики держави, спрямованої на відхід від нафтової залежності та диверсифікацію національної економіки. Тому уряд ОАЕ активно підтримує інноваційне підприємництво в тому числі через реалізацію національної стратегії впровадження інновацій (National Innovation Strategy), за рахунок концентрації уваги на наступних галузях: транспорті, освіті, охороні здоров'я, різних технологій, поновлюваних джерелах енергії, водопостачанні,

космічній галузі [4]. Перший етап реалізації стратегії – проведення заходів, спрямованих на навчання, розвиток науково-дослідних партнерських зв'язків і стимулювання державного і приватного секторів. Це допомагає створити нові вдосконалені методи роботи. Другий етап – залучення понад 700 експертів з технологій, орієнтованих на майбутнє, забезпечення реалізації інновацій. В результаті реалізації цієї стратегії ОАЕ може стати одним зі світових лідерів інновацій.

Таким чином, уряди різних країн беруть участь у створенні інфраструктури підтримки інноваційного підприємництва, приймають низку державних програм та впроваджують відповідні стратегії, спрямовані на стимулювання інноваційної діяльності.

Література:

1. Задорожнюк Н. О. Креативність як підґрунтя розвитку підприємництва (на прикладі ІТ-сфери України). *European Journal of Economics and Management*, 2019. Volume 5. Issue 1. С. 148–153.

2. Версоцкий Р. Р. Зарубежный опыт поддержки малого и среднего предпринимательства и возможности его применения в современной России. *Управленческое консультирование*. 2019. № 7 (127). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/zarubezhnyi-opyt-podderzhki-malogo-i-srednego-predprinimatelstva-i-vozmozhnosti-ego-primeneniya-v-sovremennoi-rossii> (дата звернення: 22.10.2020).

3. Кириллов А. В. Оценка зарубежного опыта стимулирования инновационной активности субъектов предпринимательства. *Вестник ГУУ*. 2016. № 2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/otsenka-zarubezhnogo-opyta-stimulirovaniya-innovatsionnoy-aktivnosti-subektov-predprinimatelstva> (дата об'язання: 22.10.2020).

4. Задорожнюк Н. О., Швагірев М. Д. Развитие инновационного підприємництва в ОАЕ. *Управління інноваційним розвитком на макро-, мезо- та мікрорівнях*: матеріали ІV Міжн. наук.-прак. інтернет-конф. Одеса. 7 червня 2018 р. С. 32–34.

АНАЛІЗ НЕТАРИФНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

Кильницька Є.В., к.е.н., доцент,
Манченко Д.Р., студент групи ЕП-21
Харківський національний університет будівництва та архітектури

Не зважаючи на те, що лібералізація торгівлі найчастіше асоціюється з усуненням тарифних торговельних бар'єрів: ввізного мита, дискримінаційного оподаткування тощо, сучасна практика регулювання зовнішньої торгівлі передбачає активне використання нетарифних інструментів на тлі послаблення можливостей тарифного регулювання через зниження тарифів в результаті

діяльності СОТ та інших міждержавних угод, зокрема Угоди про асоціацію між Україною та ЄС.

Серед заходів регулювання зовнішньоекономічної діяльності, які спрямовані на забезпечення захисту економічних інтересів України та інтересів суб'єктів зовнішньоекономічних операцій з країнами суб'єктами господарювання країн ЄС, задля дослідження трансформації системи регулювання вітчизняної зовнішньої торгівлі в умовах поглиблення торговельних відносин з ЄС доцільно поглиблено вивчити особливості застосування кількісних обмежень, а саме квотування обсягів торгівлі, тарифних бар'єрів в торгівлі та дотримання стандартів та вимог до імпортованих товарів.

Згідно статистиці починаючи з 2008 року (станом на 30.06.2020) Україною було вжито 151 та ініційовано ще 274 обмеження щодо регулювання зовнішньої торгівлі з країнами світу нетарифними засобами.

Для порівняння у 2008 році Україною було ініційовано 28 обмеження щодо регулювання зовнішньої торгівлі з країнами світу нетарифними засобами, у 2019 році – 34 обмеження.

Для цього Україна в більшості випадків у 2008 році зверталася до застосування технічних бар'єрів в торгівлі (18 обмежень – 64,3% в структурі заходів нетарифного регулювання), спрямованих на технічне співробітництво між Україною та ЄС, гармонізацію технічних регламентів, стандартів та процедур оцінки відповідності.

Антидемпінгові заходи склали – 7 обмежень (25% в структурі заходів нетарифного регулювання ЗЕД України).

На заходи санітарного та фітосанітарного захисту, зокрема процедури перевірки продукту на відповідність вимогам, контроль виконання вимог до маркування, етикетування та пакування, гігієнічних вимог, прийшлося, як і на використання компенсаційних та захисних заходів по 3,57 % від загальної кількості вжитих та потенційно застосованих Україною заходів нетарифного регулювання ЗЕД.

Вже у 2019 році ситуація відносно нетарифного регулювання кардинально змінилася, про що засвідчує зростання кількості обмежень за рахунок заходів санітарного та фітосанітарного захисту до 8 обмежень (23,5% у структурі заходів), їх кількість зросла 800% по відношенню до 2008 року.

Як наслідок ланцюгової реакції спостерігається скорочення обмежень у вигляді технічних бар'єрів з 18 у 2008 році до 15 у 2019 році.

Частка антидемпінгових заходів мала тенденцію до скорочення у 2019 році в загальній структурі нетарифних методів регулювання з 25% у 2008 році до 23,5% у 2019.

Потреба в диверсифікації заходів регулювання зовнішньої торгівлі України, яка виникає на тлі поглиблення зовнішньоекономічних відносин та активного міжнародного товарообміну, задовольняється застосуванням в системі міжнародної торгівлі більш ефективного і гнучкого протекціонізму, основу якого складають нетарифні інструменти регулювання. Інтеграція

України до внутрішнього ринку ЄС з одночасним уникненням високих нетарифних обмежень у двосторонній торгівлі повноцінно можлива за умов приведення національної системи регулювання у відповідність до європейської, адже основними перешкодами у торгівлі виступають не імпорتنі тарифи, а технічні бар'єри і санітарні вимоги.

ТРАНСПОРТНА ДОСТУПНІСТЬ ТЕРИТОРІЇ – ВПЛИВОВИЙ ФАКТОР РОЗМІЩЕННЯ МІЖНАРОДНОГО ВИРОБНИЦТВА

*Клевцова Н. В., аспірант
Дніпровська академія неперервної освіти*

Транспортні мережі, будучи важливим елементом інтеграції товарів на міжнародний ринок, забезпечують можливість якісної роботи всіх складових економічної системи. Сутність перевезення з просторової точки зору може бути визначена, як «показник взаємовідносин між територіями». Основними характеристиками в цьому випадку будуть або відносно висока частка транспортних витрат у загальній вартості продукції, або способи перемістити виробництво ближче до ринків з метою прискореної доставки і збереження вантажів.

Можна виділити наступні методи оцінки транспортних витрат:

- підходи, засновані на оцінці географічної відстані;
- розрахунок транспортних витрат, заснований на оцінках величин базисних умов експорту та імпорту товарів;
- на основі оцінок попиту і пропозиції.

Важливо оцінити не тільки прямий вплив нової інфраструктури на загальні витрати і час транзиту, але і ефект доступності цієї інфраструктури. Інтермодальна організація перевезення вантажів полягає в створенні операторами контейнерних перевезень інтегрованих транспортних систем, за якими вантажі перевозяться в укрупнених стандартних вантажних місцях в змішаному сполученні за участю різних видів транспорту, робота яких суворо скоординована і взаємозв'язана. Основне завдання інтегрованих транспортних систем полягає в прискоренні, здешевленні і спрощенні процесу руху вантажів від виробника до споживача за варіантом « від дверей до дверей ».

Таким чином, міжнародним інтермодальним перевезенням (unimodal transport), притаманні такі характеристики:

- участь щонайменше двох видів транспорту;
- пункт відправлення і пункт призначення вантажу знаходяться у різних країнах;
- один з учасників перевезення (оператор) організовує весь процес транспорту за єдиним документом і несе відповідальність за збереження вантажу від місця відправки до місця призначення.

Крім того, виділяють міжнародні комбіновані перевезення вантажів. Їх характерні ознаки: для всіх видів транспорту, що беруть участь у перевезенні,

встановлюється загальний правовий статус, єдиний транспортний документ, за все перевезення встановлюється загальний тариф; Комбіновані перевезення отримали технічну і правову основу, організаційно оформилися в регіональному і глобальному масштабах. Розвиток ефективних перевезень великій мірі залежить від сучасного управління транспортним процесом [1]. Транспортний коридор – це територіальна взаємодія кількох видів транспорту, які концентровано забезпечують транспортні потоки в одному напрямку відповідним обслуговуванням та інфраструктурою. В умовах міжнародної інтеграції та глобалізації дедалі більшого поширення набувають міжнародні транспортні коридори (МТК). У транспортних вузлах МТК створюються мультимодальні термінальні комплекси (ТК), які здійснюють не тільки перевезення, але й тестування, сертифікацію товарів. Відродження ідеї міжнародних транспортних коридорів стало відповіддю світового співтовариства на явища і процеси у сферах виробництва й торгівлі на різних континентах. Ці процеси формують новий стан системи світової торгівлі й міжнародного поділу праці, впливають на створення і функціонування глобальної фінансової системи, що забезпечує швидке перетікання величезних мас капіталу. Об'єктивні зрушення в системі міжнародної торгівлі стимулювали інтеграційну ініціативу створення єдиного економічного простору. Ці тенденції позначились також на транспорті, сприяли виникненню загальноєвропейської транспортної політики. Нині базова інтеграційна концепція транспорту надзвичайно швидкими темпами переводиться в площину конкретних заходів [2]. Розвиток транспортної системи України в найближчій перспективі має здійснюватись у відповідності з «Національною транспортною стратегією України на період до 2030 року».

Очікувані результати впровадження стратегії:

- організація ефективного інформаційного супроводу бізнес-процесу «торгівля-транспорт»;
- створення нових робочих місць на підприємствах транспортної галузі;
- використання у транспортно-дорожньому комплексі інноваційних технологій, зростання життєвого рівня населення, бюджетних коштів, що будуть отримані завдяки реалізації інфраструктурних транспортних проєктів;
- створення мультимодальних транспортних мереж;
- підвищення рівня екологічної безпеки в транспортній галузі та впровадження механізму компенсації заподіяної шкоди;
- широке використання інноваційних технологій щодо забезпечення безпеки дорожнього руху [3].

Головною метою розвитку та реформування транспортної системи України є досягнення її повної інтеграції до світової транспортної системи.

Література:

1. Міжнародний бізнес / під ред. А. М. Погорлецького. М.: Видавництво Юрайт, 2017. 733 с. : сайт URL: <http://Stud.com.ua>.

2. Дуднік І. М. Транспортна географія: підручник. К.: НАУ, 2016. 288с.
3. Верховна Рада України. Про схвалення Національної транспортної стратегії України на період до 2030 року : сайт URL: <http://zakon.rada.gov.ua>.

ІКТ-МОЖЛИВОСТІ ТА ІКТ-РИЗИКИ В РОЗРІЗІ ФІНАНСОВО-КРЕДИТНИХ ЗАГРОЗ НАЦІОНАЛЬНОЇ БЕЗПЕКИ

*Колодійчук А.В., к.е.н., доцент,
доцент кафедри менеджменту туристичного
та готельно-ресторанного бізнесу
Ужгородський торговельно-економічний інститут Київського національного
торговельно-економічного університету*

В умовах активізації міжнародної економічної діяльності та посилення глобалізаційних процесів все більше зростає роль інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ). Не є виключенням в цьому плані і світовий фінансовий ринок, який включає міжнародні валютні ринки, міжнародні грошові ринки та міжнародні ринки капіталів [1, с. 47].

ІКТ-процеси самі по собі можуть бути як загрозами національної безпеки, так і інструментом їх подолання в умовах поступального розвитку національного господарського механізму. Так, у 2020 році головним ІКТ-процесом в Україні стало впровадження програми “Дія 2.0”, або національної системи цифрового шерингу – тобто електронної системи обміну цифровою документацією в офіційних установах. Її уже впровадили 2 комерційні банки “А-Банк”, “ПриватБанк” та онлайнвий “motobank”, а ще 30 українських комбанків перебувають на стадії впровадження цієї технології. Якщо говорити про сферу зв’язку, то головний поштовий оператор “Нова пошта” повністю впровадив е-систему “Дія 2.0” для ідентифікування та верифікування своїх клієнтів. В пакеті цифрової документації головне місце відводиться ID-карті – цифровій версії паспорта громадянина України, електронним версіям водійських прав та закордонного паспорта. В той же час відзначають адміністративно-політичну загрозу другого порядку – загрозу виборчому процесу при використанні у ході голосування електронних документів. Крім того, загроза вбачається і в недосконалої самої технології, її недостатній захищеності від дій хакерів-зловмисників та маніпуляторів.

Визначальним в характеристиці загроз національної економічної безпеки у контексті нашого дослідження повинно бути визначення ролі модерних ІКТ у них – в їх протіканні та нейтралізації. Окреслимо перелік ІКТ-можливостей та ІКТ-загроз по розряду фінансово-кредитних загроз національної безпеки. При цьому ІКТ-можливості полягають у можливості послаблення загроз (чи їх нейтралізації) національної економічної безпеки, а ІКТ-загрози заключаються в потенційній загрозі посилення негативного впливу відповідних загроз національної економічної безпеки. Перш ніж розглядати ІКТ-можливості та ІКТ-загрози в частині фінансово-кредитних загроз національної безпеки,

потрібно враховувати наступне. Загалом, за підсумковими результатами опитування аудиторії респондентів, до складу якої увійшли 19 комерційних банків, чотири страхові компанії та три інвестиційні фонди, станом на початок 2019 року, системними ризиками для подальшого розвитку фінансового сектору економіки України вважаються корумпованість та бюрократизованість державного апарату, діяльність міжнародних економічних організацій, які регулюють фінансову сферу, слабка захищеність фінансових інформаційних систем від дій хакерів та інших комп'ютерних зловмисників, складне та мінливе соціополітичне середовище у країні, порівняно низький рівень захищеності інтересів фінансових вкладників та позичальників в економічному секторі. При цьому, 69% опитаних [2] характеризують становище фінансового сегменту національної економіки як задовільне, а 12% називають його добрим.

Головні ІКТ-можливості, які враховують у процесі пом'якшення негативного впливу фінансово-кредитних загроз національної безпеки економічного сектору, виглядають так: пакети прикладних програм проектного та портфельного аналізу з диверсифікації ризику інвестицій (наприклад, "Інвестиційний аналіз 2.0", "ProjectExpert"); спеціальне антивірусне програмне забезпечення, яке обслуговує діяльність трейдерів на фінансових біржах.

Перелік ІКТ-загроз, які поглиблюють фінансово-кредитні загрози національної економічної безпеки, містить наступні загрози:

- крупні DDos-атаки на інтернет-мережі банківських та інших фінансових установ, вони бувають семи типів:

1) SYN-атаки – при пересиланні хакерами спеціального АСК-пакета, в результаті чого сервер не здатний приймати запити інших клієнтів;

2) UDP-атаки – при автоматичному створенні сукупності протокольних повідомлень за допомогою 17 мов програмування;

3) MAC-атаки – під час перевантаження сервера організації безліччю порожніх Ethernet-фреймів;

4) ICMP-атаки – при складанні комп'ютерами хакерів повідомлень про помилки без трансферу даних по каналу мережі;

5) HTTP POST – передбачає перекодування даних з сервера і пересилання йому назад, в результаті чого він перевантажується;

6) HTTP GET – відбувається "зациклення" сервера на файлі-вірусі, що зупиняє його нормальну роботу;

7) HTTP-назва – стороннє втручання зловмисників в роботу проксі-серверів банків;

- порушення роботи національної інформаційної системи та ІКТ-інфраструктури через дії хакерів та інших зловмисників;

- низький рівень розвитку електронного урядування в фінансовому сегменті управління національним господарством.

Література:

1. Гаврилко П. П., Колодійчук А. В., Лазур С. П., Важинський Ф. А. Міжнародна економіка в таблицях, схемах, формулах, задачах і прикладах:

навчальний посібник. Львів: Вид-во ННБК «АТБ», 2019. 258 с.

2. «Опитування про системні ризики фінансового сектору за листопад 2018 року»: сайт URL: <https://bank.gov.ua/doccatalog/document?id=82367650>.

СИСТЕМАТИЗАЦІЯ ЧИННИКІВ ФОРМУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ФІНАНСОВОЇ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

*Нікітіна А.В., к.е.н., доцент, доцент кафедри міжнародної економіки та менеджменту ЗЕД,
Харківський національний економічний університет ім. Семена Кузнеця
Ахмедов О.Б., магістрант 2-го року навчання
Харківський національний економічний університет ім. Семена Кузнеця*

Перехід до ринкових відносин і пов'язаний з ними дефіцит власних інвестиційних ресурсів обумовлює необхідність розширення інвестиційного ринку держави й окремих суб'єктів економіки зокрема. Найважливішим критерієм і основою для прийняття позитивного рішення інвестором є інвестиційна привабливість конкретного суб'єкта господарювання, яка є набором фінансово-економічних показників визначають оцінку зовнішнього середовища, рівень позиціонування на ринку, потенціал отриманого в кінці результату [1].

Інвестиційна привабливість залежить від комплексу факторів, перелік яких може варіюватися від цілей інвесторів; динаміки економічного розвитку підприємства, а також очікуваних темпів зростання; комплексом зовнішніх факторів. Отже, в діагностичному контексті важливу роль відіграють фактори формування інвестиційної привабливості підприємств, оскільки вони визначають характер її параметрів, їх стабільність, тривалість дії тощо.

Фактор інвестиційної привабливості – показник, що відображає значимість об'єкта інвестицій для інвестора. Різноманітність вимог інвесторів, а також об'єктів інвестицій передбачає потребу в класифікації і систематизації чинників інвестиційної привабливості.

Чинники формування інвестиційної привабливості підприємств є рушійною силою, що характеризують конкурентні переваги підприємства в боротьбі за інвестиції, і діляться на фактори внутрішнього і зовнішнього середовища [2].

Зовнішні чинники – це ті чинники, які не залежать від результатів господарської діяльності підприємства. До них відносять:

Перший фактор, що відноситься до зовнішніх факторів – це інвестиційна привабливість території, що включає в себе такі параметри як економічна і політична ситуація в світі, країні, регіоні, досконалість законодавчо-судової влади, корупція в регіоні, розвиненість відповідної галузі ринку, людські ресурси території.

Оцінка інвестиційної привабливості держав і регіонів – це професійна діяльність рейтингових агентств, наприклад такі як, Standard & Poors, Moody's, Fitch, Експерт РА.

Другий фактор, що визначає інвестиційну привабливість – інвестиційна привабливість галузі, яка включає в себе рівень конкуренції, поточний розвиток, стадію розвитку, структуру і динаміку інвестицій в галузь. При інвестиційному аналізі організації дані параметри дуже важливі.

До внутрішніх факторів, що визначають інвестиційну привабливість відносять чинники, які залежать безпосередньо від результату фінансово-господарської діяльності організації. Вони визначають інвестиційну привабливість організації і є головним механізмом її регулювання. До них відносяться:

Фінансовий стан організації, яке оцінюється на основі показників як: коефіцієнта поточної ліквідності, коефіцієнта співвідношення позикових і власних коштів, коефіцієнта оборотності активів, рентабельності власного капіталу по чистому прибутку, рентабельності продажів по чистому прибутку.

Організаційна структура управління організації як внутрішній фактор її інвестиційної привабливості складається з частки міноритарних акціонерів в структурі власників організації, ступеня впливу держави на організацію, ступеня розкриття фінансової інформації, частки чистого прибутку, сплачені у зв'язку за останні роки. Ступінь інноваційності продукції організації також впливає на її інвестиційну привабливість.

Стабільність генерування грошових коштів і рівень диверсифікації продукції організації, є основними внутрішніми факторами на ряду з вищезазначеними у формуванні інвестиційної привабливості організації.

Існує не мало джерел, які використовуються для отримання інформації про діяльність, що цікавить організації, їх також класифікують на зовнішні і внутрішні.

В якості зовнішніх джерел виступають: архіви банківських структур, звіти аудиторських і консалтингових агентств, інформація про організацію в ЗМІ, дані фінансового ринку, інформація від партнерів організації. Низька частота внутрішніх джерел інформації пов'язана з підготовкою квартальної або річної звітності і включають в себе: бухгалтерську (фінансову) звітність, внутрішні бухгалтерські, фінансові та управлінські звіти, документацію планування і прогнозування, податкову звітність, статутні документи.

Таким чином, на інвестиційну привабливість організації впливають: економічна і політична ситуація в світі, країні, регіоні, досконалість законодавчо-судової влади, корупцію в регіоні, кваліфікація працівників, показники фінансової діяльності організації. Будь-яка динамічно розвивається потребує припливу інвестицій, тому підвищення її інвестиційної привабливості – одна з найважливіших стратегічних завдань будь-якої компанії.

Література:

1. Скалюк Р. В., Лоїк О. І. Оцінка інвестиційної привабливості підприємства. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2016. № 1. С. 115–122.

2. Ендовицкий Д. А. Анализ инвестиционной привабливості організації. М. КНОРУС, 2010. 376 с.

3. Сосніна А. Д. Методи оцінки інвестиційної привабливості підприємств. *Молодий вчений*. 2015. № 11(3). С. 68–71.

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

Носач Л.Л., к.е.н., доцент

Національний аерокосмічний університет ім. М.Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут»

Сучасний етап еволюції підприємницької діяльності складно уявити без її інтернаціоналізації. Необхідність досягнення надприбутків штовхає сучасних підприємців за межі країни власного базування. Комплексні процеси глобалізації та міжнародний поділ праці сприяють розвитку, даного виду підприємництва і роблять його необхідним в сучасній підприємницькому середовищі.

Головними мотивами для підприємців до здійснення операцій за межами країни служать розширення ринків збуту власної продукції, скорочення витрат, шляхом вибору найбільш сприятливих умов ведення бізнесу, доступ до іноземного капіталу, технологій. Отримання вигод з міжнародного бізнесу, тобто з факту продажів конкретного товару в іншій країні та/або налагодження фірмою однієї країни виробництва в іншій та/або надання послуг спільно фірмами двох країн – третій і т.д., забезпечують залученим у бізнес сторонам більше переваг, ніж вони б мали, ведучи справу тільки в своїх країнах. Це є ключовим моментом як для розуміння природи і специфіки ведення міжнародного бізнесу так і для пояснення виникнення і розвитку міжнародного підприємництва як такого.

За останні двадцять років з'явилося багато тенденцій, які характеризують особливості розвитку міжнародного підприємництва. В даний час, першою і основною тенденцією, яка чинить вплив на розвиток міжнародного підприємництва, є збільшення масштабів підприємницьких структур, інтернаціоналізація підприємницьких відносин і орієнтація співпраці на досить тривалі терміни. Передумовами такого сценарію служать високі темпи технологічного розвитку, що дозволяють створити оптимальні умови в області логістики і транспортування. Наукові досягнення в області комунікацій, такі, як супутниковий зв'язок, не тільки прискорюють взаємодія партнерів, але і дозволяють здійснювати оперативний контроль над будь-якими міжнародними операціями.

В якості другої тенденції необхідно виділити мінливість кон'юнктури інтернаціональних ринків і посилення міжнародної конкуренції. Швидким змінам умов функціонування міжнародних ринків сприяє зміна загальної геополітичної обстановки, а також зміна співвідношення сил у світі. Безумовно,

політичний фактор є найважливішим при формуванні умов функціонування міжнародного підприємництва. Залежно від встановлених дипломатичних відносин між державами змінюються і умови для зарубіжних підприємців в цих державах. Так, прикладом може служити введення ряду санкцій США і ЄС щодо Росії через геополітичний конфлікт з Україною. Санкції, практично обмежили великим російським банкам і міжнародним підприємницьким структурам доступ до закордонних ресурсів і технологій, що спровокувало введення ряду відповідних санкцій з боку Росії. Російські санкції були спрямовані на ввезення ряду товарів з країн ЄС, що спричинило за собою збитки по обидва боки. Підприємці з ЄС в результаті санкцій втратили досить емні ринки збуту, а російська сторона втратила доступ до сучасних технологій освоєння енергоресурсів, великих контрактів, фінансових ресурсів для обслуговування різних міжнародних угод.

Третьою суттєвою тенденцією сучасного міжнародного підприємництва є розвиток міжнародних інститутів, покликаних підтримувати підприємницькі процеси в усьому світі. В результаті глобалізації підприємництва, створюються міжнародні організації покликані підтримувати торговельно промислові відносини між контрагентами різних країн. Саме з метою лібералізації розвитку торгівлі та підприємництва в 1995 році була створена Світова організація торгівлі.

Четвертою тенденцією є активне застосування сучасних інформаційних технологій у підприємницькій діяльності. Сучасний етап еволюції підприємницьких відносин характеризується сплеском розвитку інформаційних технологій, що дозволяють скорочувати трансакційні витрати, проводити будь-які операції за короткі терміни, а також автоматизувати підприємницькі процеси. Результатом впровадження актуальних інформаційних технологій і засобів комунікації є віртуалізація бізнесу – яку можна віднести до п'ятої тенденції сучасного міжнародного підприємництва. Результатом віртуалізації бізнесу можна вважати поява інтернет-магазинів. Майже кожне підприємство, задіяне в сфері продажів товарів і послуг, має інтернет-магазин. Підприємці, відкривши точку продажу через інтернет, отримують масу переваг. Крім економії, на орендній платі за приміщення, яку замінює абонентська плата за надання сайту, підприємець, так само може оперативно контролювати свою діяльність з будь-якої точки світу при менших тимчасових витратах.

Шостою тенденцією, є повсюдне поширення диверсифікації підприємницької діяльності. Диверсифікація активно використовувалася підприємствами і раніше, але в сучасному підприємстві стратегія диверсифікації прийняла масштабний характер як найбільш успішної стратегії страхування ризиків і розширення бізнесу.

Аналіз сучасних тенденцій міжнародного підприємництва дозволяє зробити висновок про наростаючі масштаби процесів глобалізації та інтернаціоналізації у всьому світі. Саме том, у світлі останніх геополітичних подій, основні шляхи вдосконалення підприємницького клімату в будь-якій країні, мають відповідати всім тенденціям сучасного підприємництва, особливо

у впровадженні сучасних інформаційних технологій і методів розрахунків.

Література:

1. Трансформація міжнародних економічних відносин в епоху глобалізації: колективна монографія / За ред. А. П. Голікова, О. А. Довгаль, М. Воробйова. Х. : ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2015. 316 с.

ЦИФРОВІ ПЛАТФОРМИ В ПРАКТИЦІ МІЖНАРОДНОГО РЕГУЛЮВАННЯ АГРАРНИХ РИНКІВ

*Островський І. А., к.е.н., доцент
Харківський національний університет міського господарства
імені О. М. Бекетова*

Провідна роль агропромислового експорту для нашої країни суттєво впливає на стан національної безпеки держави. Тому зміни в зовнішній торгівлі аграрною продукцією мають спиратися як на фундаментальні засади галузевого виробництва, так і на чутливість до принципів технологічних змін. Світова економічна криза, яку суттєво прискорила пандемія COVID-19, поширює свій вплив на усіх рівнях економіки. Не оминула вона і міжнародну торгівлю. Сільськогосподарське виробництво, збут та інфраструктурне забезпечення очікує турбулентний період пристосування до нових умов. Одним з найважливіших інструментів макроекономічного регулювання ринків аграрної продукції вже стали міжнародні цифрові платформи. Дослідження їхнього впливу на розвиток аграрного комплексу є актуальним і своєчасним.

Наша країна має використати багатофункціональний підхід до реформування сільського господарства на нових системних засадах. Отримання концепцією багатофункціонального розвитку офіційного статусу як ключового методу аналізу видів аграрної політики стало розв'язком в документах ООН та закріплення в правових актах європейських та інших країн вона стає підґрунтям подальшого становлення сучасної аграрної системи. У цьому контексті перед вітчизняною наукою і практикою стоять важливі завдання щодо адаптації досвіду західноєвропейських та інших країн до наших умов [1, с. 123-124]. Саме в контексті прискорення процесів багатофункціональності треба розглядати поступову цифровізацію, зокрема, залучення до міжнародних цифрових платформ.

У стратегічному аспекті багато інститутів розглядають цифровізацію світової сільськогосподарської системи як засіб підвищення добробуту сільського населення шляхом зростання продуктивності сировинного й переробного секторів, оптимізацію використання всіх видів ресурсів, удосконалювання повного циклу бізнес-процесів.

Платформний підхід до економічної діяльності в цілому є основною перетворюючою силою епохи цифровізації. Багатоваріативність понять платформної економіки визначали А. Моазед і Н. Джонсон [2].

Технологічно реалізація завдань оптимізації процесу виробництва і реалізації продукції в аграрному секторі можлива через діяльність цифрових платформ, що сприяють обміну цінностями між виробниками й споживачами. У цілому така можливість забезпечується взаємодією макроекономічних, політичних, соціальних і навіть просторово-географічних факторів. При цьому базовою умовою створення й використання цієї технологічної переваги є наявність цифрової інфраструктури, високошвидкісних мереж зв'язку. У ряді країн миру відсутність елементів такої інфраструктури в аграрних районах являє собою важкоподоланий бар'єр використання інформаційних цифрових платформ. Крім того, низький рівень загальної та комп'ютерної грамотності сільгоспвиробників і сільського населення, на потреби якого націлено багато платформ, є об'єктивною перешкодою для розширення їх доступу до ринку через використання цього ресурсу.

Високі витрати на створення відкритих цифрових платформ і необхідність рішення через їхнє впровадження не тільки ринкових, але й соціальних завдань через багатофункціональність сільського господарства, визначили лідерство міжнародних організацій у формуванні концепцій платформної інформаційної структури в даній сфері.

Огляд цифрових платформних ресурсів показав, що на глобальному рівні найбільшу ефективність у контексті розширення доступу товаровиробників до ринку сільськогосподарських товарів через його транспарентність забезпечують саме відкриті цифрові платформи, що створені для потреб широкого кола користувачів за рахунок коштів міжнародних організацій або ресурсів державно-приватного партнерства.

Високі витрати на створення відкритих цифрових платформ і необхідність рішення ринкових і соціальних завдань обумовили лідерство міжнародних організацій у формуванні концепцій платформної інформаційної структури. Особливістю цифровізації аграрного сектору є вплив переважно на сферу пропозиції. В основі цього лежить диференціація земельних ресурсів за продуктивністю, необхідність точкового використання показників погоди, фітосанітарних, ветеринарних та інших умов на локальному рівні для гнучкого реагування господарюючих суб'єктів на зміни. Можливості такого реагування виникають за рахунок використання даних інформаційних платформ. Узагальнено міжнародний досвід використання відомих цифрових платформ: SEPAL, CEO, AMIS, Ag-IMS, TAP, національних платформ США, ЄС, Китаю, Індії.

Однак, як і практично будь-які інновації, цифрові технологічні зміни на ринках сільськогосподарських товарів породжують нові диспропорції. На сучасному етапі в умовах певного цифрового «підриву» класичного ринкового середовища й перехід до нових правил взаємодії ринкових агентів в аграрній сфері вони проявляються, зокрема, у різному ступені доступності інформаційних ресурсів. Розрив у знаннях і технологічних навичках між господарюючими суб'єктами має чітко визначений цифровий складник.

Література:

1. Молдаван Л. В. Інституціоналізація концепції багатофункціональності сільського господарства: досвід ЄС для України. *Економіка і прогнозування*. 2019. № 4. С. 121–130.

2. Моазед А., Джонсон Н. Платформа. Практическое применение революционной бизнес-модели. М: Альпина Паблшер, 2019. 288 с.

ДОСЛІДЖЕННЯ ПИТАННЯ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ У СИСТЕМІ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА УКРАЇНИ

Сторожилова У. Л., к.е.н., доцент

*Український державний університет залізничного транспорт
м. Харків*

Сторожилів П. М., студент

*Київський коледж комп'ютерних технологій та економіки НАУ
м. Київ*

В основу питання модернізації міжнародного бізнесу та побудови нової ефективної системи сучасного підприємництва в Україні, перш за все, повинні бути закладені нові унікальні перспективи щодо можливості для розвитку людства. Стрімкий рост цифровізації, нанотехнологічного, інформаційного рівней в світі вказує на зацікавленість країн і суспільства у існуванні векторів, які відповідають інноваційним викликам часу [1].

Дослідження питання модернізації міжнародного бізнесу у системі підприємництва в Україні, реформування та розвитку сучасної України, як передової європейської країни, повинне бути орієнтоване на зміцнення демократії, оновлення електронного урядування та боротьбу з корупцією.

Розвиток цифровізації, рівня нанотехнологій та боротьба з корупцією в провідних країнах світу вже стали однією з найважливіших складових питання сталого розвитку міжнародного бізнесу та побудови нової ефективної системи сучасного підприємництва та програм міжнародних організацій.

Відтак, державний курс модернізації міжнародного бізнесу в побудові нової ефективної системи сучасного підприємництва України в контексті боротьби з корупцією, європейської інтеграції, зміцнення демократії має бути направлений на політичну консолідацію, стрімкого росту рівня цифровізації і нанотехнологій [2].

Система міжнародного бізнесу в побудові нової ефективної системи сучасного підприємництва України в контексті економічного розвитку, політичної консолідації, стрімкого росту рівня цифровізації і нанотехнологій повинна бути спрямована як на дослідження поточних завдань в країні, так і на вирішення довгострокових стратегій в просторі міжнародного бізнесу.

Стан нової ефективної системи сучасного підприємництва України в просторі міжнародного бізнесу повинен ґрунтуватися [3]:

- на забезпеченні мирного розвитку суспільства України;

- на політичній, економічній та соціальній стабільності та впевненості;
- на стрімкому підвищенні індексу розвитку соціального потенціалу України (рівня комфортності життя громадян, людської грамотності та людського довголіття);
- на забезпеченні плідного міжнародного співробітництва та на забезпеченні пошуку прогресивних векторів зовнішньої політики України;
- на зміцненні економічних, демократичних і цифрових засад в українському суспільстві;
- на прозорому і вільному доступі потоку нанотехнології, дійсної інформації і ідей.

Система управління нової ефективної системи сучасного підприємництва України в просторі міжнародного бізнесу повинна формуватися [4]:

- на забезпеченні максимально високого рівня комфорту громадян України;
- на гнучкій, прозорій моделі яка орієнтована на зовнішній і на внутрішній попит сучасної України;
- на освоєнні нових сегментів попиту і пропозиції міжнародного бізнесу і України;
- на активному інтересі до міжнародних ініціатив;
- на освоєнні нових нанотехнологічних і інформаційних рівней в економіці сучасної України;
- на підтриманні сучасних стратегій відродження нової ефективної системи сучасного підприємництва України і стратегій виконуваностей;
- на безпеці;
- на екологічності;
- на економічності
- на рівності громадян.

Нова ефективна система сучасного підприємництва в Україні в просторі міжнародного бізнесу та боротьби з корупцією повинна мати свою власну демократичну соціально-економічну модель з орієнтацією на оновлення електронного урядування, стрімкого росту цифровізації, нанотехнологічного і інформаційного рівней.

Література:

1. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка рівня та напрями підвищення: монографія / за заг. ред. О. Г. Янкового. Одеса : Атлант, 2013. 470 с.
2. Пилипчук В. П., Оснач О. Ф., Коваленко Л. П. Промисловий маркетинг. Київ : Центр навчальної літератури, 2006. 298 с.
3. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємств: кредитно-модульний курс / за ред. І. Ю. Сіваченка, Ю.Г. Козака, Н.С. Логвінової. 3-тє вид. Київ : Центр учбової літератури, 2010. 312 с.
4. Заяць Р. П. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства. Тернопіль, 2017. 116 с.

КОНКУРЕНТНІ ПОЗИЦІЇ УКРАЇНСЬКИХ МОРЯКІВ НА СВІТОВОМУ РИНКУ ПРАЦІ

*Тарновська І.В., к.е.н., доцент
Державний університет інфраструктури та технологій, м. Київ*

Ринок праці являє собою найбільш складний і динамічний елемент ринкової економіки. Тут не тільки переплітаються інтереси працівників і роботодавців, а й відображаються всі соціально-економічні, політичні, демографічні та інші процеси в суспільстві [1].

Морський ринок праці є специфічним сегментом всесвітнього ринку робочої сили. За даними International Shipping Federation (ISF), сьогодні морський ринок праці охоплює більше 1500000 моряків, які представляють 150 країн. Але при цьому 10 країн постачають 51% офіцерів та 59% рядових флоту. Лідирують тут з великим відривом Китай та Філіппіни (приблизно 30% всіх моряків), а також Індонезія, Туреччина, Росія і Україна, що продемонстровано в табл. 1 [2].

Таблиця 1 – Найбільші країни-постачальники моряків для світового торговельного флоту у 2019 році

| № з/п | Країна | Загалом офіцерів та рядових | Офіцери | Рядові | % від загальної кількості |
|-----------|----------------|-----------------------------|---------------|---------------|---------------------------|
| 1. | Китай | 243 635 | 101 600 | 142 035 | 14,78 |
| 2. | Філіппіни | 215 500 | 72 500 | 143 000 | 13,08 |
| 3. | Індонезія | 143 702 | 51 237 | 92 465 | 8,72 |
| 4. | Росія | 97 061 | 47 972 | 49 089 | 5,89 |
| 5. | Індія | 86 084 | 69 908 | 16 176 | 5,22 |
| 6. | Україна | 69 000 | 39 000 | 30 000 | 4,18 |
| 7. | Туреччина | 38 985 | 18 568 | 20 417 | 2,36 |

Джерело: Складено автором за матеріалами [2,3]

Слід зазначити, що в останні роки на морському ринку праці при значному надлишку пропозиції рядового складу спостерігається зростаючий дефіцит складу командного. При цьому найбільш гостро відчувається нестача саме кваліфікованих моряків – капітанів та старших механіків. Якщо 10 років тому 39% всіх робочих місць припадало на офіцерські посади, то у 2019 році – вже 47% [2].

У дослідженні стану ринку праці на світовому морському торговельному флоті з тривогою наголошується, що командний склад з найбільш розвинених країн (США, Західної Європи, Японії) має відносно високий вік. Більше 25% офіцерів з цих країн старше 50 років, понад 50% - старше 40 [3]. Такі показники ставлять українських моряків в більш вигідне становище на міжнародному ринку праці, адже вітчизняні офіцери досягають високих посад в більш молодому віці - до 40 років.

Зрозуміло, що дані країни становлять пряму конкуренцію українським морякам. Наприклад, на Філіппінах робота на судах під іноземними прапорами

є державною політикою з відповідними наслідками - укладання договорів з великими судновласниками про винятковий найм філіппінських моряків в обмін на певні пільги.

Вихідці з азійських країн більш старанні і часто вимагають меншу заробітну плату від судновласників. Але українські моряки мають якості, за які їх цінують всі світові судновласницькі компанії. Основні переваги українських моряків можна розділити на три категорії: професійну, культурну та географічну [4].

На жаль, останнім часом відзначається тенденція до скорочення заявок на українських моряків від іноземних судновласників. Основними причинами такого скорочення є: державна політика Китаю в сфері мореплавства; завищені вимоги по заробітній платі в порівнянні з філіппінцями, китайцями та індусами; корупція в Україні: покупка медичних сертифікатів і кваліфікаційних морських документів, «навчання» і «здача іспитів» за певну мзду і т.і.; вживання алкоголю / наркотиків під час рейсу [5].

Проведене дослідження світового ринку праці моряків демонструє, що останнім часом на ньому лідируючі позиції займають країни Азійського регіону, зокрема Китай, Філіппіни, Індонезія. Поки там кваліфікованих офіцерів мало, але є тенденція до збільшення їх кількості, завдяки внутрішнім морським програмам. Також спостерігається зростаючий дефіцит командного складу при значному надлишку пропозиції рядового складу екіпажу суден.

Українські моряки відзначаються рядом конкурентних переваг, основними з яких є освіченість і ерудованість офіцерів, їх самостійність, здатність прийняти нестандартне рішення. Однак брак підтримки цієї галузі з боку держави Україна та недосконалість системи підготовки фахівців сприятиме втраті конкурентних позицій на світовому ринку праці.

Література:

1. Примачев Н. Т. Примачева Н. Н., Вовк О. В., Ксендзова Н. А. Предпринимательство в торговом судоходстве: монографія. Одесса: ОНМА, 2008. 376 с.
2. Manpower Report 2019. URL: <https://www.manpowergroup.com/media-center/news-releases/manpowergroup+reports+2nd+quarter+2019+results>.
3. Review of Maritime Transport, Report by the UNCTAD secretariat. New York and Geneva: United Nations, 2020. 184 p.
4. Ukrainian Seafarers – Opportunities For Future Development. URL: <https://www.hellenicshippingnews.com/ukrainian-seafarers-opportunities-for-future-development/>.
5. Украинские моряки «сдают позиции» на международном рынке труда. URL: <http://www.seafarersjournal.com/opinions/nashi-moryaki-sdayut-pozitsii-na-mezhdunarodnom-rynke-truda/>.

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ОРГАНІЗАЦІЇ МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ

Тохтамиш Т.О., к.е.н., доцент

Харківський національний університет будівництва та архітектури

У сучасному світі однією з основних рушійних сил економічного розвитку виступає міжнародна торгівля, яка є сферою міжнародних економічних відносин і являє собою сукупність зовнішньої торгівлі товарами, послугами, а також продукцією інтелектуальної праці всіх країн світу. Сьогодні її питома вага складає 80% усіх міжнародних відносин. Для окремої країни участь у міжнародній торгівлі набуває форми зовнішньої торгівлі, тобто це торгівля однієї країни з іншими країнами світу, яка складається з двох зустрічних потоків товарів та послуг: вивезення (експорту) та ввезення (імпорту).

Міжнародна торгівля – це торгівля між резидентами різних країн, якими можуть виступати фізичні та юридичні особи, фірми, транснаціональні корпорації, некомерційні організації тощо. Вона передбачає добровільний обмін товарами, послугами, продукцією інтелектуальної праці між сторонами торговельної угоди [1].

Розвиток зовнішньої торгівлі зумовлений тим, що вона сприяє встановленню рівноваги між надлишком та дефіцитом товарів і послуг у економіках окремих країн. Її роль у розвитку країн, регіонів та світу в цілому постійно зростає. З одного боку, зовнішня торгівля стала могутнім фактором економічного розвитку, а з іншого – значно посилилась залежність країн від міжнародного товарообміну.

Факторами, що впливають на розвиток зовнішньої торгівлі, є:

- поглиблення міжнародного поділу праці та інтернаціоналізація виробництва;
- науково-технічний прогрес, що сприяє оновленню основного капіталу, створенню нових галузей економіки, пришвидшує реструктуризацію економіки в цілому;
- активна діяльність транснаціональних корпорацій на зовнішньому ринку;
- регулювання зовнішньої торгівлі через Світову організацію торгівлі;
- лібералізація зовнішньої торгівлі, перехід країн до режиму, що передбачає відміну кількісних обмежень імпорту та значне зменшення митних зборів завдяки створенню вільних економічних зон;
- розвиток процесів економічної інтеграції, усунення регіональних бар'єрів, формування спільних ринків, зон вільної торгівлі тощо [2].

Місце зовнішньої торгівлі у розвитку країни має суперечливий характер. Перебіг взаємодії, зближення та співпраці з іншими країнами у процесі розвитку зовнішньої торгівлі приносять додаткові переваги та водночас поглиблюють залежність країни від інших учасників міжнародних економічних

відносин та зменшують її економічну стійкість в умовах кризи [2].

Оскільки зовнішня торгівля будь-якої країни є сукупністю експортних та імпорتنих операцій, то головним завданням зовнішньоторговельної політики є пошук балансу між цими двома товаропотоками.

Для будь-якої країни необхідною складовою зовнішньої стратегії, а також умовою вирішення кардинальних проблем розвитку є проведення національної геоекономічної політики відносно тих або інших міжнародних економічних об'єднань і коопераційних, інтеграційних процесів. Для України визначення векторів міжнародної економічної інтеграції стало найгострішим питанням розвитку держави після отримання незалежності [3].

Євроінтеграційні прагнення України стали невід'ємними реаліями політичного сьогодення, а європейські орієнтири набули практичного втілення у низці рішень та дій і української держави, й офіційних органів Європейського Союзу. Процеси інтеграції національної економіки у світове господарство супроводжуються низкою ендогенних та екзогенних чинників, які мають деструктивний вплив. За основними зовнішніми чинниками, що ускладнюють та обмежують право України входити у світове господарство як повноправного партнера є [4]:

- посилення міжнародної конкуренції на товарних ринках, низька конкурентоспроможність української продукції;
- нові вимоги споживачів до якості товарів;
- застосування країнами-конкурентами форм протекціонізму та дискримінація українських експортерів, зокрема, ускладнення процедури сертифікації продукції;
- складність входження в міжнародне співробітництво через невідповідність міжнародним стандартам захисту прав інтелектуальної власності.

Отже, інтеграція України до європейського співтовариства є шляхом покращення та модернізації економіки, залучення іноземних інвестицій і новітніх технологій, підвищення конкурентоспроможності вітчизняного товаровиробника, вільного руху в середині інтеграційного об'єднання кваліфікованої робочої сили, товарів, послуг, факторів виробництва, в свою чергу це передбачає вихід на єдиний спільний ринок.

Література:

1. Козак Ю. Г. Міжнародна торгівля: підруч. для студ. вищ. навч. закл. К.: Центр учбової літератури, 2014. 441 с.
2. Білоган О. І. Оптимізація структури зовнішньої торгівлі країн Центральної та Східної Європи : дис. канд. ек. наук : 08.00.02. Львів, 2015. 221 с.
3. Кухарська Н. О. Україна в сучасних інтеграційних процесах: Навч. посіб. Одеса: «Атлант ВОІ СОІУ», 2017. 186 с.
4. Вишинська Т. Л., Генералов О. В., Севрук І. М. Сучасний стан зовнішньої торгівлі товарами в Україні. *Scientific Journal «Science Rise»*. 2018. №3/3(8). С. 41–45.

Секція 5

Облік, аудит і оподаткування підприємницької діяльності

CONTROL AND ACCOUNTING ASPECTS OF INTRODUCING MODERN MANAGEMENT METHODOLOGIES

Balaziuk O.Yu., PhD in economics, associate professor of Economy, Accounting and Taxation Department, Vinnytsia training and research institute of economics, WUNU;

Sysoieva I.M., PhD in economics, associate professor of Economy, Accounting and Taxation Department, Vinnytsia training and research institute of economics, WUNU

Effective management requires appropriate accounting and information support able to produce complex analysis of all accounting objects and data summarizing for reporting them to the administration. It is this approach that will enable to establish accounting-informational environment favorable for effective management. Such an approach is difficult to maintain in the conditions of IT enterprises, especially when using flexible approaches in project management.

Project management dates back to the 1970s. Since the very beginning of the methodological development in this sphere, a waterfall model and its interpretations have dominated. Starting from the 1990s, the IT market underwent dramatic changes few big projects for large-scale clients changed into a great number of small-scale or medium-scale projects for all business spheres. Together with accelerating business changes, these causes became the main factors of establishing a flexible or adaptable Agile-methodology of project management [1].

The analysis of the scientific works shows that the issue of developing and implementing Agile-methodology is in the centre of scientific attention. It was studied by J.Sazzerland, M. Cohn [1], R. P. Bouray, G. E. Richards [2], R. Srinivasan, T. Quan, P.Reed [3], D. Greening [4]. Ukraine has also findings in practical implementation of Agile methodology into the process of software development, but little is said about theoretical developments and integration of this approach into project management with accounting of its realization.

However, for the companies using Agile-methodology accounting may become a complicated task. The existing accounting principles are meant for long-term and phase software development, and are not adjusted to flexible management and rapid advance [5].

The popularity of this methodology among the world leading companies is proved by the survey data produced by the companies “VersionOne”, 79% of the surveyed companies have experience of working with Agile- methodology.

The waterfall model of life cycle of software development corresponds to the 3 phases of accounting:

- preliminary planning (1);

- software product development (2);
- after realization maintenance (3).

The feasibility and economic analysis corresponds to the phase of preliminary planning; Requirements analysis, architecture and design, as well as coding and testing conform to the development phase (incurred and capitalized costs); and the implementation and maintenance (at cost) corresponds to the stage after implementation.

First, at the stage of planning it is rather difficult to estimate the value of the future product since the list of requirements to it is adjusted during the whole development process. Second, the feedback about the software being developed is extremely important and it is decisive in defining the terms of the project. In this approach, it's quite difficult to separate the phases of software product development (2) and its maintenance after introduction (3).

The presence of such problems often leads to one of the following negative consequences:

- blocking certain events resulting from the use of Agile-methodology by the accounting department;
- companies choose not to register certain events to avoid complications;
- the realization of detailly described processes leads to extra costs and reduces the efficiency of cooperation between the accounting department and software developers.

Consequently, both international and domestic practices involve capitalization of financial costs only on the stage of software development, while the costs associated with the stages of coordination, evaluation and maintenance after implementation are related to other expenses and are not included into the asset cost. To allocate such costs using Agile-methodology, we offer a system of analytical accounts that involves allocating the costs on development of a single software product together with its versions and, simultaneously allocate costs on approval, evaluation and after-sales maintenance of this product.

Some aspects of bringing accounting in accord with flexible management approaches require special attention since this industry is surging and in the Ukrainian practice this mechanism is only partially elaborated.

Agile transformation for the audit team is a unique opportunity for the projects to develop and implement audit indicators. With Agile transformation and flexible methodologies in place, internal audit units will be able to focus on the needs of internal clients and improve communication between departments.

References:

1. Кон М. Agile. Оценка и планирование проектов. М.: «Альпина Паблишер», 2016. 418 с.
2. Bouray R. P., Richards G. E., Accounting for external-use software development costs in an agile environment. *Journal of Accountancy*, 12 March 2018 : сайт URL: <https://www.journalofaccountancy.com/news/2018/mar/accounting-for-external-use-software-development-costs-201818259.html>

3. Srinivasan, R., Quan, T., & Reed, P. *Accounting for agile projects*. Paper presented at PMI® Global Congress, 2014. С. 145–150.

4. Greening D., Reed P. *Agile Accounting: Simplifying Software Capitalization* : сайт URL: <http://www.focalops.com/agile-accounting/>

5. Балазюк О. Ю., Сисоєва І. М. Впровадження методології Agile у систему обліку. *Інфраструктура ринку*. 2018. № 21 : сайт URL: <http://www.market-infr.od.ua/uk/2018>.

ОСОБЛИВОСТІ ОПОДАТКУВАННЯ ІТ-ГАЛУЗІ В УКРАЇНІ : СУЧАСНІ АСПЕКТИ

Вербицька В.І., к.е.н., доцент

Половко А.В., студентка гр.ЕА-11

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

За даними статистичної звітності, у минулому році на ІТ сферу доводилося 4% внутрішнього валового продукту (ВВП) України. Фахівці цілком впевнено прогнозують зростання означеного показника до 6-7 %. Переважною частиною фахівців сфери є фізичні особи-підприємці (ФОПи). За підсумками минулого року, кількість ФОПів, задіяних у сфері ІТ, становила 154 тис. людей - зростання за рік досягло 23%. Найчастіше особи, які працюють в області ІТ, проживають в Києві і області, а також Харківській та Львівській областях. Переважна їх більшість зареєстровані за КВЕД «комп'ютерне програмування» (102 тис. фахівців). Менш популярні «консультування з питань інформатизації» та «обробка даних»: 24 тис. і 19 тис. відповідно [1].

ІТ-галузь давно вважається однією з найдинамічніших галузей в Україні, і ось нещодавно особливості державних нововведень стали джерелом конфлікту щодо оподаткування.

Справа у тому, що ІТ-співробітники часто реєструються як приватні підприємці та оподатковуються за простою 5% ставкою. Однак у лютому Міністерство соціальної політики внесло до парламенту законопроект про зміну податків для ФОПів. Серед її пропозицій була перекваліфікація деяких ІТ-підприємців як співробітників компанії. Це означає, що їм доведеться сплачувати 19,5-відсотковий податок на прибуток, а роботодавці повинні будуть сплачувати додатковий 22-відсотковий податок на свою валову зарплату. Мінцифри та профільні депутати запропонували ввести універсальний податок для ІТ-компаній. 4% від обороту у 2020 році та щорічне зростання цього податку до 7% у 2024 році. Крім цього, компанії будуть зобов'язані сплачувати ЄСВ з двох мінімальних зарплат та воєнний збір у розмірі 1,5% при одночасному скасуванні інших податків.

Оскільки ІТ-галузь є другою за величиною в Україні, ці поправки розглядаються як просто спроба держави отримати більше грошей. Схеми не є прозорими, оскільки українські підприємці жорстоко борються проти кроків оподаткування більше від приватного бізнесу та галузей загалом. Замість того,

щоб підтримувати український бізнес, депутати та уряд, швидше за все, намагаються витягнути гроші з бізнесу та вивести їх у власні кишені. Місцеві підприємці називають систему електронного адміністрування ПДВ вбивцею українського бізнесу. Систему піддавали критиці через можливість ручного проникнення працівниками Державної фіскальної служби, що може призвести до вторгнення у бази даних. Ці дані можуть бути виправлені несприятливим чином і змусять платника податку платити більше, ніж йому насправді слід. Також противники введення нових положень вважають, що підвищення відсоткової ставки платежі для фізичних осіб-підприємців зменшаться до символічних 100\$ за місяць, а весь інший залишок буде сплачуватись за допомогою різноманітних каналів – від латвійських банків до стейблкоїнів та криптовалюти.

Слід враховувати, що особливості функціонування українських ІТ-компаній полягають у тому, що вони є не тільки єдиними платниками податків, а також її працівниками. Натепер вони підлягають сплаті податків у межах 3-ї групи, що розглядається як вкрай недостатньо і вважається, що держава недоотримує кошти.

У нових пропозицій з'явилось чимало критиків, які вважають що співробітники, оформлені в штаті, взагалі є рухом в минуле, оскільки весь світ рухається в бік контрактних взаємовідносин між співробітником і роботодавцем. Крім того, в теперішній час широкого розповсюдження набуває думка, що спеціаліст прагне до більшої гнучкості в тому, як він збирається витратити свої гроші, скільки відкладати на пенсію і які соціальні блага отримувати.

Першим і найочевиднішим нюансом є побоювання відносно позбавлення у зв'язку з введенням нового податку деяких компаній рентабельності. Це побоювання базується на тому, що кожна ІТ-компанія має свій рівень маржинальності і для деяких з них утримання додаткових відсотків від обороту може стати істотною проблемою. В той самий час, яку саме маржу можна вважати середньоринковою, визначити досить складно, і фахівці стосовно цього мають думки, які досить сильно відрізняються одна від одної.

Так, вважається, що сервісні ІТ-компанії працюють з маржинальністю 8-12% обороту, а запропоновані 4-7% з обороту є половиною їх прибутку. На додаток, продуктові компанії часто взагалі є збитковим, а новий податок зменшить їх можливість реінвестувати. Інші спеціалісти дотримуються думки, що питання про рівень маржинальності в значній мірі є спекулятивним, так як сам аутсорсинг може бути різним. Таким чином, маржа у ІТ-компаній може бути різною, і податок в 7% може забрати прибуток не у всіх компаній галузі.

На даний момент держава планує звільнити третю категорію платників від податків, що призведе вирівнювання права платників податків. Підвищення податків було зустрівте негативними коментарями фахівців ринку ІТ, і компанії в основному підтримують ідею збереження вищезгаданої 3-ї категорії для ІТ. Коли іншими країнами ведеться пошук можливостей взяти найбільше від світового ринку ІТ-галузі, в нашій країні можливість контрактної роботи з ІТ-

спеціалістами на 3 групі показала свою доцільність, і ми вважаємо, що зміна правил діяльності під час кризи, коли друга експортна галузь намагається зберегти поточний рівень надходжень валюти до України, не є виваженим рішенням і не сприятиме ефективності діяльності галузі.

Література:

1. «Мінфін» порівняв програми для IT-шників у 10 банках. Сайт Мінфін. URL: <https://minfin.com.ua/ua/2019/11/07/39627162/>.

РОЛЬ КОНТРОЛЮ В СУЧАСНИХ УМОВАХ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

*Герасимова Т.І., Годованюк А.В., викладачі
Подільський спеціальний навчально-реабілітаційний
соціально-економічний коледж*

В умовах ринкових відносин підприємництво є одним із важливих чинників в процесі економічного розвитку нашої держави. Успіх підприємницької діяльності залежить від ринкового попиту і задоволення потреб споживачів.

Сучасна підприємницька діяльність може ефективно розвиватись за умови належного дотримання вимог не тільки економічного, соціально-духовного та політичного характеру, але і вимог чинного законодавства. Розвиток та регулювання підприємництва залежить від численних нормативно-правових актів, які стимулюють підприємницьку діяльність.

Головним нормативним актом, що закріплює основні засади державного регулювання підприємницької діяльності, є Господарський кодекс України, який відповідно до вимог статей 42-51 регламентує ступінь свободи підприємницької діяльності, її принципи, організаційні форми підприємництва, права найму працівників і соціальні гарантії щодо використання їх праці, загальні гарантії для підприємців, державну підтримку підприємства, відповідальність суб'єктів підприємництва, діяльність іноземних підприємців в Україні, припинення підприємницької діяльності

Одним із важливих напрямів державної політики, спрямованого на вдосконалення правового регулювання господарських відносин, створення адміністративних відносин між органами державної влади і суб'єктами підприємництва є державне регулювання підприємництва.

Держава здійснює контроль і нагляд за господарською діяльністю суб'єктів господарювання [1, п. 3 ст. 19].

Важелями державного впливу на підприємницьку діяльність є такі засоби, як планування, стимулювання, маркетинг, а також заходи контролю. Державний контроль направлений на забезпечення законності та дисципліни і суть його полягає в спостереженні, перевірці, попередженні та виправленні можливих помилок і неправомірних дій.

Правове забезпечення створює те середовище, в якому діє підприємець, гарантуючи йому державний захист прав власності, рівність прав і свободу підприємницької діяльності, вільну і законну конкуренцію, державну підтримку [2].

Контроль за діяльністю суб'єктів господарювання з питань дотримання ними норм і приписів законодавства, правил та стандартів, якістю виробленої продукції та наданих послуг є одним з важливих заходів у реалізації завдань і функцій держави. Контроль присутній на всіх стадіях підприємницької діяльності суб'єктів господарювання та протягом усього часу управління, а реалізація управлінських рішень і є невід'ємною складовою управління.

Система контролю, шляхом здійснення нагляду, перевірок і спостережень за фінансово-господарською діяльністю, дозволяє керівнику переконатись, що фінансово-господарський процес відбувається відповідно до вимог інструкцій, інших нормативних документів та діючого законодавства.

Контроль полягає у своєчасному виявленні та запобіганні відхиленням, які перешкоджають раціональному використанню майна і коштів, виступає гарантією збереження та ефективного використання матеріальних і фінансових ресурсів. Також, контроль сприяє пошуку шляхів оптимізації господарських рішень, як структурними підрозділами, так і на рівні підприємства в цілому. Контроль спрямований не тільки на раціональне та економічне витрачання матеріальних, трудових, фінансових та інших ресурсів, але і спрямований на скорочення непродуктивних витрат і втрат [3]

За результатами контрольних заходів контролюючих органів керівники суб'єктів господарювання мають можливість чітко усвідомлювати стан фінансово-господарської діяльності керованих ними підприємств і тим самим отримувати належну інформацію для прийняття ефективних управлінських рішень.

Контроль у якості функції соціального управління виявляється через його інформаційну суть. Для того, щоб успішно управляти, кожний керівник повинен знати результати свого управлінського впливу на об'єкти управління. Лише, контроль дає можливість вчасно отримати об'єктивну інформацію про стан справ на підконтрольних об'єктах та відповідність їх діяльності затвердженій соціальній програмі. Це дає змогу оперативно виявити недоліки в прийнятих управлінських рішеннях.

Підвищення ефективності та дієвості контрольних заходів, посилення їх профілактичної спрямованості, обумовили в останні роки стійку тенденцію до зміцнення фінансової дисципліни суб'єктами господарювання, збільшення економічної безпеки країни та, взагалі, покращення розвитку економіки держави в цілому.

Література:

1. Господарський кодекс України: Кодекс України від 16.01.2003 № 436-IV : сайт URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15#Text>

2. Гой І. В., Смелянська Т. П. Підприємництво: навч. посібник. К.: «Центр учбової літератури», 2016. 368 с.

3. Скібіцька Л.І. Організація праці менеджера. навч. посібник. К.: Центр учбової літератури, 2015. 360 с.

ЗНАЧЕННЯ ПРОВЕДЕННЯ АНАЛІЗУ ДЕБІТОРСЬКОЇ ЗАБОРГОВАНІСТІ В ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

*Демченко Т. А., к.е.н., доцент
Слатвінський М. А., к.е.н., доцент*

Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

На сучасному етапі економічного розвитку підприємства неспроможні ефективно управляти дебіторською заборгованістю, яка займає вагому частку в оборотних активах. Більшість підприємств практично не мають можливості нормально функціонувати у зв'язку з наявністю дебіторської заборгованості, адже це відволікає кошти з обігу. У таких умовах особливо зростає роль ефективного управління дебіторською заборгованістю, своєчасного її повернення та попередження виникнення безнадійних боргів, а це неможливо здійснити без правильно проведеного аналізу та використання економіко-математичного моделювання [1, 2].

Для підвищення ефективності функціонування підприємства в сучасних умовах господарювання та прийняття конкретних управлінських рішень щодо наявності та розміру дебіторської заборгованості, доцільно провести аналіз наявності і зміни дебіторської заборгованості на конкретному українському підприємстві ТОВ «Агросервіс» Одеської області та визначити напрямки формування її оптимального обсягу для оптимізації господарського процесу.

Аналіз стану дебіторської заборгованості ТОВ «Агросервіс» в цілому та у розрізі окремих статей відображено в табл. 1.

Таблиця 1 – Склад та динаміка дебіторської заборгованості ТОВ «Агросервіс» (станом на кінець року), тис. грн

| Показник | 2014 р. | 2015 р. | 2016 р. | 2017 р. | 2018 р. | 2018 р. до 2014 р., (+;-) |
|--|---------|---------|---------|---------|---------|---------------------------|
| Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги | 8640 | 7380 | 107 | 22992 | 36557 | 27917 |
| Дебіторська заборгованість за розрахунками | | | | | | |
| в т.ч.: з бюджетом | 414 | 255 | 1384 | 582 | 547 | 133 |
| за виданими авансами | 38 | 1376 | 651 | 1087 | 19 | -19 |
| Інша поточна дебіторська заборгованість | 20147 | 20070 | 35739 | 39426 | 91047 | 70900 |
| Разом | 29239 | 29081 | 37774 | 64087 | 128170 | 98931 |

Джерело: розраховано за даними фінансової звітності підприємства

Важливим показником аналізу дебіторської заборгованості є її оборотність. Її прискорення сприяє зниженню тривалості її погашення, що дозволяє покращувати якість розрахунків і свідчить про покращення платіжної дисципліни.

Для аналізу динаміки коефіцієнту оборотності дебіторської заборгованості та тривалості її погашення у ТОВ «Агросервіс» розглянемо дані табл. 2.

Таблиця 2 – Динаміка оборотності дебіторської заборгованості в ТОВ «Агросервіс»

| Показник | 2014 р. | 2015 р. | 2016 р. | 2017 р. | 2018 р. | 2018 р. до 2014 р., (+;-) |
|--|----------|----------|----------|----------|----------|---------------------------|
| Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції (робіт, послуг), тис. грн. | 10600,00 | 15637,00 | 29261,00 | 44105,00 | 52361,00 | 41761,00 |
| Середньорічна сума дебіторської заборгованості, тис. грн. | 30008,00 | 29160,00 | 66855,00 | 50984,00 | 96128,50 | 66120,50 |
| Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості | 0,35 | 0,54 | 0,44 | 0,87 | 0,54 | 0,19 |
| Тривалість погашення дебіторської заборгованості, днів | 1033 | 681 | 834 | 422 | 670 | -363 |

Джерело: розраховано за даними фінансової звітності підприємства

Сума чистого доходу ТОВ «Агросервіс» за 2014-2018 роки збільшилась на 41,8 млн грн, а збільшення середньорічного розміру дебіторської заборгованості становило 66,2 млн грн, тобто більш, ніж тричі. Це зумовило низьке значення коефіцієнта оборотності дебіторської заборгованості, внаслідок чого період тривалості погашення дебіторської заборгованості у 2014 році становив 1033 дні, а у 2018 – 670 днів.

Аналіз даних виявив велике значення дебіторської заборгованості у 2014 році. Можна припустити, що це обумовлено складною соціально-політичною ситуацією в Україні, зумовленою подіями на Сході країни.

Так як, дебіторська заборгованість складає певну долю оборотних активів то, ймовірно, існування кореляції між вартістю оборотного капіталу та сумою дебіторської заборгованості.

Отримані оцінки оптимального співвідношення між дебіторською заборгованістю та грошовими коштами і оборотними активами не можна вважати точними. Але з них можна зробити достатньо впевнений висновок про те, що дебіторська заборгованість не може бути меншою за суму всіх інших складових оборотних активів. Це зумовлено перш за все тим, що постає питання про доцільність зберігання наявних великих запасів на підприємстві, так як краще її реалізувати і мати певну суму дебіторської заборгованості, чим тримати значні обсяги готової продукції на складі.

Література:

1. Райан Б. Стратегический учёт для руководителей / пер. с англ. В. А. Микрюкова. Москва: Аудит, ЮНИТИ, 1998. 616 с.
2. Стоун Д., Хитчинг К. Бухгалтерский учёт и финансовый анализ: подготовительный курс / пер. с англ. Ю. А. Огибинаидр; под общей ред. Б. С. Лисовика и М. Б. Ярчева. Москва: Сирин, 1998. 304 с.

ПРОБЛЕМНІ МОМЕНТИ ІДЕНТИФІКАЦІЯ КРИПТОВАЛЮТ ДЛЯ ЦІЛЕЙ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ

*Ковальова Т.В., к.е.н., доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Криптовалюта стала фінансовою новацією в Україні і незважаючи на досить жвавий світовий ринок цього активу, наша країна ще має велику кількість невирішених проблем відносно його функціонування. Неможливість створення єдиної методики обліку криптовалюти в нашій країні пов'язана з рядом причин, а саме:

- невизначеністю правового статусу криптовалюти;
- значною кількістю видів криптовалюти;
- складністю технологічного процесу виробництва криптовалюти.

Розглянемо деякі з цих причин. Україні потрібна легалізація віртуальних активів як відображення прав власності, коли токенизуються (виражаються і передаються без посередників у цифровій формі) земля, нерухомість, активи, права інтелектуальної власності. За словами О. Жмеренецького аудиторські компанії оцінюють український ринок криптовалют 2,5 млрд дол. [1]. Україна вивчає новий ринок, одночасно уникаючи державної відповідальності за негативні наслідки для учасників ринку криптовалют, тобто притримується позиції нейтралітету. Відсутність правового статусу негативно впливає на облікові процеси відносно цього виду валют.

Усе частіше зі шпальт Інтернет видань йде мова про врегулювання операцій з криптовалютами. Законопроект «Про віртуальні активи», який надійшов на розгляд до Верховної Ради, покликаний врегулювати обіг віртуальних активів. У цьому законі передбачено правовий статус та класифікацію віртуальних активів, вимоги до випуску та їх обігу, дана характеристика суб'єктів ринку та відповідні критерії фінмоніторингу, питання державного регулювання та протидії зловживанням та ін.. Сподіваємось, що цей закон буде прийнято, і наступним кроком стане методичне врегулювання обліку криптовалюти.

Дослідження криптовалют у системі обліку є досить цікавим, та як таке, що постійно здійснюється як вітчизняними, так і зарубіжними вченими, до яких слід віднести: Т. Яцик, О.Петрук, О. Новак, Р.Бруханський, І. Спільник, В. Костюченко, С. Стовпова, В. Фостолович, а також Д. Блейк, Х. Бірмен, Г. Велш та інші.

Ідентифікацію криптовалюти, на наш погляд, слід починати з відповідності її певним критеріям. З одного боку, криптовалюта, безумовно, має стати об'єктом обліку, оскільки на неї спрямована пізнавальна діяльність дослідників як українських, так і зарубіжних. По-друге, об'єкт слід розглядати як частину наявного світу, а предмет – як суб'єктивно встановлені властивості об'єкта, що піддаються пізнанню. Предмет – це властивість, притаманна об'єкту, те, що в цьому об'єкті має наукове пояснення [2]. Усе це притаманне криптовалютам, цей феномен досліджується і його поява має логічне пояснення. Однак, не все так просто з цим видом активу. В обліковому аспекті активи є ресурсами підприємства у вигляді конкретних елементів господарського обороту та головним критерієм відображення їх в активі балансу, згідно з національною обліковою теорією, є право власності на них з можливістю одержати економічні вигоди від використання активів у майбутньому. МСФЗ передбачено, що право власності не є істотним при визнанні активу в балансі головним є те, що підприємство контролює вигоди, отримані від використання цього майна, та приймає ризики, пов'язані з активами [3]. Беручи до увагу трактування МСФЗ щодо активу, основною вимогою до визнання криптовалюти активом є вигода, яку підприємство зобов'язане отримати від використання.

Вирішення вище наведених проблемних моментів щодо ідентифікації крипто валют для цілей бухгалтерського обліку приведе:

- до збільшення кількості суб'єктів підприємницької діяльності, що займаються операціями з віртуальними активами;
- збільшення надходжень до бюджету шляхом інвестицій в інноваційну галузь.

Література:

1. О. Жмеренецький «Крипта» в тіні. Коли ринок віртуальних активів в Україні стане легальним?: сайт URL: <https://www.epravda.com.ua/publications/2020/09/23/665441/> (дата звернення: 08.10.2020).
2. Дорош Н.І., Мартинюк М.А. Взаємозв'язок предмета та об'єктів обліку та аудиту: сайт URL: http://economyandsociety.in.ua/journal/10_ukr/124.pdf (дата звернення: 11.11.2019).
3. Семйон В.С. Активи як облікова категорія: проблеми трактування: сайт URL: <file:///C:/Users/user/Downloads/95335-203464-1-PB.pdf> (дата звернення: 02.12.2019).

ВАЖЛИВІСТЬ ФОРМУВАННЯ ОБЛІКОВОЇ ПОЛІТИКИ ВІДПОВІДНО ДО МІЖНАРОДНИХ СТАНДАРТІВ ОБЛІКУ ТА ЗВІТНОСТІ

Корчагіна В.Г., к.е.н.

Новокаховський гуманітарний інститут

ВНЗ «Відкритий міжнародний університет розвитку людини «Україна»

Вітчизняна практика господарювання впродовж тривалого періоду формування та розвитку ринкових відносин відображає постійне вдосконалення системи бухгалтерської звітності у відповідності до змін потреб користувачів, політико-економічних умов функціонування бізнес-структур, техніко-організаційного забезпечення облікових процедур. Поява нових форм, видів та форматів звітності є адекватною реакцією облікової системи на зовнішні виклики, що впливають на неї та забезпечують її подальше функціонування. Запровадження на законодавчому рівні процесу гармонізації національної системи обліку у відповідності з міжнародними стандартами бухгалтерського обліку та фінансової звітності (IAS/IFRS) визначають безповоротну тенденцію поступової конвергенції формування облікової системи підприємств відповідно до вимог світової спільноти.

Тому питання формування якісної облікової політики як елементу методології обліку підприємства в умовах гармонізації з міжнародними стандартами справедливо заслуговує уваги в сучасному науковому світі.

В умовах міжнародної інтеграції економіки України та реалізації Стратегії застосування міжнародних стандартів фінансової звітності важлива роль відводиться саме визначенню рекомендацій та вимог до формування облікової політики суб'єктів господарювання. Облікова політика підприємства, що розробляється власником, має узгоджуватися із вимогами нормативно-правових актів міжнародного, державного і галузевого рівнів та не суперечити їхнім вимогам. Це означає, що ступінь свободи підприємства у формуванні облікової політики обмежений державою у прийнятих законах, положеннях, постановах та інших нормативних документах, в яких є варіанти вибору методично-організаційного забезпечення процесу бухгалтерського обліку та формування звітності [1, с. 161]. В той же час формування облікової політики за IAS/IFRS має управлінську спрямованість і є стимулом ефективного розвитку будь-якого підприємства, оскільки визначає його конкурентоспроможність, ділову активність і потенціал у співпраці з вітчизняними та закордонними партнерами, і як результат – основу фінансовій стабільності.

Відповідно до Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» підприємства, що становлять суспільний інтерес, повинні складати фінансову/консолідовану фінансову звітність за міжнародними стандартами. Інші суб'єкти господарювання питання доцільності застосування міжнародних стандартів при складанні фінансової та консолідованої звітності можуть вирішувати самостійно [2].

Отже, при прийнятті рішення щодо переходу від національних до міжнародних стандартів ведення обліку та формування звітності (незалежно від того, обов'язкова це процедура чи добровільна) важливим аспектом є визначення основних складових облікової політики.

Порядок складання фінансової звітності відповідно до міжнародних вимог відрізняється від Національних положень тим, що в їх основі лежать не чіткі правила, а принципи, пріоритетом яких є економічна сутність фінансово-господарської операції. Крім того, застосування IAS/IFRS дозволяє не так

жорстко деталізувати процеси та операції фінансового обліку.

Особливістю міжнародних вимог до формування звітності є те, що в них часто передбачено два підходи до відображення одних і тих операцій. При цьому один підхід є базовим, а інший – альтернативним. Підприємство має право вибрати основний або альтернативний підхід, який визначається його обліковою політикою. Для розуміння і практичного застосування стандартів важливе значення має Концептуальна основа складання та подання фінансових звітів, що є обліковою основою; вона встановлює концепції складання і подання фінансових звітів для зовнішніх користувачів. При цьому об'єктивними перевагами використання міжнародних перед національними стандартами в окремих країнах здебільшого визнаються чітка економічна логіка, узагальнення кращої світової практики в сфері обліку, простота сприйняття для користувачів фінансової інформації у всьому світі [3, с. 14].

Одним із проблемних аспектів наближення вітчизняних стандартів обліку до міжнародних є саме ті ділянки обліку, де потрібне професійне судження бухгалтера. Обґрунтоване професійне судження фахівця за правилами IAS/IFRS дозволяє відмовитися від застосування певного стандарту і навіть запропонувати власне рішення. Проте, відсутність стандартів для окремих операцій чи процесів обумовлює застосування професійного судження, орієнтуючись на чинну нормативно-правову базу і галузеві стандарти. У цьому випадку саме облікова політика стає полем вибору релевантних рішень, тому і має досить суттєве значення.

Отже, коректно сформована облікова політика підприємства містить такі правила, принципи і процедури, які гарантують, що облік на підприємстві буде більш прозорим, а господарські процеси – більш контрольованими. Всі ці умови забезпечать прийняття об'єктивних ефективних рішень за наявності адекватної та точної інформації, що підлягає аналітичній інтерпретації.

Література:

1. Засадний Б. А. Формування облікової політики в системі бухгалтерського обліку підприємств. *Причорноморські економічні студії*. 2016. Вип. 12–2. С. 159–164.
2. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні : Закон України від 16 липня 1999 № 966-XIV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14#n208> (дата звернення: 30.10.2020).
3. Белова І., Семенишена Н. Гармонізація і стандартизація як об'єктивна необхідність кумулятивізму інституту бухгалтерського обліку. *Міжнародний науковий журнал*. 2018. Вип. 3–48. С.7–18.

ДИРЕКТ-КОСТИНГ ЯК ОСНОВНИЙ МЕТОД КАЛЬКУЛЮВАННЯ ВИТРАТ В МІЖНАРОДНІЙ ПРАКТИЦІ

*Пакуліна А.А., к. е. н, доцент,
Рочева Г.В.*

Харківський національний університет будівництва та архітектури

Найважливішим об'єктом управління на сучасному підприємстві є витрати, тому досить важливим є правильний вибір методів та моделей управління витратами, які будуть сприяти ефективному розвитку підприємства та зростанню його конкурентоспроможності. В міжнародній практиці існують наступні основні системи калькулювання витрат та формування фінансових результатів діяльності:

- «абсорпшен-костинг» – облік витрат і калькулювання повної собівартості продукції (робіт, послуг);

- «директ-костинг» – облік витрат і калькулювання собівартості продукції на основі змінних витрат.

У кожній з цих систем є свої особливості. Абсорпшен- і директ-костинг - два різних методи виробничого калькулювання. Основна їхня відмінність полягає в порядку розподілу постійних витрат між калькуляційними періодами.

Абсорпшен-костинг - калькуляція з повним розподілом витрат - мається на увазі визначення собівартості продукції з розподілом всіх витрат між реалізованою продукцією і залишками товару. Причому в рамках цього методу може обчислюватися виробнича або повна собівартість. Калькуляція з повним розподілом витрат полягає в розрахунку виробничої собівартості на основі прямих (трудових і матеріальних) і непрямих загальновиробничих витрат, які розподіляються в собівартість продукції. Загальновиробничі непрямі витрати або використовуються для обчислення повної собівартості, або підраховуються як витрати періоду, тобто не зв'язуються з фізичними одиницями готової продукції і списуються за період (місяць, квартал, рік). Повна собівартість, таким чином, складається з виробничої собівартості плюс загальногосподарські (управлінські, збутові) витрати [1].

Схема формування прибутку для системи абсорпшен-костинг виглядає наступним чином:

1. Виручка від реалізації.
2. Прямі виробничі витрати: основні матеріали; основна заробітна плата.
3. Загальновиробничі витрати.
4. Валовий прибуток. $(4) = (1) - (2) - (3)$.
5. Загальногосподарські витрати (комерційні та адміністративні).
6. Операційний прибуток. $(6) = (4) - (5)$. [1]

Основною особливістю системи директ-костингу є розрахунок собівартості продукції за змінними витратами. Ця система спирається перш за все не на функціональну класифікацію витрат (виробничі, закупівельно-збутові, управлінські), а на їхнє ставлення до рівня ділової активності (обсягу випуску).

Собівартість обчислюється за змінною частиною витрат. У цій системі тільки змінні витрати будуть вважатися витратами на продукт, тобто брати участь в обчисленні запасів і прибутку відповідно до руху фізичних одиниць продукції.

Система «директ-костинг» має декілька різних особливостей: перша — поділ виробничих витрат на змінні і постійні; друга — калькулювання собівартості продукції за обмеженими витратами; третя — багатостадійність складання звіту про прибутки. Процес обліку відбувається в два етапи [2].

На першому етапі встановлюється зв'язок обсягу виробництва готової продукції з прямими (змінними) витратами, відображається рентабельність виробництва окремих видів продукції. На другому етапі узагальнені на одному рахунку непрямі (постійні) витрати зіставляються з внеском, отриманим від реалізації кожного виду продукції. Результат відображає рентабельність всього виробництва і реалізації. Таким чином, ця система орієнтована на реалізацію. Чим більший обсяг реалізації, тим більше прибутку отримує підприємство. Оцінюють готову продукцію і незавершене виробництво тільки за змінними (прямими) витратами. Така система оцінки спонукає підприємства знаходити можливості збільшення реалізації [2].

У світовій практиці використовують два види директ-костингу: метод змінної собівартості, або простий директ-костинг; метод змінної та прямої собівартості, або розвинутий директ-костинг. Схема формування фінансових результатів методом змінної собівартості (простий):

Обсяг реалізації - Змінна собівартість = Маржа (різниця) - Постійні витрати = Маржа (різниця) - Результати (+, -).

Схема формування фінансових результатів методом змінної та прямої собівартості (розвинутий):

Виручка від реалізації - Змінна собівартість = Маржа I;

Маржа I - Постійні прямі витрати = Маржа II;

Загальна (маржа I+ маржаII) - Постійні непрямі витрати = Результат (+,-).

Аналіз варіантів розвинутого і простого директ-костингу (маржинального обліку), які використовують в практиці зарубіжних підприємств, свідчить, що завдяки цим методам підвищується ефективність управління витратами [1].

Використання в управлінні собівартістю показника повної собівартості може призвести до прийняття хибних стратегічних рішень щодо виробничої програми. Тому управляти необхідно не повною собівартістю, а окремо змінними та постійними затратами. Для цього потрібна відповідна інформація не про повну собівартість, а окремо інформація про постійні та змінні витрати, яка системно формується при використанні розвинутого директ-костингу.

Література:

1. Голов С. Ф. Управлінський облік: підручник. К.: Лібра, 2004. 704 с.

2. Організація обліку витрат і результатів діяльності в системі «директ-костинг».

URL:

https://pidru4niki.com/12090810/finansorganizatsiya_obliku_vitrat_rezultativ_diyalnosti_sistemi_direkt-kosting_.

ОПТИМІЗАЦІЯ ОПОДАТКУВАННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Пакуліна А. А., к.е.н, доцент

Байлов І. А.

Харківський національний університет будівництва та архітектури

Будь-яке комерційне підприємство прагне до підвищення конкурентоспроможності на ринку, а це, в свою чергу, завжди вимагає значних фінансових витрат, що в цілому неможливо без розробки індивідуальних моделей діяльності підприємства. Досягається цей результат найрізноманітнішими способами. У виробництві – це закупівля сировини за найбільш вигідною і низькою ціною, обмеження штату співробітників, технологізація та скорочення витратності процесів, використання сучасних технологій, у фінансовій діяльності підприємства – це, в першу чергу, оптимізація оподаткування (податкових платежів).

Податкова оптимізація лежить в основі податкового планування. Оптимізація оподаткування - це організаційні заходи в рамках чинного законодавства, пов'язані з вибором часу, місця та видів діяльності, створенням і супроводом найбільш ефективних схем та договірних взаємин, з метою збільшення грошових потоків компанії за рахунок мінімізації податкових платежів [1].

Оптимізація оподаткування передбачає: мінімізацію податкових виплат (у довгостроковому і короткостроковому періоді при будь-якому обсязі діяльності) та недопущення штрафних санкцій з боку фіскальних органів. Це досягається правильністю нарахування і своєчасністю сплати податків, що нерозривно пов'язано з податковим плануванням.

Податкове планування на підприємстві завжди є доцільним: і у випадку процвітання підприємства, і коли воно знаходиться на межі рентабельності і, що набагато гірше, на межі банкрутства. При умові виваженого підходу, покращення фінансових показників на підприємстві не буде супроводжуватись конфліктами з податковими органами. Податкове планування може здійснюватись як громадянами — суб'єктами підприємницької діяльності, так і юридичними особами. В другому випадку особливість оптимізації оподаткування залежатиме від того, до якої галузі діяльності належить підприємство (галузева оптимізація має визначені інструменти і методи, притаманні тому чи іншому виду господарської діяльності – в залежності чи це виробниче підприємство, чи торгове, чи посередницьке тощо), а також від об'ємів здійснюваної підприємством господарської діяльності [2]. Оптимізація податків містить у собі:

- перевірку схем оподаткування, розроблених фахівцями підприємства;
- усунення системних помилок у податковому обліку та забезпечення необхідної якості первинних документів;
- законна мінімізація податків - розробка нової моделі сплати податків та реформування договірної бази і облікової політики;

- консультації з оподаткування окремих господарських операцій;
- експертні висновки за неврегульованими законодавством або спірних питань оподаткування;
- консультації про порядок обчислення і сплати податків і зборів;
- консультації з питань усунення подвійного оподаткування при здійсненні ЗЕД;
- оцінка ризиків при застосуванні оптимізаційних схем [3].

Однозначно визначити податки, що забезпечують найістотніше зменшення фінансових ресурсів підприємства неможливо, тому податкове планування у напрямку податкової мінімізації потрібно проводити із врахуванням особливостей кожного підприємства та за окремими випадками. Для цього варто, на наш погляд, дотримуватись таких кроків [4]:

- постановка завдання;
- аналіз ситуації і законодавчих актів;
- розробка конкретних заходів;
- впровадження та виконання запланованих заходів;
- захист від ризиків та наслідків.

Підсумовуючи, оптимізація оподаткування – це мінімізація в рамках дозволених законодавством норм сум витрат підприємства на сплату податків та мінімізація негативного впливу цих витрат на фінансовоекономічний стан підприємства. Складання прогнозу податкових платежів, виявлення та аналіз факторів, які впливають на рівень оподаткування, оцінка економічної діяльності вкладання коштів у бізнес за існуючого рівня податкового навантаження створюють підґрунтя для обрання підприємствами більш оптимального варіанта здійснення фінансово-господарської діяльності в умовах чинної податкової системи України. Таким чином, впровадження в систему управління підприємством методики податкового планування на основі комплексного підходу дозволяє робити більш змістовні висновки щодо подальшого розвитку діяльності й знизити податковий ризик при прийнятті неправильних рішень у конкретній проблемній ситуації.

Література:

1. Гринкевич С. С. Про вдосконалення елементів системи оподаткування в сучасних умовах. *Регіональна економіка*. 2008. № 4. С. 277–279.
2. Оптимізація та планування оподаткування. URL: <http://vektor.if.ua/home/poslugi-kompaniji/41-newsflash-5> (Дата звернення: 11.11.2020).
3. Ігнатишин М., Рябошлик В. Відображення «тіні» в офіційних рахунках. *Економіст*. 2009. № 2. С. 12–16.
4. Податкова система: підручник / За загальною редакцією С. М. Онисько. Львів: «Новий світ», 2004. 240 с.

АУДИТ ТА ЙОГО РОЛЬ У ПІДВИЩЕННІ ЕФЕКТИВНОСТІ РОБОТИ ПІДПРИЄМСТВА

*Пакуліна А. А., к.е.н., доцент
Ветчинкін О.С.*

Харківський національний університет будівництва та архітектури

У зв'язку з особливостями господарської діяльності, підприємства можуть мати істотні відмінності в способах проведення аудиту. Для різних галузей застосовуються спеціальні методики, які будуть придатні саме для даної галузі. Багато підприємств використовують застарілі схеми обліку, які часто не автоматизовані. Так як на виробництві використовуються величезні маси різних господарських операцій, то це ускладнює отримання адекватної інформації про ефективність роботи персоналу, обладнанні, наявних запасів і так далі. За допомогою аудиту можна не тільки отримати інформацію про достовірність документації, а й виявити, також, проблемні ділянки, інформацію про яких менеджмент інституційного рівня може отримати в спотвореному вигляді, що, в кінцевому підсумку, впливає на ефективність прийняття управлінських рішень [1].

При проведенні аудиту на підприємствах застосовується аналіз наступних елементів:

- аналіз витрат, їх основних елементів планування;
- аналіз собівартості виробництва, вивчення собівартості готової продукції, визначення фактичної собівартості готової продукції;
- аналіз основних господарських операцій, пов'язаних із собівартістю продукції та їх відображення в бухгалтерському обліку;
- розподіл загальногосподарських і загальновиробничих витрат між видами продукції; - аналіз незавершеного виробництва.

Крім цього, особливу увагу необхідно приділяти також елементам, як:

- організації обліку калькуляції витрат і обліку витрат;
- організація обліку готової продукції та основних фінансових показників;
- оформлення результатів інвентаризації, як в податковому, так і в бухгалтерському обліку;
- аналіз співвідношення «витрати-обсяг-прибуток» [2].

На підприємствах фінансово-господарський контроль зазвичай здійснюється у вигляді 2-х форм, в залежності від форми їх власності: на приватних підприємствах - аудит, а на державних підприємствах – ревізія. Їх основна відмінність один від одного - кінцева мета.

Для ревізії кінцевим результатом є пошук порушень і не стикувань, для знаходження винуватців і їх покарання, а для аудиту також властиво вивчення помилок і порушень, але з метою їх ліквідації та усунення, щоб в подальшому їх не допускати, що, в підсумку, повинно сприяти підвищенню економічної безпеки.

Якщо говорити конкретніше про промислове аудиту, то він включає в себе

такі основні напрямки, крім основних етапів і процедур, представлених вище:

- оцінка документації;
- перевірка технічного стану машин і обладнання і т. д. ;
- аналіз аварій, причин виникнення подібних інцидентів;
- оцінка ризиків і небезпек;
- організація виробничого контролю;
- оцінка документів, пов'язаних з небезпечними об'єктами;
- висловлення думки щодо рішень [3].

Аудиторська перевірка повинна включати в себе методи різних виробничих процесів. Основний його результат повинен виражатися у випуску машин, апаратів, приладів, які складають основну програму підприємства. Допоміжний - продукція, яка використовується на самому підприємстві. Обслуговуючий - послуги, які використовуються самим підприємством. Відмінність аудитів полягає в їх окремих напрямках, таких як екологічний, енергетичний і технологічний. За допомогою технологічного аудиту виявляються слабкі і сильні сторони діяльності підприємства, формування стратегій, які спрямовані на підвищення діяльності та ефективності підприємства. Енергоаудит спрямований на оцінку і підготовку висновків для підприємства щодо споживання енергоресурсів, втрат енергії, а також джерел їх використання, розробка заходів з енергозбереження, оцінка впливу на навколишнє середовище [4].

Важливим моментом в проведенні аудиту виступає отримання результатів, за допомогою яких можна виявити порушення, які слід виправити.

Життєздатність підприємства істотно залежить від конкурентної спроможності підприємства, яка формується в ході реалізації стратегії, розрахованої на довгострокове і сталий розвиток. За допомогою аудиту можна оптимізувати витрати, поліпшити основні показники діяльності підприємства, підвищити конкурентоспроможність і економічну безпеку підприємства.

Література:

1. Необхідність та практична потреба в аудиті URL: http://consult-audit.com.ua/praktichna_potreba_auditu/ (дата звернення: 10.11.2020).
2. Вокіна Е. Б. Методика промислового і виробничого аудиту, аудиту людських ресурсів. *Вектор науки ТГУ*. 2014. № 2. С. 150–152.
3. Мамушкіна Н. В. Внутрішній аудит як ефективний метод управління організацією. *Вісник НГІЕІ*. 2013. № 1. С. 48–51.
4. Виробничий процес: поняття, структура і принципи організації. URL: https://ru.osvita.ua/vnz/reports/econom_pidpr/22058/ (дата звернення: 10.11.2020).

ЕТАПИ РОЗВИТКУ ОПОДАТКУВАННЯ

*Пакуліна А.А., к. е. н., доцент,
Гуца Я.С.*

Харківський національний університет будівництва та архітектури

Рушійною силою податкових інновацій було постійне відставання держави від розвитку економіки і постійної необхідності наздоганяти і підлаштовуватися під нові умови. Держави в усі часи прагнули бути в центрі економічної активності, економічна ж активність ніколи не стояла на місці, її центр приймав всі нові і нові форми.

Історію походження податків зазвичай поділяють на п'ять етапів.

Першими податками були податки на базові цінності: землю, худобу, працівників. Інше джерело податкових надходжень – податок з переможених – скоріше можна віднести до «державного підприємництва», якщо розглядати завоювання як проект зі своїми витратами (військо) і доходом (одноразовий податок на переможених і постійна данина або податки). До перших податків іноді відносять жертвопринесення. Всі ці податки були прямими, тобто стягувалися безпосередньо з осіб, які отримують дохід.

Наприклад, у Стародавньому Єгипті основним доходом служила плата за користування землею, що належить главі держави. У Стародавній Греції основним був прибутковий податок, але вільні громадяни міст його не платили. Замість цього громадяни вносили добровільні пожертвування, і тільки в екстрених випадках з них збирався встановлений відсоток доходів.

З розвитком поділу праці і ростом міст податкова система істотно збагатилася. На другому етапі виникли податки на виробництво або промислові податки на всі види господарської діяльності, крім сільськогосподарської. У торгівлі широкого поширення набули митні збори і непрямі податки – податки на продаж конкретних видів товарів.

В цілому цей етап розвитку оподаткування характеризувався великою кількістю податків і попаданням в податкову базу найширшого спектра об'єктів, аж до самих екзотичних. Держава встановлювала безліч податків, при цьому часто збір самих податків віддавався на відкуп. При всьому різноманітті податків треба було бути досить спритним, щоб заробити на їх збір та при цьому залишитися живим. Вся система викликала безліч нарікань у підданих. Система трималася завдяки силі примусу і звільнення від податків головних опор влади.

Характерною моделлю поведінки держав цього етапу було взяття за основу податкової системи Римської імперії і «збагачення» її новими формами податків. Так у Візантійській імперії до VII ст. включно список прямих податків містив 21 вид: поземельний податок, податки на оснащення армії, податок на покупку коней, податок на рекрутів (виплата якого звільняла від військової повинності), мито на видачу державних актів і т. д. Податки платили сенатори, а також чиновники і військові, які отримали підвищення в посаді.

Широко практикувалися надзвичайні податки: на будівництво флоту і т. п.

На третьому етапі збір податків перейшов від відкупників до чиновників. Велика частина податків забезпечувалася непрямыми податками - акцизами і прибутковими податками.

Влада потребувала не просто в системі збору та ставок податків, вона потребувала наукової обґрунтованої теорії, яка поєднала б справедливість оподаткування – виправдання податків з ефективністю – максимальною вигодою всьому суспільству. Свій внесок в створення теорії оподаткування зробив Адам Сміт. Наприкінці XVIII ст. у своїй роботі «Дослідження про природу і причини багатства народів» він не тільки стверджував, що податки вигідні суспільству і це ознака свободи громадян, а не рабства, а й визначав основні принципи оподаткування, актуальні до нашого часу:

- принцип справедливості – «піддані держави повинні по можливості, відповідно до своєї здатності і сил, брати участь в утриманні уряду, тобто відповідно доходу, яким вони користуються під заступництвом і захистом держави».

- принцип визначеності – «податок, який зобов'язується сплачувати кожна окрема особа, повинен бути точно визначений, а не довільний. Термін сплати, спосіб платежу, сума платежу – все це повинно бути ясно і виразно для платника... Невизначеність оподаткування розвиває нахабність і сприяє підкупності того розряду людей, які і без того не користуються популярністю навіть в тому випадку, якщо вони не відрізняються нахабством і продажністю».

- принцип зручності – «кожен податок повинен стягуватися в той час або тим способом, коли і як платникові найзручніше платити його».

- принцип економії – «кожен податок має бути так задуманий і розроблений, щоб він брав і утримував із кишень народу якомога менше від того, що він приносить державному казначейству. Зобов'язуючи людей платити, він може тим самим зменшувати і навіть знищувати фонди, які дозволяли б їм здійснювати ці платежі з більшою легкістю» [1].

Четвертий етап у розвитку податків припав в Європі на XIX ст. і був пов'язаний з підйомом виробництва і економіки, пов'язаними з концентрацією виробництва – швидким зростанням міст, а також вивченням проблеми оподаткування протягом досить тривалого періоду. Держава змінила пріоритети в оподаткуванні. Головним об'єктом оподаткування став оборот – перехід цінностей від одного суб'єкта іншому. Отримали розвиток податки на оборот. Громадяни відчутно відчували податок на спадок. Поширилися податки на операції. Також набули поширення податки на капітал, в основному на його приріст у вигляді відсотків за цінними паперами або депозитними вкладками, зростання вартості активів.

З цим етапом інтерес до систем оподаткування гасне. Податкові системи в різних державах стають все більш схожими один на одного. Винахідливість влади сильно обмежена, з одного боку, процедурами ухвалення рішень, а з іншого - розвиненістю економічної теорії в частині оподаткування.

П'ятий етап у розвитку оподаткування був обумовлений переважним

розвитком фінансової сфери, а також вдосконаленням методів управління і контролю фінансами. З відділенням функції власника від функцій управління були розроблені технології, що дозволяють власнику контролювати через фінанси об'єкти володіння своїм майном. Отримали розвиток аудиторські, консультаційні, інвестиційні компанії, що надають широкий спектр послуг власникам капіталу. Новітніми економічними досягненнями скористалося і держава. Більш прозора бухгалтерія підприємств дозволяла не тільки збирати більше податків, але і робити їх більш справедливими і ефективними.

Розвиток податків на п'ятому етапі і доповнювався і визначався розвитком економічної теорії. Економістів хвилювали не тільки питання збору податків, а й питання виробництва: що громадяни отримували в обмін на податки, яким чином найбільш ефективно організувати виробництво суспільних благ в обмін на податки. Основи економіки суспільного сектора були закладені на початку ХХ століття, в останнє десятиліття ця дисципліна отримала особливий розвиток.

Отже, починаючи з моменту формування, пройшовши довгий шлях трансформації та розвитку, податки залишаються ефективним знаряддям втілення державної політики з питань соціального розвитку та економіки. Процес формування податкової системи є безперервним. Тому виникає необхідність внесення змін до правової бази податкової системи з метою приведення її у відповідність тим соціально-економічним умовам які виникають у державі.

Література:

1. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов. М.: Соцэкгиз, 1962. 654 с

ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ ПРЯМИХ ТА НЕПРЯМИХ ПОДАТКІВ

*Пакуліна А.А. , к.е.н, доцент,
Гуца Я.С.*

Харківський національний університет будівництва та архітектури

Податки – обов'язкові, індивідуально безоплатні платежі, що стягуються з фізичних та юридичних осіб, що встановлюються органами законодавчої влади з визначенням розмірів, термінів сплати, призначені для забезпечення діяльності органів влади.

Існує два види податків: непрямі та прямі. Непрямі податки – податки на товари та послуги, які встановлюються центральними і місцевими органами влади у вигляді надбавок до ціни товарів або тарифу на послуги і не залежать від доходів платників податків. Виробники і продавці виступають у ролі збирачів непрямих податків, уповноважених на те державою, а покупець стає платником прямого податку. Найбільш поширені непрямі податки у вигляді акцизів, податку з продажів, мит, митних зборів. Прямі податки, в свою чергу,

мають в якості об'єкта оподаткування дохід (прибуток) юридичних або фізичних осіб, майно, природні ресурси або інші чинники, що сприяють отриманню доходу [1].

Прямі та непрямі податки мають свої переваги та недоліки. Вагомою перевагою прямих податків є те, що вони стабільно і безперервно забезпечують поповнення державного бюджету. Ці податки є ефективним засобом цілеспрямованого впливу на фактор розподілу прибутку і гарантією стабільності. А вагомим недоліком прямих податків є їх відкритість, платник бачить, яку суму він платить. Тому виникає таке часте поширене явище як ухилення від сплати податку шляхом приховування своїх доходів.

Отже, переваги прямих податків:

- заздалегідь відомі, гарантовано поповнюють бюджет держави;
- для справляння потрібні значні адміністративні витрати;
- справедливі, тому що стягуються виходячи з платоспроможності платника.

Недоліки прямих податків:

- прямий податок платити потрібно в обов'язковому порядку, тому у платника податків немає вибору, платити чи ні;
- для платника прямі податки психологічно більш помітні, тому що стягуються великі суми.

Переваги прямого оподаткування:

- соціальні – розподіл прямих податків відбувається таким чином, що більшу суму податку платять більш забезпечені верстви населення;
- економічні – прямий податок забезпечує тісний зв'язок доходів населення з його платежами до державного бюджету;
- регулюючі – в країнах, в яких добре розвинена ринкова економіка, прямі податки істотно регулюють більшість економічних процесів, наприклад, накопичення капіталу, інвестиції, ділова активність і так далі.

Недоліки прямого оподаткування:

- бюджетні – стабільне поповнення державного бюджету можливо тільки при оптимально розвинених ринкових відносинах, тому що тільки за таких умов формується реальна ринкова ціна і реальні доходи населення. Однак в цій ситуації можливі як прибуток, так і збитки і це є мінусом системи прямих податків;
- контрольні – щоб контролювати надходження податків до державної скарбниці необхідно створювати розширені апарати управління системою оподаткування з використанням новітніх способів контролю над платниками податків;
- організаційні – для такого виду податків необхідна складна система механізму вилучення податків через складні методики бухгалтерського облікову та звітності.

Переваги непрямих податків наступні:

- має прихований характер стягування;
- гарантує фіскальний ефект для державної скарбниці;

- є можливість вибрати платити чи не платити цей вид податку, купуючи або відмовляючись від придбання відповідних товарів і послуг, які підлягають оподаткуванню цим податком;

Найголовніший позитивний момент в непрямих податках - його прихованість, потенційні платники податків можуть і не здогадуватися про те, що вони платять цей вид збору. За допомогою прихованих непрямих податків можливо добре підняти і підтримувати ціну товарів, які мають малу собівартість.

Непрямі податки також мають кілька мінусів, а саме:

- непостійні для поповнення бюджету держави;
- на стягування їх потрібно набагато більше адміністративних витрат;
- згубно впливають на малий бізнес.

Підводячи підсумки прямої і непрямой системи оподаткування можна зробити такі висновки: людство придумало систему оподаткування, а також різні види податкових зборів. Всі податкові збори поділяються на прямі і непрямі.

Аналізуючи зазначені вище недоліки і переваги прямих і непрямих бюджетних зобов'язань можна сказати, що вони здатні як покращувати існування населення, так і погіршувати його. Критерієм відмінності між ними є статус платника податків, який повинен сплачувати такі платежі до державного бюджету, як того вимагає законодавство.

Література:

1. Клокар О. О. Податкова система : навч. посібник. Львів: Сполом, 2016. 487 с.

ОПОДАТКУВАННЯ: ОСНОВНІ АСПЕКТИ

*Пакуліна А.А., к. е. н., доцент,
Гуца Я.С.*

Харківський національний університет будівництва та архітектури

Податки – це платежі, які в обов'язковому порядку сплачують в бюджет держави юридичні та фізичні особи – підприємства, організації, громадяни.

На сьогоднішній день податки дуже різноманітні за видами і утворюють досить розгалужену сукупність. Податки діляться на різноманітні групи за багатьма ознаками: за характером податкового вилучення (прямі і непрямі); за рівнем управління (федеральні, регіональні, місцеві, муніципальні); за суб'єктами оподаткування (податки з юридичних і фізичних осіб); за об'єктами оподаткування (податки на товари та послуги, податки на доходи, прибуток, приріст ринкової вартості капіталів, податки на нерухомість і майно і т. д.); за цільовим призначенням податку (загальні, спеціальні) [1].

Податки бувають двох видів. Перший вид – податки на доходи і майно. Другий вид – податки на товари і послуги: податок з обороту – в більшості

розвинених країн замінений податком на додану вартість. Це непрямі податки. Непрямі податки – податки на товари та послуги, що встановлюються у вигляді надбавки до ціни товарів, до тарифів, послуг і видів діяльності.

Непрямий податок (податок з обороту) в основному реалізується в цінах на товари тривалого користування, предмети одягу, алкогольні напої та тютюнові вироби і фактично являють собою податок на ті групи населення, які більше купують оподатковувані товари.

У країнах ринкової економіки непрямі податки відіграють значну роль в податковому регулюванні і формуванні доходів держави. Історично основним видом непрямих податків був акциз. У більшості країн чітко виділені наступні акцизні групи товарів: алкогольні напої, тютюнові вироби, бензин і інші види нафтопродуктів, легкові автомобілі та коштовності.

Подальший розвиток непрямого оподаткування призвів до появи податку з обороту (універсального акцизу), який в деяких країнах сформувався в податок на продаж, як правило, споживчих товарів і в податок на додану вартість, що утворюється на кожній стадії виробництва або обігу.

У країнах ЄС широко застосовується податок на додану вартість, який унормовує більше половини всіх надходжень до бюджету від непрямих податків. До переваг даного виду податку відноситься:

- універсальність підходу до податкової шкали, процесом обчислення і процедурам вилучення;
- спрощення контролю за рухом товарів і послуг, за витратами;
- стимулювання експорту.

На відміну від прямих даний вид податку надходить регулярно і рівномірно в казну держави.

Аналіз систем розвитку непрямого оподаткування в країнах з ринковою економікою призводить до наступних висновків. У складі різноманітних видів товарів і послуг виділяється група акцизних товарів, а також ряд товарів тривалого користування і розкоші. До цих товарів застосовується особливий індивідуальний порядок оподаткування.

Для інших видів товарів і послуг, перш за все споживчого призначення, застосовується податок на продаж (або з обороту). Це дозволяє, крім вилучення додаткових доходів, контролювати процеси виробництва і реалізації, тим самим збільшуючи можливість впливу на економіку і отримання додаткової інформації про господарські процеси.

Розширюється сфера використання податку на додану вартість, як універсального виду непрямого оподаткування. Останні два види податків спрощують процес розподілу доходів між різними органами влади на пайовій основі і забезпечують відомий автоматизм податкових надходжень.

Індивідуальні акцизні податки вимагають попереднього визначення списку товарів і компетенції різних рівнів влади. Державні податки встановлюються і стягуються центральними органами влади. Місцеві податки встановлюються і стягуються місцевими органами влади на відповідній території [2].

Взаємовідносини між органами влади засновані на розподілі компетенції в області податкового регулювання між ними. Загальні податки знеособлені і надходять в єдину касу держави, яке і визначає подальшу порядок їх застосування, як правило, на загальнодержавні заходи.

Спеціальні (цільові) податки використовуються для строго визначених функцій. Наприклад, кошти державного страхування практично у всіх державах використовуються тільки на соціальне забезпечення (пенсії) і соціальне страхування.

Різноманітність залежить від типів (суб'єктів) господарської діяльності і їх організації. У будь-якому випадку виділяють чотири сектори, які розрізняються між собою не тільки способом господарської діяльності, а й особливостями податкового регулювання: державний сектор; комерційний сектор; фінансовий сектор; населення.

Прямі податки важко перенести на споживача. У тому числі найлегша справа з податками на землю і на іншу нерухомість: вони включаються в орендну і квартирну плату, ціну сільськогосподарської продукції.

Непрямі податки переносяться на кінцевого споживача в залежності від ступеня еластичного попиту на товари і послуги, оподатковувані цими податками. Чим менш еластичний попит, тим більша частина податку перекладається на споживача. Чим менш еластична пропозиція, тим менша частина податку перекладається на споживача, а велика сплачується за рахунок прибутку. У довгостроковому плані еластичність пропозиції зростає, і на споживача перекладається дедалі більша частина непрямих податків.

Література:

1. Єфименко Т. І. Актуальні питання сучасних стратегій реформування податкових систем. *Фінанси України*. 2013. №3. С. 7–26.
2. Гетманцев Л. О., Форсюк В. Л., Беліцький І. С. Теорія, принципи та історія податку. Правовий аспект: наук.- практ. посібник. К.: Юрінком Інтер, 2015. 496 с.

ЕКОЛОГІЧНЕ ОПОДАТКУВАННЯ: ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ДОСВІД

*Пакуліна А. А., к.е.н, доцент
Демакова Д. Ю.*

Харківський національний університет будівництва та архітектури

Забруднення навколишнього середовища – одна з глобальних проблем сучасності. Всі без винятку економічно розвинені країни усвідомлюють її небезпека і значимість, вживають заходів щодо поліпшення екологічної ситуації в усьому світі. Так, наприклад, 25 вересня 2015 року на Генеральній Асамблеї ООН була схвалена Порядок денний в галузі міжнародного розвитку на період після 2015 року. Серед інших важливу роль відіграють мети по боротьбі зі зміною клімату, збереження океанів, захисту і відновлення

екосистем суші. Сукупність напрямків розвитку світової спільноти, позначених лідерами держав і урядів, називають Цілями сталого розвитку до 2030 року .

Оптимальне використання обмежених ресурсів, а також впровадження екологічних технологій є одним із завдань, на розв'язання якої зосереджені сили економічно розвинених країн. У зв'язку з необхідністю усунення великої кількості проблем, державам потрібні не тільки ефективні методи регулювання, а й інструменти, що дозволяють знизити економічні витрати на їх рішення. На сьогоднішній день виділяють кілька підходів до регулювання природоохоронної діяльності, серед яких важливе місце займає ринковий підхід. Його суть полягає в використанні фінансових інструментів стимулювання і стримування підприємницької активності, створення певних економічних стимулів, що сприяють прийняттю приватними компаніями таких рішень, які б завдавали мінімальний шкоди екології.

Статистична служба Європейського союзу дає наступне визначення: екологічний податок – це податок, податковою базою якого є фізична характеристика об'єкта, вплив якого на навколишнє середовище визнається негативним, або пов'язаного з ним іншого об'єкта.

Звичайно, це не єдине існуюче визначення. Поряд з вищезазначеним має місце бути і таке визначення: екологічний податок - це зобов'язання, покладене державою на тих, хто використовує навколишнє середовище, за таке використання.

У країнах ЄС розглядають питання щодо запровадження спеціальних екологічних сертифікатів, у яких буде передбачено вид енергії, що використаний для продукування того чи іншого товару (послуги). У випадку застосування переважно викопних джерел енергії для виробництва певного товару для нього будуть введени обмеження для експорту в держави ЄС. Тим самим фінансово стимулюватиметься виробництво енергії з відновних джерел. Так, у країнах Європи основною функцією екологічного оподаткування є регулювання діяльності економічних агентів, щоб їхня діяльність спричиняла менше навантаження на навколишнє природне середовище.

Головною особливістю екологічної політики країн ЄС є те, що вона спрямована на попередження виникнення забруднення навколишнього середовища за допомогою проведення екологічної оцінки, таких видів: екологічна оцінка впливу на навколишнє середовище й екологічна оцінка стратегічних планів і програм розвитку. Оцінка впливу на навколишнє середовище (ОВНС) являє собою процедуру оцінки ймовірних наслідків промислової діяльності для навколишнього середовища й здоров'я людей на етапі планування (проектування) такої діяльності. Оцінка впливу на навколишнє середовище є обов'язковою процедурою та одним із ключових елементів запобігання забрудненню навколишнього середовища в усіх розвинених країнах світу, міжнародних фінансових установах. Значні фінансові результати від реформи екологічного оподаткування вже отримала Німеччина. За рахунок збільшення надходжень від енергетичних податків (із 34,1 млрд євро в 1998 р. до близько 52,7 млрд євро у 2003 р.) вдалося спрямувати 88 % від

отриманої суми на зменшення внесків громадян у межах системи державного пенсійного страхування, а 3 % використано на фінансування урядової федеральної програми щодо розширення інвестицій у поновлювальні джерела енергії та підвищення енергоефективності будівель.

Екологічне право Німеччини виходить з двох основних принципів, а саме: «забруднювач платить» і принцип передбачливості. Економічно правильно встановлені збори спонукають платника податків на таку поведінку, яка запобігає можливості виникнення екологічних проблем. В цілому, систему екологічних платежів Німеччини можна назвати стабільною, однак відбувається перманентна незначна модернізація існуючих правил, наприклад, зміна ставки існуючих податків[1].

У 1999 році в Німеччині була проведена успішна податкова реформа, метою якої було підвищення цін на енергоносії, що сприяло регулюванню виробничих процесів і попиту на технологічні інновації і, отже, на підвищення енергоефективності товарів. Водночас це призвело до створення додаткових робочих місць, оскільки вартість робочої сили була зменшена.

У зв'язку з тим, що податкова система Німеччини досить обширна, для зручності введена класифікація. Найбільш зручною є класифікація за функціональною ознакою, вона поділяє екологічні податки на 4 групи:

1. Платежі за природокористування (ними обкладаються ті, хто використовує природні ресурси в своїх цілях, при цьому завдаючи шкоди навколишньому середовищу);
2. Екологічні платежі, що фінансують дохідну частину бюджету;
3. Вирівнюючі екологічні платежі (стягуються з осіб, які заподіяли шкоду екології, при цьому скасовуються компенсаційні заходи);
4. Керуючі екологічні платежі (мета таких платежів - скорочення згубного впливу на навколишнє середовище) [2].

Прикладом керуючого екологічного платежу можна вважати чинний в Німеччині податок на мінеральні масла. Цей податок має як правову, так і економічну ціль з одного боку, а з іншого - платникам надано вибір: або платити, але при цьому надавати згубний вплив на екологічну ситуацію певного регіону, або не платити, але і значить не їздити, тим самим обмежуючи свої комфортні умови. Витрати на адміністрування податків надзвичайно важливі, тому екологічні податки є досить ефективними. Зокрема, надзвичайно низькі витрати на їх адміністрування в Німеччині: на екологічні податки витрачається лише 0,1 % їхніх доходів (для порівняння: 2,2 % доходів від податку на доходи фізичних осіб і 5 % доходів від корпоративного прибуткового податку витрачаються на їх адміністрування).

Важливу роль в податковій системі Німеччини грають платежі, пов'язані з оподаткуванням енергії, до яких відносять вже згаданий податок на мінеральні масла, а також податок на електричний струм. Ці податки не тільки допомагають обмежити інтенсивність використання природних ресурсів, а й стимулюють населення впроваджувати енергозберігаючі технології.

Ознайомившись з системою екологічного оподаткування Німеччини

хочеться відзначити її грамотність і стрункність. Податкова система Німеччини не статична, вона еволюціонує, змінюються методи справляння податків, ставки, об'єкти оподаткування. Постійне реформування в цій сфері дуже важливе, оскільки екологічна ситуація нестабільна і необхідний пошук балансу. Згодом, завдяки впровадженню нових технологій зменшується рівень забруднення, у платників податків звільняються кошти, відповідно, ці ресурси можуть знову піти на збільшення споживання і привести до забруднення.

Література:

1. Schofield M. Green Taxes in Other Developed Countries / M. Schofield, T. Theodosiou, available at : <http://www.greentaxreport.co.uk/read-chapters-online/13-green-taxes-in-other-developed-countries>.

2. Ekins P. Theory and Practice of Environmental Taxation, available at : <http://www.greentaxreport.co.uk/read-chapters-online/11-theory-and-practice-of-environmental-taxation>.

ПОДАТКОВИЙ ТЯГАР ВІТЧИЗНЯНОГО БІЗНЕСУ

*Присяжнюк Т.В., спеціаліст першої категорії
Могилів-Подільський монтажно-економічний коледж*

Питання розвитку чи створення свого бізнесу починається з бізнес планування і на даному етапі молодий підприємець задумується над тим, чи будуть придбавати в нього продукцію, адже при встановленні реальної ціни, тобто при підрахунку всіх витрат на виробництво одиниці товару, часто купівельна спроможність покупця диктує потребу суттєвого її зниження. Чому ж так відбувається? Справа в тому що малий чи середній бізнес є затратнішим ніж великий, адже часто та одні й ті ж адміністративні витрати припадає менша кількість виготовленої продукції. Звичайно, державні органи потурбувались про такі підприємства з допомогою спрощеної системи оподаткування, як методу розвитку малого бізнесу. Спрощена система оподаткування являє собою спеціальний податковий режим, запроваджений для стимулювання малого бізнесу в Україні. Її відмінною рисою є відносна легкість ведення бухгалтерського обліку та зниження податкового тиску. Однак не кожен бажаючий може перейти на спрощену систему оподаткування. І тоді постає питання добросовісності платника податків. Часто шлях тіньового бізнесу стає методом «виживання» на ринку жорсткої конкуренції.

В загальному такі проблеми постають в реальному житті у підприємців, але перевіримо чи дійсно рівень податкового навантаження в Україні такий суттєвий за загальними показниками державного бюджету: у міжнародній практиці показник податкового навантаження визначається шляхом знаходження частки податків у загальному ВВП. Тому використаємо даний метод і для показників України.

Таблиця 1 – Рівень податкового навантаження 2015-2019рр.[2]

| № | Показник | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
|---|------------------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|
| 1 | Податкові надходження (млрд. грн) | 522,007 | 387,315 | 474,348 | 569,586 | 662,003 |
| 2 | ВВП, млрд. грн. | 1988,54 | 2383,18 | 2908,23 | 3558,70 | 3974,56 |
| 3 | Рівень податкового навантаження, % | 26 | 16,25 | 16,31 | 16,00 | 16,35 |

Отже, в загальному, як бачимо, рівень податкового навантаження у 2015 році становив 26%, а в наступні роки варіюється від 16,00 до 16,35%. Дане явище можна з 2016 року вважати стабільним та приємливим, адже в середньому 16% отриманого доходу підприємства сплачують до державного або місцевого бюджету, що носить позитивний характер і відносно стабільне середнє податкове навантаження.

При цьому слід визначити що в місцевий бюджет іде в середньому 18-25% всіх надходжень. Тому для державного бюджету дані впровадження спрощеної системи оподаткування є дещо «невигідною» пропозицією, адже наповнення бюджету знижено.

Проте, слід врахувати й рівень ухилення від сплати податків і нерівномірне податкове навантаження на підприємства різного розміру. Звичайно слід враховувати відсоток підприємств, які працюють «недобросовісно», а також врахувати рівень податкового навантаження на працю. Для цього загальну суму ПДФО поділимо на загальні доходи населення та знайдемо скільки відсотків такий податок становить.

Таблиця 2 – Рівень податкового навантаження на працю [2, 3, 4]

| № | Показник | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
|---|------------------------------------|----------|----------|----------|----------|----------|
| 1 | ПДФО, млн | 45062 | 53 060,1 | 66 652,3 | 81 728,8 | 98 262,7 |
| 2 | Доходи населення, млн | 1772 016 | 2051300 | 2652100 | 3219500 | 3699340 |
| 3 | Динаміка доходів населення | 117 | 116 | 129 | 121 | 115 |
| 4 | Податкове навантаження, % | 2,5 | 2,6 | 2,5 | 2,5 | 2,6 |
| 5 | Рівень інфляції | 143,3 | 112,4 | 113,7 | 109,8 | 104,1 |
| 6 | Рівень податкового навантаження, % | 28,5 | 18,85 | 18,81 | 18,5 | 18,95 |

Отже, в загальному податкове навантаження на бізнес України становить 18,5-18,95%, не враховуючи 2015 рік, даний показник досить стабільний. Порівняно з іншими країнами Європи. Даний показник є досить низьким. Про, слід зазначити що при підрахунку нами не було враховано позабюджетні платежі(митниця та ін.)

Тому, вважаємо підтримання рівня податкового навантаження на стабільному рівні та виведення підприємств з тіні через унеможливлення ухилення від сплати податків забезпечить збільшення суми податкових

надходжень до бюджету і створить умови для інвестування. На даний час Україна вирівняла та оптимізувала ставки оподаткування, наступне завдання утримати стабільне надходження до бюджетів та упростити звітування та ведення обліку податкових платежів для зниження податкового тиску на бізнес України.

Література:

1. Index of Economic Freedom: report : сайт URL: <https://www.heritage.org/> (Дата звернення 26.10.2020).
2. Державна фіскальна служба України. Надходження податків : сайт URL: <http://sfs.gov.ua/diyalnist-/pokazniki-roboti/nadhodjennya-podatkov-i-zboriv--obovnyaz/nadhodjennya-podatkov-i-zboriv> (Дата звернення 20.10.2020).
3. Довідник індексів інфляції : сайт URL: <https://buhgalter.com.ua/dovidnik/norma-robochogo-chasu/tablistsya-indeksiv-inflyatsiyi/> (Дата звернення 20.10.2020).
4. Основні соціально-економічні показники України за січень-квітень 2019р. : сайт URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/infografika/2019/osep/osep_04_2019.pdf (Дата звернення 25.10.2020).

АВТОМАТИЗАЦІЯ ОБЛІКУ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ

Свирида О.В., викладач кафедри обліку і оподаткування

Коркушко О.Н., к.е.н, доцент, викладач кафедри обліку і оподаткування

Подільський спеціальний навчально-реабілітаційний соціально-економічний коледж

Становлення та розвиток інформаційного суспільства є характерною рисою ХХІ століття. Матеріальною та технологічною базою такого суспільства є різного роду системи на базі комп'ютерної техніки та комп'ютерних мереж, інформаційних технологій, телекомунікаційних зв'язків. Процес комп'ютеризації дозволяє позбавити людей рутинної роботи, забезпечує високий рівень автоматизації обробки інформації у виробничій і соціальній сферах. Зрозуміло, що цінними є не самі по собі впроваджені технології та розроблені інформаційні системи, а та користь, яку вони приносять громадянам, бізнесу, всьому суспільству. [1, с.5].

Причини, що спонукають підприємства впроваджувати інформаційні системи в сфері бухгалтерського обліку, з одного боку обумовлені прагненням керівництва збільшити продуктивність повсякденних робіт або усунути їх повторне проведення, а з іншого боку – бажанням підвищити ефективність управління діяльністю підприємства за рахунок прийняття оптимальних та раціональних управлінських рішень.

Автоматизація та комп'ютеризація дозволила вивести бухгалтерський облік в Україні на новий інноваційний рівень. Насамперед це стосується можливості готувати документи та звітність в електронному вигляді.

На законодавчому рівні способи автоматизації бухгалтерського обліку суб'єктів господарської діяльності поки що не регулюються і належать до компетенції підприємства. По суті, вибір автоматизованої форми бухгалтерського обліку для підприємства зводиться до вибору зручної комп'ютерної програми, що відповідає завданням обліку, оподаткування та звітності і може бути використана для ведення практично будь-яких розділів бухгалтерського обліку.

На сьогоднішній день статистична інформація щодо попиту комп'ютерних систем бухгалтерського обліку показала, що найбільшим попитом користується система «1С: Підприємство».

В системі «1С: Підприємство 8.2» за допомогою документів організується введення первинної інформації про господарські операції, які виконуються. Більшість документів, які використовуються при роботі з системою, є електронними аналогами паперових документів, що використовуються на підприємстві.

Документообіг системи «1С: Підприємство 8.2» має низку спільних ознак:

- форми документів максимально уніфіковані, що забезпечує економію часу користувачів при їх створенні;
- користувач має можливість заповнити форму документу шляхом копіювання раніше створеного однотипного документу і змінюючи при цьому частину даних;
- частину документів можна створювати на підставі раніше створених документів інших типів;
- для значної частини документів передбачені регламентовані і/або оперативні друковані форми;
- заповнення табличної частини багатьох документів автоматизовано;
- документи можна вводити групами, використовуючи механізми автоматизованих обробок;
- підтримується можливість змінити склад і послідовність колонок табличних частин документів;
- всі документи проводяться, тим самим підтверджується завершення процесу роботи користувача з ними. Значна частина документів автоматично формує записи бухгалтерського і податкового обліку у вигляді проведення в регістрах бухгалтерії та рухів в регістрах накопичень;
- для всіх документів можна використовувати операцію відміни процесу проведення, яка коректно анулює вплив документу на облікові структури типової конфігурації [3, с.12].

При веденні бухгалтерського обліку фінансових результатів в умовах автоматизованої системи обробки інформації весь обліковий процес розбивається на кілька етапів.

На першому етапі відбувається документальне оформлення на підприємстві господарських фактів, пов'язаних з виникненням доходів і витрат, і в результаті фінансових результатів. Під час введення первинних даних одночасно формуються бухгалтерські проведення типових господарських операцій.

На другому етапі всі бухгалтерські проведення щодо обліку доходів і витрат формуються в зведений бухгалтерський реєстр – книгу обліку господарських операцій, яка є узагальненим бухгалтерським реєстром і являє собою хронологічно впорядкований список проведенень.

На наступному - третьому – етапі формуються реєстри бухгалтерського обліку, внутрішня і зовнішня бухгалтерська звітність.

На четвертому етапі закривається обліковий період і формується архів облікових даних. [2, с.124].

Автоматизоване ведення бухгалтерського обліку значно полегшує роботу бухгалтера, раціоналізує затрати його праці і підвищує її продуктивність.

Таким чином, впровадження автоматизованих систем ведення бухгалтерського обліку - це процес, результатом якого є поліпшення якості облікових даних і, як наслідок, підвищення ефективності управління підприємством.

Література:

1. Бенько М. М. Інформаційні системи і технології в бухгалтерському обліку. К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2010. 336 с.
2. Лучко М. Р., Адамик О. В. Інформаційні системи і технології в обліку й аудиті: навч. посібник. Тернопіль: ТНЕУ, 2016. 252 с.
3. Сараєва Г. 1С:Бухгалтерія 8.2: доступно для бухгалтера. Х.:Фактор, 2011. 528 с.

ОБОВ'ЯЗКОВЕ ВИКОРИСТАННЯ КАСОВИХ АПАРАТІВ ДЛЯ ФІЗИЧНИХ ОСІБ-ПІДПРИЄМЦІВ (ФОП)

*Хорошилова І.О., к.е.н., доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній
університет*

Економічна ситуація в цілому в країні є дуже складною, до того ж світова криза спричинена пандемією не дає перспектив зростання. І на тлі всього цього йде реформування малого бізнесу, до яких наслідків це призведе, чи стурбованість безпідставна? Отже, реформа спрямована на малий бізнес, зокрема на фізичних осіб-підприємців (ФОП) II, III і IV груп.

Відтепер використання касових апаратів для фізичних осіб-підприємців стане обов'язковим Верховна Рада в вересні прийняла два закони, перший закон зобов'язує малий бізнес у сферах торгівлі, громадського харчування та послуг використовувати реєстратори розрахункових операцій (РРО) – або

фізичні касові апарати, або програмні РРО. Хочемо зазначити, що застосування касових апаратів потрібно лише для тих підприємців, які здійснюють розрахункові операції в готівковій та/або в безготівковій формі (із застосуванням електронних платіжних засобів). Якщо з готівковими операціями зрозуміло, то по безготівковим операціям із застосування електронних платіжних засобів (під цим поняттям розуміється банківська картка) залишається невиясненим питання – чи потрібна буде реєстрація касового апарату у разі оплати карткою через платіжні сервіси (наприклад, iPay, LiqPay, Portmone, EasyPay та інші). До прийняття цих законів, обов'язкове застосування касових апаратів на постійній основі незалежно від обсягу доходу діяло тільки для платників єдиного податку 2-4 груп, що займаються реалізацією.

Розглянемо переваги і недоліки цієї реформи: головною й найбільшою перевагою повинно стати детінізація економіки через боротьбу з ухилянням від податків. Вже давно відомо що через використання так названих «псевдо-ФОП» і заниження оборотів, державний бюджет недоотримує кілька мільярдів гривень на рік, на думку фахівців застосування цієї реформи має допомогти це виправити. Хоча розробники посилаються на те, що реформа виявить великий бізнес, який ухиляється від податків, видаючи себе за ФОП. Багато хто з нас звертав увагу на такі факти, коли великий магазин продає телефон і дає чек від ФОП, однак зрозуміло, що за день виручка цього магазину сягає значно більше, ніж ліміт, встановлений для ФОП на рік.

По задуму законотворців, нові зміни можуть бути корисними й для малого та середнього бізнесу. Зокрема йдеться в першу чергу про введення програмних РРО, завдяки чому ринок касових апаратів лібералізується і стане більш доступним для малого бізнесу. Оскільки дослідження показали, що ринок РРО занадто монополізований і самі РРО та їх обслуговування є дуже витратним для малого і середнього бізнесу... Зате, законопроектами передбачено використання будь-якого гаджету, який має за допомогою програми згенерувати та відправити чек в ДФС і споживачу. Однак, виходячи з практики, представники бізнесу наголошують, що наявні програмні рішення від ДФС потребують щонайменше доопрацювання та адаптування, щоб надавати можливість видавати електронні чеки без доступу до мережі Інтернет.

Не зважаючи на те що, переваги від детінізації економіки очевидні, однак можемо стверджувати, що ця реформа занадто сувора до малого бізнесу: штрафи занадто високі, процедура їхнього накладення занадто легка. Більш детально розглянемо законопроект, та бачимо що висока відповідальність та суворе покарання до суб'єкту, але ж з іншого боку: – немає обмежень на кількість заяв; – немає відповідальності для заявника, немає відповідальності податкової. Яким чином та хто має вирішувати правильний чи неправильний чек. Зате є потенційний штраф та проблеми з позаплановою перевіркою для підприємця. Таким чином частина малих бізнесів, якщо їм вдасться «звести кінці з кінцями» за умов карантинних обмежень, з впровадженням цього закону може закритися або понести збитки, хіба це матиме позитивний вплив на економічний розвиток, на наш погляд – навряд чи.

До того ж на думку багатьох експертів, впевненість в ефективності детінізації при впровадженні реформи занадто низька. Бізнес наймовірно важко вивести з тіні і легко туди загнати. Кожен крок, що ускладнює роботу підприємця або процес покупки для споживача, відлякує покупця і змушує шукати інші шляхи підприємцю. Цілком імовірно що, зміни призведуть до того, що частина бізнесу замість того, щоб вийти з сірої зони, натомість піде повністю «в тінь» – тобто буде працювати за готівку і перестане взагалі платити податки. До того ж, реформа не зачепить торговців на стихійних ринках та інших дрібних підприємців, котрі входять до першої групи ФОП, для цього всього лише потрібно мати оборот не більше 300 тисяч гривень на рік і не мати найманих працівників. Також зміни не зачеплять ФОПів інших груп, котрі заробляють менше мільйона.

Якщо поглянути на ситуацію з іншого боку, то на наш погляд, користь від малого бізнесу для місцевої економіки, значно ширша за сплачені до бюджету податки. Будь які регуляції щодо малого бізнесу можуть вплинути на економічний добробут громади як позитивно, так і негативно, і залежати це буде від успіху реформи. Тому слід звернути увагу на ті недоліки, на які вказано вище, що б органи влади та недобросовісні покупці не мали змогу зможуть зловживати, і реформа в майбутньому не мала негативного відбитку на підприємцях. Ми наполягаємо, слід дослухатися до безпосередніх учасників, щоб впровадження було менш болючим та корисним для всіх сторін.

Зауважимо, що Закони про касові апарати для ФОП і про «кешбек» вже офіційно опубліковано в «Голосі України», але вони вступають в дію через півроку, за винятком окремих норм, що стосуються, зокрема, найменування контролюючого органу (Державна податкова служба), які набули чинності 20 жовтня і щодо застосування механізму кешбек – з 1 жовтня 2020 року, а також збільшення річного ліміту для ФОП другої групи - з 1 січня 2021 року.

ОСОБЛИВОСТІ ОПЛАТИ ЛІКАРНЯНИХ ЛИСТКІВ З ДІАГНОЗОМ ІЗОЛЯЦІЯ ВІД COVID-19

*Шільвінська О.Л., викладач
Черкаський державний бізнес-коледж*

Кабінет міністрів України на позачерговому засіданні 13 жовтня 2020 року продовжив карантин в Україні до кінця року. Так, адаптивний карантин в умовах стрімкого поширення COVID-19 поки є «найбільш дієвим механізмом». Держпраця наголошує роботодавцям на необхідності вжити ефективних заходів профілактики коронавірусу на підприємствах. Одним із механізмів є організація дистанційної роботи працівників, іншим - відправлення працівників на самоізоляцію

До початку карантину такого поняття як самоізоляція законодавство України не розглядалося. В квітні 2020 року був прийнятий Закон України № 555 «Про внесення змін до Закону України «Про захист населення від

інфекційних хвороб» щодо запобігання поширенню коронавірусної хвороби (COVID-19)», якій ввів поняття самоізоляція.

Самоізоляція – це перебування особи, стосовно якої є обґрунтовані підстави щодо ризику інфікування або поширення нею інфекційної хвороби, у визначеному нею місці (приміщенні) з метою дотримання протиепідемічних заходів на основі зобов'язання особи.

Крім того в березні 2020 року прийнятий Порядок проведення протиепідемічних заходів, пов'язаних із самоізоляцією осіб, в якому визначено перелік осіб, які підлягають самоізоляції, а саме:

- особа, яка контактував з пацієнтом з підтвердженим випадком COVID-19, крім осіб, які під час виконання службових обов'язків використовували засоби індивідуального захисту відповідно до рекомендацій щодо їх застосування,

- є особою, щодо якої є підозра на інфікування,

- є особою, яка хворіє на COVID-19 в легкій формі та не потребує госпіталізації.

Але сам працівник не має права піти у самоізоляцію тільки лікуючий лікар може призначити самоізоляцію, та визначити її термін.

Відповідно до галузевих стандартів у сфері охорони здоров'я строк самоізоляції хворого на COVID-19 або особи з підозрою на інфікування COVID-19 становить 14 днів.

Обов'язково лікуючий лікар на дні самоізоляції повинен оформити листок по тимчасовій непрацездатності.

Особливістю оформлення листка по тимчасовій втраті працездатності є те, що лікуючий лікар повинен сам вписати причину непрацездатності: код 11, ізоляція від COVID-19. В друкованій формі листка по тимчасовій втраті працездатності такої ознаки не має. На даний час вносити зміни в друковану форму лікарняних не планується, в зв'язку з переходом з січня 2021 року на електронну форму листків непрацездатності.

Ще однією суттєвою особливістю оплати лікарняних з діагнозом ізоляція від COVID-19 є те, що розмір допомоги від Фонду соціального страхування (далі ФСС) за такими лікарняними листками для працівників складає 50% середньої заробітної плати та не залежить від тривалості страхового стажу працівника. ФСС здійснює фінансування, починаючи з 6-го дня, перші п'ять днів оплачуються роботодавцем.

Але для медичних працівників компенсація втраченого заробітку за час ізоляції від COVID-19 здійснюється Фондом у розмірі 100% середнього доходу і також не залежить від тривалості страхового стажу.

Для отримання фінансування від ФСС допомог за лікарняними листками, виданим у зв'язку з ізоляцією від COVID-19, страхувальник (роботодавці) повинні формувати окремі заяви-розрахунки, до яких не включаються лікарняні з інших причин непрацездатності. При формуванні такої заяви-розрахунку роботодавець у Додатку 1.1. у колонці 10 вказує причину непрацездатності – 11, тобто ізоляція від COVID-19.

Література:

1. Про внесення змін до Закону України «Про захист населення від інфекційних хвороб» щодо запобігання поширенню коронавірусної хвороби (COVID-19): Закон України від 13.04.2020р. № 555 Дата оновлення: 13.04.2020. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/555-20#Text> (дата звернення: 22.10.2020).

2. Порядок проведення протиепідемічних заходів, пов'язаних із самоізоляцією осіб, затвердженого постановою КМУ від 11.03.2020р. № 211. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/291-2020-%D0%BF#Text> (дата звернення: 22.10.2020).

3. Інструкції про порядок видачі документів, що засвідчують тимчасову непрацездатність громадян, затвердженої наказом МОЗ від 13.11.2001р. № 455 Дата оновлення: 15.05.2020. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1005-01#Text> (дата звернення: 22.10.2020)

4. Про загальнообов'язкове державне соціальне страхування: Закон України від 23.09.1999 № 1105-XIV Дата оновлення 03.07.2020. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1105-14#Text> (дата звернення: 22.10.2020).

АМОРТИЗАЦІЯ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ ПІДПРИЄМСТВА

Юхнов Б.Ю., к.е.н., доцент

Українська інженерно-педагогічна академія

Танько А.М., здобувач вищої освіти

Українська інженерно-педагогічна академія

Лісютін В.С., здобувач вищої освіти

Українська інженерно-педагогічна академія

Амортизація дозволяє віднести частину вартості основних засобів до виручки від основних засобів. Це обов'язково відповідно до принципу зіставлення, оскільки виручка реєструється разом з відповідними витратами в тому звітному періоді, коли актив використовується. Це допомагає отримати повне уявлення про транзакції отримання доходу. Основні засоби, крім оригіналу, балансу, справедливої вартості тощо, також мають вартість, яка підлягає амортизації. Це первісна або переоцінена вартість основних засобів за вирахуванням їх ліквідаційної вартості. Якщо ліквідаційна вартість дорівнює нулю, сума, що амортизується, буде або первісною, або переоціненою. Підприємства з сезонним характером виробництва обчислюють річну суму амортизації в період функціонування підприємства у звітному році. Знос утримується під час переобладнання, модернізації, обробки, модернізації та технічного обслуговування. Амортизація припиняється в місяці, наступному за місяцем продажу закладу охорони здоров'я, здачі його на реконструкцію, модернізацію, модифікацію, обладнання, обслуговування. На відміну від цього, у випадку виробничого методу амортизація припиняється на наступний день після дати утилізації закладу охорони здоров'я [1-3]. Для розрахунку

амортизації потрібні три основних параметри: строк корисного використання – це період часу, протягом якого організація вважає основний засіб продуктивним; залишкова вартість – після оцінки популярності використання основних засобів компанія може розглянути можливість продажу їх за зниженою ціною; вартість активу – включає податки, доставку і витрати на підготовку чи настройку.

Отже, амортизація є важливою частиною бухгалтерського обліку, який допомагає підприємствам правильно вести звіт про прибутки та звіт та формувати належний прибуток. Використання хорошого програмного забезпечення для бухгалтерського обліку бізнесу допомагає правильно розрахувати амортизацію.

Література:

1. Коваленко О. В., Громова І. В. Напрями підвищення ефективності використання основних фондів підприємства. *Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії*. 2014. Вип.7. С. 20–27.
2. Неміш Ю. В. Поняття «основні засоби» у сучасних наукових дослідженнях. *Аграрна економіка*. 2012. Т. 5. № 3-4. С. 181–187.

Секція 6

Управління та адміністрування діяльності суб'єктів підприємництва

ENSURING THE REALIZATION OF BUSINESS INTERESTS OF SMALL AND MICRO-ENTERPRISES IN THE DOMESTIC REGIONAL TOURIST DESTINATION

Tsviliy Sergiy M., Ph.D., Assoc.Prof., Gurova Darya D., Ph.D., Assoc.Prof., National University «Zaporizhzhia Polytechnic, Zaporizhzhia, Ukraine

Entrepreneurs and small businesses are the main drivers of competition, economic growth and job creation within a tourist destination, where the vast majority of partnership interests are realized in the informal sector, which has always been associated with excessive bureaucratic and regulatory constraints. At the same time, travel companies in the informal sector have limited access to the opportunities and protection mechanisms provided by current legislation. Even those firms that operate within the official business do not always have equal access to the interests of their business [1]. Under conditions of excessive regulation of business, the implementation of business activities in the region becomes burdensome: competition is limited, the success of the enterprise, as a rule, depends on the availability of "necessary" connections. Today, the identified problem is critical in the context of a large-scale crisis due to events related to the coronavirus COVID-19, and such a

disappointing forecast applies to the field of regional tourism.

In tourist destinations of countries where business regulation mechanisms are transparent, efficient, easy to apply, energetic entrepreneurs will be much easier to compete, innovate, develop the production of tourism products and services, implement modern IT technologies, etc. in preparation for overcoming the effects of the pandemic. Domestic micro and small business enterprises need clear rules and conditions to ensure the success of business operations. Creating effective rules for doing business in a regional tourist destination will allow private sector companies to develop and expand their business potential. In contrast, most organizations, having encountered burdensome regulations, will try to circumvent them. Regulations need to be adapted to the latest requirements for destination development [2].

Under the conditions of the state policy of assistance to formation of the dynamic business environment, investment activity of tourist firms, creation of workplaces and increase of labor productivity wide opportunities of business development within the regional tourist destination will be formed. Not only macroeconomic factors but also the quality of laws, regulations, and the institutional framework that determine the day-to-day economic activities of business structures and create effective ways and conditions for its regulation should be in the focus of attention of government agencies seeking to strengthen the position of private sector firms. The practice of business in tourism has proved the importance for small and micro enterprises to simplify the following procedures: creation of an enterprise; obtaining building permits; property registration; connection to the power supply system; protection of investors' rights; taxation; implementation of foreign trade activities; ensuring the implementation of agreements; obtaining a loan; solving the problem of insolvency of enterprises. The focus of entrepreneurs of the regional tourist destination is not the general conditions of activity, but certain operations, specific actions of laws and institutions.

The development of the business sector will be facilitated by the application of consistent rules for establishing property rights and facilitating the settlement of disputes, as well as norms for increasing the predictability of economic agreements and providing the parties with the necessary means of protection against abuse. Such rules, if they are well thought out, transparent and accessible to those for whom they are intended, and if their application is not associated with excessive costs, are an effective means of creating incentives for small and micro enterprises, which in turn will promote growth and private business development. Of great importance is also the quality of norms and rules on which the distribution of goods in society depends, as well as the costs of implementing strategies and measures in the field of business development. The main of these measures should contribute to the implementation of the following effects: rational regulation of small and micro enterprises - economic growth of the economy of the regional tourist destination; simplified procedure for company registration - business expansion and productivity growth of firms; reducing the cost of registration will add the potential for employment in the formal sector of the tourism economy; adequate regulatory system - increasing the efficiency of trade; rational financial market infrastructure - reducing the burden on the judiciary,

legislation relating to creditors and insolvency; credit and mortgage registers - improving access to credit. In general, such effective measures will allow to better realize the foreign economic interests of the region, accelerate its integration into the world economic and tourist space and avoid complications and dangers.

Tourist destinations in the regions are waiting for global changes and with the coronavirus obsolete non-technological principles and forms of business regulation of business structures are a thing of the past. However, it is necessary to prepare for existence in the renewed reality and for survival in the post-coronavirus epoch domestic tourist regions need to be significantly reborn and strengthened. The current state of the global economy in the presence of many factors that directly affect the direction and pace of development of tourist regions of the world, contributes to the importance and relevance for business interests of entrepreneurs such steps: the constant need to synchronize actions to save resources (1), increase efficiency (2), effective change (3), compliance and adaptation to the volatile conditions of the global environment (4). In general, the new global conditions for the realization of the tourism potential of the region should be considered as additional opportunities for economic development of companies.

References:

1. Zaytseva, V., But, T., Gurova, D. (2018). Turyst-s'ki resursy Ukrainy [Tourist resources of Ukraine]. Zaporizhzhia: TOV RVA «Prosvita» [in Ukrainian].

2. Korniyenko O. M. (2017). Prynysp formuvanni partners'kykh vidnosyn turystychnykh pidpryyemstv [principle of forming partnerships of tourist enterprises]. Proceedings from: Shchorichna naukovo-praktychna konferentsiia vykladachiv, naukovtsiv, molodykh uchenykh, aspirantiv, studentiv «Tyzhden' nauky – 2017». (pp. 1696-1697). Zaporizhzhia: ZNTU [in Ukrainian].

ВИВЧЕННЯ ПАРАМЕТРІВ І УМОВ РОЗВИТКУ ПОТЕНЦІАЛУ АВІАПІДПРИЄМСТВ

*Білявський В.М., к.е.н., доцент
Герасименко А.П., магістрант
Національний авіаційний університет, м. Київ*

Авіапідприємства працюють у зоні, де переважає активна конкуренція, що визначає необхідність створення потужних переваг, які дозволять їм найкраще задовольнити відповідні потреби споживачів на ринку повітряного транспорту.

З цієї точки зору питання формування та розвитку лідерського потенціалу авіакомпаній є надзвичайно актуальним. У капіталоемній авіакомпанії авіаперевізники повинні здійснювати свою ділову діяльність відповідно до ключових факторів успіху, які будуть конкретними орієнтирами для досягнення розробленої місії, цілей та стратегій [1]. Таким чином, діяльність авіакомпаній має бути добре спланованою та керованою з урахуванням високого рівня

лідерського потенціалу. Визначення невідповідних ключових факторів успіху може ускладнити досягнення цілей або навіть зробити їх недосяжними.

Авіакомпанії працюють у галузі, де потрібна комбінація стабільності та гнучкості [2]. Перший повинен забезпечуватися прогнозуванням тенденцій розвитку ринку повітряного транспорту та встановленням відповідних стратегічних цілей на цій основі, а гнучкість необхідна для адекватної та своєчасної реакції на зміни у ринковому середовищі. Отже, гнучкість у свою чергу також буде підтримувати стабільність у діяльності авіакомпаній.

Ключова особливість лідерського підходу до управління розвитком авіапідприємства орієнтована на довгострокові результати, підтримку ефективної командної роботи та співпраці, спрямованої на вирішення питань розвитку авіапідприємства на ринку. Визначені основні аспекти, що необхідні для розвитку потенціалу лідерства авіакомпаній на ринку авіаперевезень, такі:

- висока якість повітряних перевезень, як основний ключовий фактор успіху, оскільки авіакомпанії мають орієнтуватися на споживача, забезпечуючи конкурентну ціну на переліт та відповідне обслуговування;

- ефективне та результативне управління (умови експлуатації авіапідприємств постійно змінюються, тому необхідно сформувавши потужний центр для прийняття управлінських рішень, який забезпечить ефективне досягнення цілей, реалізацію переваг стратегічного керівництва, своєчасне маневрування та оптимальне управління ресурсами очікувані результати при оптимальних витратах);

- оптимально розвинена мережа повітряних маршрутів з урахуванням пріоритетів розвитку авіакомпанії на шляху успішного досягнення стратегічних цілей за допомогою відповідного парку літаків;

- використання нових технологій та інновацій для створення стійких конкурентних переваг, які важливі для досягнення високих конкурентних позицій на ринку повітряного транспорту;

- компетентні менеджери та людські ресурси, оскільки вони можуть підтримувати потенціал авіакомпанії щодо конкурентів; людські ресурси (авіаційна команда та інші спеціалісти авіакомпанії у різних сферах) можуть бути цінними ресурсами, створюючи перевагу, що складно відтворити конкурентам;

- розвиток міжнародного партнерства для підтримки позицій на ринку повітряного транспорту та отримання нових можливостей (нові рейси, нові напрямки, тощо).

Деякі параметри розвитку лідерського потенціалу можуть мати більший пріоритет, аніж інші [3]. Зокрема, лояльні пасажери будуть не завжди орієнтована на придбання послуг авіаперевезень у авіакомпанії, яка має абсолютно все на найвищому рівні. За деякими аспектами він може поступатися іншим авіаперевізникам. Однак його повітряний продукт все одно буде більш цінним для споживачів. Це може бути суб'єктивною оцінкою власного досвіду взаємодії з цією авіакомпанією у минулому та думок інших клієнтів.

Однак запорукою створення таких позитивних поглядів клієнтів має бути надзвичайно потужна робота керівництва авіакомпаній у абсолютно всіх сферах ділової діяльності.

Таким чином, сукупність факторів, що забезпечують лідерський потенціал авіакомпанії, не є чимось незмінним, вони варіюються залежно від умов експлуатації та зміни попиту на повітряні послуги на конкретному ринку. Необхідне постійне упровадження заходів щодо утримання конкурентних позицій на ринку повітряного транспорту або відновлення діяльності авіакомпанії при зміні пріоритетів стратегічного розвитку.

Література:

1. Ключові фактори успіху авіапромисловості. URL: <http://mba-lectures.com/management/strategicmanagement/1193/key-success-factors-of-airline-industry.html> (дата звернення: 28.10.2020).

2. Лідерство в авіаційній галузі. URL: <http://www.ysc.com/ourthinking/article/leadership-in-the-aviation-industr> (дата звернення: 28.10.2020).

3. Білявський В. М. Джерела формування кадрового потенціалу торговельного підприємства. *Сталий розвиток економіки*. 1'2011. № 4. С. 249–254.

КАДРОВИЙ АУДИТ : ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Білявський В.М., к.е.н., доцент

Корда М.О., магістрант

Національний авіаційний університет, м. Київ

У сучасних умовах господарювання, ефективність діяльності будь якого підприємства залежатиме від кадрової складової. Кадровий аудит передбачає не тільки оцінку відповідності кадрового потенціалу підприємства його цілям, але й оцінку стратегії розвитку, що допомагає ефективно приймати управлінські рішення.

На сьогоднішній день немає чіткої позиції щодо визначення сутності поняття кадрового аудиту, класифікації основних його напрямів, а також змісту та завдань. Слід зауважити, що уточнення потребують основні етапи кадрового аудиту та методи, які при цьому використовуються.

Поряд із труднощами вивчення сутності кадрового аудиту, існує ще одна, не менш важлива проблема, що пов'язана з процедурою проведення кадрового аудиту на підприємстві. Аналіз наукових робіт [1, 2] дає змогу розробити модель проведення аудиту персоналу, що складається з таких етапів, як:

- попередня оцінка умов проведення кадрового аудиту;
- розробка програми аудиторської перевірки;
- збір, обробка та аналіз аудиторської інформації;

- експертиза отриманої аудиторської інформації та аудиторських висновків;
- використання результатів кадрового аудиту.

Особливу увагу слід приділити заключному етапу кадрового аудиту. Більшість підприємств, що надають аудиторські послуги, розглядають свою діяльність, лише як консалтинг і обмежуються процесом аудиту та написанням певних рекомендацій та висновків. Така процедура буде більш повною за умови впровадження конкретних заходів, оскільки важливою є не сама перевірка та її результати, а саме можливість подальшого розвитку об'єкта, що перевіряється.

У більшості випадків зовнішні аудитори не контролюють виконання наданих рекомендацій. Це, у свою чергу, призводить до того, що керівники і фахівці з управління персоналом на свій розсуд інтерпретують рекомендації аудиторів і способи їх реалізації. Ця інтерпретація, може, не збігається з планами осіб, які проводили перевірку. В підсумку це призводить до зниження ефективності кадрових перевірок.

Слід зауважити, що для проведення кадрового аудиту, підприємству необхідно проводити комплексне оцінювання людських ресурсів. Оскільки, підвищення ефективності праці свідчатиме про збільшення обсягу виготовленої продукції (з меншими витратами праці).

Проведення кадрового аудиту одноразово – це головна помилка, яку допускають більшість підприємств. Слід чітко розуміти та усвідомлювати, що кадровий аудит – це багатогранна та багатоетапна робота, яка охоплює всі стадії кадрової роботи. Безумовно, більшість послуг консалтингових компаній є недешеві (особливо в умовах фінансової кризи, що викликана пандемією), а тому менеджмент підприємств звертається до них лише у разі гострої необхідності. Тому актуальною залишається кадрова політика, у частині, необхідності раціонального поєднання внутрішнього і зовнішнього аудиту.

Головною перешкодою на шляху отримання необхідної інформації є проблема, що пов'язана з кадровим аудитом і його ефективністю. Тобто, проблема полягає не у тому, що необхідну інформацію не хочуть надавати відповідні державні органи чи органи місцевого господарювання, а у тому, що інформація про персонал, переважно, є неструктурованою і розкиданою по різних формах і звітах.

Можливим вирішенням є систематизація та часткова або повна автоматизація вищезазначеного масиву інформації, що буде стосуватися персоналу підприємства. Він допоможе відслідковувати: структуру кадрів на підприємстві, розвиток кадрового потенціалу, умови праці, трудову дисципліну, соціальну структуру підприємства, а також ефективність використання персоналу.

Говорячи про складності проведення кадрового аудиту на вітчизняних підприємствах, не можна не акцентувати увагу на практичних рекомендацій, які стосуються оцінки кадрового потенціалу підприємства. Лише у деяких дослідженнях з цього питання можна зустріти певні пропозиції про використання тих або інших показників [3]. А оскільки кадровий потенціал є

важливою конструктивною складовою будь якого підприємства, то й інформація про його стан і ступінь реалізації буде потрібна для прийняття важливих управлінських рішень.

Підсумовуючи викладене, слід зазначити, що кадровий аудит є необхідною складовою системи управління підприємством, особливо в умовах кризового стану економіки країни. Існуючі труднощі при його реалізації істотно знижують ефективність результатів кадрового аудиту, тому підприємствам слід зосереджувати свою увагу на його удосконаленні, що дасть змогу підвищити ефективність роботи підприємства за рахунок кадрової складової.

Кадрова політика і кадрова стратегія є основою місії і цілей підприємства, які у підсумку будуть використовуватися HR відділами.

Література:

1. Жуковська В. М. Теоретико-методологічні засади кадрового аудиту. *Вісник Київського торговельно-економічного університету*. 2010. № 4. С.48–56.
2. Biliavskiy V., Biliavska J. Evaluation of personal career management efficiency of trade enterprise employees. *Canadian Journal of Science and Education*. 2014. № 2 (6). P. 684–695.
3. Білявський В. М. Джерела формування кадрового потенціалу торговельного підприємства. *Сталий розвиток економіки*. 1'2011. № 4. С. 249–254.

ТАЙМ-МЕНЕДЖМЕНТ, ЯК СПОСІБ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ЛЮДСЬКИХ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВА

Білявський В.М., к.е.н., доцент

Мовчан Т.С., магістрант

Національний авіаційний університет, м. Київ

На сьогодні використовується багато інструментів для підвищення продуктивності праці робітників підприємства. Одним з яких є впровадження і застосування технологій тайм-менеджменту, як рушійного елемента підсистеми управління персоналом.

Зміст поняття «тайм-менеджмент» стало основою досліджень багатьох вчених. Кожен з дослідників виділяє певні особливості і обґрунтовує бачення даного питання спираючись на свій підхід. Одні вчені розглядають тайм-менеджмент, як управління перерозподілом обсягів роботи [1], а інші – як мистецтво управління часом з урахуванням ефективної методики управління особистим часом [2]. Але всі ці твердження мають спільну теоретичну основу, яка полягає в ефективному управлінні часом. Тому, під тайм-менеджмент можна розуміти сукупність технологій розподілення та використання часу, які застосовуються з метою підвищення ефективності будь якої діяльності.

За результатами аналізу наукової літератури [3] було виділено ряд систем управління часом, які мають ефективне практичне застосування. Дані напрямки

управління часом допоможуть менеджерам розробити індивідуальну технологію тайм-менеджменту, яка в свою чергу буде сприяти раціональному використанні можливостей. Важливо пам'ятати, що в тайм-менеджменті не існує єдиного правильного рішення. Необхідно враховувати особистісні орієнтири кожного у виборі інструментарію.

У число найбільш використовуваних концепцій тайм-менеджменту на сьогодні входить матриця Ейзенхауера. Дана матриця є узагальненою розробкою в центрі якої знаходиться принцип Парето. Основна ідея полягає у тому, щоб відділити важливі види роботи від другорядних, і ті, які взагалі є не важливими. Структура складається з двох осей (важливість і терміновість) і чотирьох квадратів, згідно яких відбувається розподіл робіт.

Одним із універсальних інструментів тайм-менеджменту виступає піраміда Франкліна. Методика направлена на виявлення майбутньої ефективності підприємства за рахунок визначення уже створених конкретних завдань та цілей. Пріоритетом даної методики тайм-менеджменту серед інших є планування не тільки часу, а й зайнятості, а також шляхів досягнення глобальної мети на все життя.

На сьогодні тайм-менеджмент набув нових форм та ознак під впливом змін технологій і техніки та став невід'ємною складовою ефективного управління особистістю і підприємством загалом. Слід підкреслити, що результативність в управлінні часом полягає не у швидкості виконання робіт, а у коректній організації діяльності, ефективному їх розподілу.

Брак часу – головна проблема, яка стосується кожного. Для досягнення успіху необхідно вміти ефективно його використовувати, оскільки він обмежений.

Практичне впровадження технологій тайм-менеджменту на підприємствах позитивно впливає на ефективність повсякденної роботи персоналу, шляхом підвищення продуктивності його праці. В роботі була запропонована технологія впровадження тайм-менеджменту на підприємстві, яка систематизує процеси з управлінням часом.

Механізм складається з двох блоків. Перший є цільовим і включає в себе такі складові, як: цілі, завдання та принципи. Другий блок, направлений на ефективність, тому і носить назву – процесний. Він включає 5 етапів:

1 етап. Аналіз ефективного використання робочого часу.

2 етап. Виявлення непродуктивних втрат робочого часу.

3 етап. Формування програми з вдосконалення використання робочого часу.

4 етап. Реалізація програм впровадження тайм-менеджменту.

4.1. Впровадження тренінгових технологій.

4.2. Аналіз програмного забезпечення.

5 етап. Оцінка ефективності використання технології тайм-менеджменту на підприємстві.

Таким чином, на основні проведеного аналізу можна зробити висновок, що впровадження технології тайм-менеджменту збільшить капіталізацію підприємства, яка вплине на підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Література:

1. Biliavskiy V., Biliavska J. Evaluation of personal career management efficiency of trade enterprise employees. *Canadian Journal of Science and Education*. 2014. № 2 (6). P. 684–695.
2. Писарівська А. І. Використання тайм-менеджменту для підвищення ефективності управління персоналом. *Вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки»*. 2016. С. 148–153.
3. Білявський В. М., Шепута М. М. Реалізація інноваційних проектів як фактор підвищення конкурентоспроможності підприємства. *Сталий розвиток економіки*. 1'2018. № 38. С. 131–140.

ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЙНИХ КОНФЛІКТІВ ТА МЕТОДИ ЇХ ВИРІШЕННЯ

*Білявський В.М., к.е.н., доцент
Приходько В.Є., магістрант
Національний авіаційний університет, м. Київ*

Конфлікт є невід'ємною частиною життя. Оскільки конфлікт, є невід'ємною складовою бізнес-процесу то менеджери повинні вміти розпізнавати джерело їх виникнення, бачити його конструктивний і деструктивний потенціал, вчитися їм управляти і застосовувати різні техніки їх вирішення.

З часом підприємства стали менш централізованими, а працівники були пов'язані і залежні від роботи один одного. З тих пір конфлікт на робочому місці стає все більш помітним на підприємствах. Ці зміни сприяли виникненню нових типів конфліктів, які можуть виникати між різними групами працівників. Робоча сила також стає все більш різноманітною. Серед працівників підприємств стає все більше жінок, іноземців, представників етнічних меншин, людей з різним рівнем освіти та культури.

Коли люди думають про конфлікт, вони найчастіше асоціюють його з агресією, погрозами, суперечками тощо. В результаті виникає певне уявлення про те, що конфлікт завжди є небажаним явищем, що його слід уникати, і що він має бути вирішений по можливості якомога оперативніше.

Незгода, як форма конфлікту при реалізації інноваційного проекту – це щось більше, ніж розбіжність думок між окремими особами з певних питань, які не мають значення для підприємства. У контексті конфліктної ситуації розбіжність фіксує: зіткнення поглядів і позицій на загальнозначимі групові норми і цінності, на загальне розуміння того, як визначити і пристосуватися до нової ситуації, як діяти узгоджено для виконання своїх функцій. Якщо виникає певна незгода, як прояв конфлікту, то домінування загального менталітету підривається (відсутня єдність формальних і неформальних структур відносин).

Конфронтація на підприємстві є невід'ємним елементом напруженості на вищому рівні її розвитку і формою прояву внутрішнього конфлікту. Вона

набуває найрізноманітніших видів, у тому числі жорстку конкуренцію на основі кар'єрних прагнень працівників, дискусії, що спрямовані на девальвацію опозиційних поглядів, боротьбу за вплив на центр адміністративної влади і за певні привілеї.

Якщо конфлікти становлять загрозу для ефективної діяльності підприємства та перешкоджають прогресу і успіху бізнесу, то вони є деструктивні або дисфункціональні. З іншого боку, якщо конфлікти сприяють успіху і процвітання підприємства, то мова вже йде про функціональний або структурний конфлікт.

Функціональний конфлікт – це конфлікт або певна напруженість всередині групи, яка призводить до позитивних результатів. Конфлікт є конструктивним, коли він призводить до вирішення проблем, допомагає вивільнити емоції, тривогу і стрес, будує співпрацю між людьми через вивчення один про одного; а також допомагає людям розвивати розуміння і навички.

Основними ознаками руйнівного конфлікту є: нездатність груп, члени яких знаходяться у конфлікті, знайти рішення проблеми, суб'єкти конфлікту апатичні або все більш агресивні і ворожі по відношенню один до одного, що ускладнює перестановку робочих завдань.

Існує три основні методи вирішення конфліктів [1, с.86]: придушення (цей метод вирішення конфлікту передбачає застосування сили однієї з конфліктуючих сторін, щоб знищити свого супротивника), компроміс (тимчасова угода, що, розрахована на короткий проміжок часу яка призводить до нового повторення конфлікту), інтеграція (розглядає конфлікт, як багатогранну проблему, вирішення якої полягає в задоволенні основних вимог сторін конфлікту).

Інтеграція вимагає єдиної системи цінностей і взаєморозуміння з боку конфліктуючих сторін. При інтеграції спірні моменти поділяються і аналізуються окремо; кожному аспекту надається певна вага. Потреби, бажання та надії сторін об'єднуються для розгляду та оцінки).

Існує чотири структурні методи вирішення конфліктів [2]: 1) уточнення вимог до роботи, тобто з'ясування того, які наслідки вимагаються від кожного працівника або структурного підрозділу з урахуванням їх бажаного рівня, порядку надання та використання необхідної інформації, системи повноважень і відповідальності; 2) використання механізмів координації та інтеграції. Наявність спільного лідера організовує взаємодію людей, прийняття рішень, інформаційні потоки всередині підприємства, що дозволяє уникнути конфліктів; 3) постановка загальноорганізаційних, інтегрованих цілей для направлення всіх співробітників до загальної, спільної мети; 4) використання системи винагороди (преміювання, матеріального стимулювання, заохочення) передбачає попередження конфліктних ситуацій шляхом корекції поведінки людей, чіткого заохочення тих, хто сприяє досягненню організаційних цілей та сприяє вирішенню проблем.

Таким чином, конфлікт може носити функціональний характер і

призводити до підвищення ефективності підприємства. Або ж він може бути дисфункціональним і призводити до зниження особистої задоволеності, групової кооперації та організаційної ефективності. Роль конфлікту багато в чому залежить від того, наскільки ефективно ним керують. Щоб контролювати конфлікт, Ви маєте зрозуміти його причини.

Література:

1. Білявський В.М. Людський капітал як інструмент оцінювання конкурентоспроможності організації. *Вісник Харківського національного університету ім. В.Н. Каразіна*. 2017. № 92. С. 79–87.
2. Управління конфліктами в організаціях та на підприємстві. URL: <http://ru.osvita.ua/vnz/reports/management/13339/> (дата звернення: 15.10.2020).

АЛГОРИТМ ТА ЗАХОДИ ПРОТИДІЇ КРИЗИ В ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

*Болотова Т.М., к.е.н., доцент
Харківський торговельно-економічний коледж КНТЕУ
Онісіфорова В.Ю., к.е.н., доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Криза притаманна життєвому циклу функціонування будь-якої економічної системи, в тому числі і підприємству. Тому ефективна система управління підприємством повинна містити в собі елементи, тобто управлінські рішення з попередження або нейтралізації наслідків кризи в його діяльності.

Розглянемо принциповий алгоритм реалізації антикризового управління підприємством, в якому чітко сформуємо перелік етапів такого управління та контрольні пункти в прийнятті управлінських рішень. Побудова такого алгоритму можлива на основі процедури прийняття рішення з управління економічною безпекою підприємства, яка запропонована І.А. Дмитрієвим, А.О. Близнюком та В.Ю. Онісіфоровою [1]. Отже, головними етапами в алгоритмі є наступні:

- отримання та обробка інформації про підприємство;
- аналіз показників діяльності та фінансового стану підприємства;
- визначення наявності кризи розвитку підприємства;
- розробка антикризової стратегії підприємства;
- розробка заходів антикризового управління;
- реалізація заходів антикризового управління;
- оцінка ефективності управлінських рішень.

Отже, контрольними пунктами в реалізації процедури антикризового управління підприємством є наступні:

- діагностика існуючої кризи;
- визначення ймовірності настання кризи;
- ефективність заходів антикризової стратегії підприємства.

Окремо слід зосередити увагу на критеріях оцінки ефективності заходів антикризового управління. Виходячи з сутності досліджуваного поняття, такими критеріями мають бути не лише поліпшені до задовільного рівня фінансові показники діяльності підприємства, але й забезпечення розвитку підприємства, його ефективності та досягнення бажаного власником рівня ефективності використання ресурсів. Лише в такому випадку цілі антикризового управління підприємством можна вважати досягнутими, а процедуру управління ефективною.

Література:

1. Дмитрієв І. А., Близнюк А. О., Онісіфорова В. Ю. Управління економічною безпекою автотранспортного підприємства: монографія. Харків: ХНАДУ, 2014. 216 с.

ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ В МЕРЕЖІ INSTAGRAM

Валінкевич Н.В., проф.

Черніцька А.О., магістр

Поліський національний університет

Важливою складовою будь-якого бізнесу є реклама. Класична реклама на телебаченні, радіо вже майже втратила свою ефективність. Товари та послуги потребують висвітлення, інакше про них не дізнаються потенційні покупці. Для проведення ефективної реклами варто приділити увагу Інтернету, а саме мережі Instagram. Просування товарів та послуг таким способом є актуальним в наш час, так як дана мережа щодня об'єднує більше 300 млн. користувачів. Але тільки правильне використання Інтернет-реклами допомагає досягати результатів. Більшість користувачів не знають, що на даному ресурсі відпрацьовані певні правила і принципи просування продукції.

Яку вигоду Instagram приносить бізнесу? Як правило, підвищення впізнаваності. Цей процес включає в себе три особливих складових:

- «по-перше – класний контент. Це основа Instagram» [1,с.9]. Креативні і надихаючі фото і відео здатні залучати нову аудиторію;

- «по-друге, правильні хештеги. Це головний інструмент пошуку і навігації в Instagram» [1,с. 9]. На сьогоднішній день ця соціальна мережа одна із небагатьох, де пошук інформації здійснюється за допомогою хештегів;

«по-третє, рекламні можливості соціальної мережі. Співпраця з лідерами думок (блогерами, селебритами, медійними особистостями), просування постів і таргетована реклама дадуть максимальне охоплення, допоможуть скоріше просувати бренд» [1,с.9].

Instagram – це соціальна мережа не для продажів, тому одразу отримати дохід неможливо. Однак формувати попит і стимулювати просування своїх товарів і послуг можна і потрібно за допомогою цієї унікальної соціальної мережі. Інтернет-маркетинг в Instagram починається зі створення акаунта. Щоб обрати потрібний для бізнесу тип акаунта, варто детально розглянути кожен з

них. Перший тип – це магазин. «Як правило, це сторінки-вітрини, де немає необхідності публікувати особисті фотографії, фотозвіти про робочі будні і т.д.» [2,с.11]. Пов'язуючи себе підпискою з таким акаунтом, потенційні покупці очікують інформацію про товари або послуги, а також про проведення різних акцій. Наступний тип акаунта – це паблік. «Фактично паблік представляє собою онлайн-журнал, який, тим не менше, може працювати на цілі вашого бізнесу» [2,с.14]. Він може висвітлювати будь-яку тему, а також виконувати функцію формування відносин і представлення товарів чи послуг в очах потенційних покупців. Варто виділити ще один тип акаунта. Це – бренд акаунт. Такий тип підходить вже відомим брендам і існує для підтримки лояльності аудиторії у впізнаваності в Instagram.

Вибравши тип профілю, варто перейти до створення бізнес-акаунта. Для цього необхідно «наявність офіційної сторінки компанії на Facebook і її інтеграція зі сторінкою в Instagram, а також не менше 40 публікацій в стрічці» [3,с.19]. Виходячи з цього слідує, що комерційний профіль для ведення Інтернет-маркетингу в цій соціальній мережі підходить більше, ніж звичайний профіль Instagram-користувача.

Після створення профілю, необхідно повернутися до складових підвищення впізнаваності. Як було сказано раніше, перше що потрібно – оригінальний контент. Тут важливо враховувати ряд особливостей. Коли потенційний покупець заходить на сторінку, він повинен побачити речі, які його цікавлять, щоб підписатися на профіль. Це візуально красивий контент і інформація в профілі. Важливим є: головне фото; назва та опис профілю; місто, в якому знаходиться компанія; посилання месенджер компанії. «Все разом це повинно виглядати презентабельно і давати чітке поняття про те, хто ви і чим займаєтесь» [3,с.18].

Наступна особливість підвищення впізнаваності і просування Інтернет-маркетингу в Instagram – підбір правильного хештегу. Щоб вони допомагали розвивати бізнес, в хештегу обов'язково потрібно вказувати назву товару чи послуги. Розміщувати їх необхідно в описі публікації профілю (3-5 достатньо). «Хештеги важливі тим, що час від часу будуть з'являтися в стрічці, демонструючи його з різних ракурсів» [2,с.47].

Також підвищити популярність профілю здатні InstagramStories. Це можуть бути як прямі трансляції, відео по 10 секунд, так і фото з текстом. «Фішка формату в тому, що такі публікації зникають через 24 години, а отже, не займають місце у стрічці і дозволяють ненав'язливо спілкуватися з аудиторією на протязі всього дня» [1,с.52].

Отож, після створення акаунту варто залучити підписників. В даному додатку існує два методи залучення – природна та «накручена», тобто штучна. Мінусами штучного залучення є: небезпечність через можливе блокування акаунту та відписка через нецікавий контент для певних людей; витрачання зайвих коштів на платну рекламу акаунта в соціальних мережах. «Природні» способи просування, які є безкоштовними: використання популярних хештегів; підписки та лайки; конкурси, знижки, бонуси. Таким чином, можна зробити

висновок, що Інтернет-маркетинг в Instagram – це діяльність в основному творча [4]. Дана соціальна мережа дозволяє самостійно просувати товари та послуги. Необхідно пам'ятати, що кожен із багатьох інструментів має ряд переваг, тому для досягнення більшого ефекту варто використовувати їх разом. Саме таким чином можна здійснити максимальний вплив на цільову аудиторію.

Література:

1. Instagram для бізнесу: 40 хаків і готових рішень. М.: Інтернет-маркетинг, 2017. С. 82.
2. Холмогоров В. Інтернет-маркетинг. Короткий курс. 2-ге видання. СПб.: Питер, 2012. С. 272.
3. Ingate Instagram: ефективне просування від А до Я. М.: Інтернет-маркетинг, 2014. С. 43.
4. Ingate Brand №1: як підвищити рівень впізнаваності в мережі. Інтернет-маркетинг, 2014. С. 21. : сайт URL: <https://promodo.ua/ua/blog/top-of-mind-4-sposoba-kotorye-pomogut-povysit-uznavaemost-brenda-v-seti.html#gref>

СУТНІСТЬ ТА РОЛЬ КРЕАТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ПЕРСОНАЛУ В УМОВАХ КРИЗИ

*Васильєва М.О., асистент кафедри економіки та менеджменту
Українська інженерно-педагогічна академія*

На сучасному етапі розвитку економічної науки спостерігається тенденція постійного зростання масштабів і частки організаційно-управлінських новацій в загальному обсязі інноваційної діяльності підприємств. Цьому значно сприяє формування і розвиток в системі управління підприємств підсистем креативного менеджменту. Креативний менеджмент вже проявив себе як реальна галузь знань, більш того, він стає загальноновизнаним напрямком науки, як в теоретичному, так і в практичному плані.

Креативний менеджмент персоналу відображає специфічний аспект управління організацією в умовах непередбачуваності, нестандартних і кризових ситуацій.

Під креативним менеджментом розуміють ефективне управління можливостями організації та використання її потенціалу для досягнення поставлених цілей з використанням нестандартних творчих підходів.

Креативний менеджмент в буквальному сенсі "творчий, який утворює" передбачає управління творчим колективом. Складовими елементами системи креативного менеджменту є його цілі, суб'єкти, функції і методи, показники, комунікація та інформація.

Креативний менеджмент на підприємстві являє собою управління розробкою, прийняттям та реалізацією нестандартних управлінських рішень і організаційно-управлінських новацій в умовах невизначеності.

Для креативного менеджменту характерні [1,2]:

- 1) пошук альтернативних стратегій;
- 2) аналіз можливих варіантів;
- 3) створення механізму реалізації стратегій з урахуванням людського фактора;
- 4) забезпечення ефективного контролю як компромісу між вартістю системи контролю та її гарантованої ефективністю.

Об'єктивна необхідність креативного менеджменту в діяльності підприємств в даний час обумовлена низкою обставин:

- постійне виникнення в різних сферах діяльності підприємств складних проблем;
- в умовах невизначеності, турбулентності зовнішнього і внутрішнього середовища на підприємствах все частіше виникає необхідність пошуку оперативних нестандартних рішень;
- в сучасних умовах лідером бізнесу стають, як правило, ті підприємства, чий управлінський апарат здатний мислити і діяти креативно, породжувати і ефективно реалізовувати нові незвичайні і оригінальні ідеї;
- добре відомо, що новаційні переваги швидко тиражуються конкурентами;
- постійні зміни у всіх сферах суспільства, які вимагають пошуку та обґрунтування ефективних шляхів розвитку підприємств.

Однак головною обставиною, яка визначає об'єктивну необхідність формування креативного менеджменту на промислових підприємствах в умовах інноваційної економіки, є формування в суспільстві креативного класу як головної продуктивної сили суспільного виробництва.

Завданнями менеджерів, які повинні цілеспрямовано впливати на осіб, що можуть креативно самостійно мислити, здійснювати свій вплив так, щоб не порушуючи творчої атмосфери кожного індивідуума стимулювати третій рівень інтелектуальної активності для вирішення певного визначеного кола проблем у виробничо-господарській діяльності організації.

Технологією креативного менеджменту є послідовність функцій планування, організування, мотивування, контролювання та регулювання діяльності працівників щодо пошуку, генерування, оцінювання та відбору ідей. Креативні підходи повинні застосовуватись в управлінні та проникати в усі рівні, ланки організаційної структури підприємства, використовуватись протягом усього процесу та технології менеджменту з метою нестандартного вирішення проблем організацій [2].

Виділяють наступні етапи креативного менеджменту[1-4]:

- 1) реалізація функцій креативного менеджменту (креативну діяльність необхідно спланувати, організувати, мотивувати осіб, що залучені для креативної діяльності, контролювати та регулювати креативні процеси).
- 2) формування або вибір методів креативного менеджменту (застосування технік розвитку креативності та методик тренування креативного мислення).
- 3) генерування, оцінювання та відбір ідей завдяки застосуванню технік креативності.

На виході внаслідок виконання усіх етапів процесу менеджменту отримують проекти реалізації інноваційних продуктів, ресурсів, методів управління тощо.

Отже, креативний менеджмент сьогодні є чинником підвищення конкурентоспроможності підприємства, який дозволяє максимально досягти цілей діяльності підприємства.

Література:

1. Божидарнік Т., Василик Н. Формування й розвиток креативного менеджменту на підприємстві. *Економіст*. 2015. № 3. С. 37–39.

2. Вартанова О. В., Шестер І. В. Креативний менеджмент як підґрунтя розвитку креативних працівників підприємства *Соціально-трудова відносина: теорія та практика*. 2013. №. 2. С. 30–34.

3. Окорський В. П., Валюх А. М. Креативний менеджмент : навч. посібник. Рівне : НУВГП, 2011. 211 с.

4. Швець Г. О. Теоретичні аспекти креативного менеджменту. *Менеджер*. 2016. №. 4. С. 54–61.

ОСНОВНІ ВІДМІННОСТІ ТИПІВ ТРУДОВИХ КОЛЕКТИВІВ ЗА РІВНЕМ МОТИВАЦІЇ

*Водолажська Т.О., к.е.н., доцент, Яцина П.А., студентка 4 курсу
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Сьогодні у теорії та практиці стратегічного управління персоналом підприємств та господарств усіх галузей народного господарства України [1-3] при розробці кадрової політики та стратегії управління персоналом (УП) широко застосовуються різноманітні класифікаційні ознаки.

Слід погодитись, що в наш час однією із найбільш затребуваних та обґрунтованих класифікаційних ознак, використовуваних при розробці стратегій УП, є саме тип трудового колективу (ТК), так як головним ресурсом та ключовою конкурентною перевагою будь-якого підприємства є власне його персонал. Разом з тим найповнішу характеристику впливу такого фактору внутрішнього середовища компанії як його культура забезпечує саме стан ТК.

Наразі в теорії та практиці стратегічного УП з питання формування стратегій УП за ознакою типу ТК є певні розробки. Для прикладу, російський вчений Г.Б. Клейнер у роботі [1] класифікував стратегії УП за ознакою типу ТК. У його праці наведено перелік видів і варіантів стратегій УП, згрупованих у вигляді 5 функціональних сегментів:

- 1) стратегія чисельності працівників;
- 2) їх взаємозамінності;
- 3) диференціації мотивації та оплати праці;
- 4) ступеню патерналізму керівництва відносно колективу;
- 5) стратегія вибору соціального типу ТК.

В рамках останнього сегменту виділено шість типів ТК та відповідних їм стратегій УП, відмінність між якими полягає у ролі керівника (суттєва, несуттєва) і характеру внутрішньокolleктивних взаємовідносин (суперництво, байдужість, співпраця).

За цієї ідеї класифікації стратегій УП враховується перелік чинників, що безпосередньо здійснюють вплив на ТК в цілому і кожного працівника окремо : розмір і соціальний тип колективу, наявність неформального лідера, ставлення до керівництва з боку підлеглих, характер взаємовідносин між членами ТК.

В сучасних умовах ринкових відносин фактор мотивації співробітників грає ключову роль у забезпеченні продуктивності та ефективності їх праці (старанності, бажанні працювати на результат), і, як наслідок, здійснює вагомий вплив на ефективність діяльності всього господарства у цілому. Тому при розробці стратегії УП за типом ТК у якості класифікаційної ознаки типу ТК дійсно доцільно застосовувати рівень мотивованості його членів.

За рівнем мотивованості до роботи виділяють виробничі колективи групи «х», групи «у» та групи «z» [2]. Для того, щоб розробити відповідну стратегію УП за цією ознакою, слід точно встановити існуючий тип ТК певного підприємства за мотиваційним рівнем. Такий процес є складним, оскільки його результати залежать переважно від суб'єктивних оцінок експертів, які її здійснюють. Тому авторами виділено основні риси, за якими достатньо точно можна віднести певний колектив до однієї із груп («х», «у», або «z») :

1) рівень мотивації (ТК групи «х» - не мотивована на роботу; ТК групи «у» - частково мотивована; ТК групи «z» - повністю мотивована на роботу);

2) склад групи (ТК групи «х» - різnorідний за віком, статтю, національністю; ТК групи «у» - створюється без врахування професійної підготовки, статі і віку робітників, з розділенням формальних і неформальних лідерів в мікрогрупах; ТК групи «z» - відносно однорідний склад робітників за віком, освітою, інтересами і мотивами діяльності);

3) рівень кваліфікації (ТК групи «х» - некваліфіковані або малокваліфіковані робітники, що мають «совкову» психологію і чітко виражену установку на мінімальну віддачу і бездіяльність; ТК групи «у» - значна частина працівників не має необхідного рівня знань і навичок для виконання поставлених завдань; ТК групи «z» - високий рівень кваліфікації);

4) рівень старанності (ТК групи «х» - старанні робітники, що потребують навчання; ТК групи «у» - достатня кількість працюючих робітників, але відсутні чітко визначені завдання і ресурсне забезпечення; ТК групи «z» - сумлінні працівники);

5) морально-психологічний клімат в колективі (ТК групи «х» - переважно добрий; ТК групи «у» - поганий (часті конфлікти, інтриги і протиріччя, оскільки переважає однакова оплата праці кращих і відсталих робітників); ТК групи «z» - добрий);

6) ефективність і результативність групи (ТК групи «х» - дуже низькі; ТК групи «у» - посередні; ТК групи «z» - високі (працівники прагнуть до самореалізації та високо оцінюють моральне заохочення)).

Отже, основні відмінності між групами («х», «у», або «z») полягають у рівні мотивації, кваліфікації, старанності працівників; складі та морально-психологічному кліматі всередині групи, а також у ефективності та результативності їх праці.

Література:

1. Клейнер Г. Б. Кадровая стратегия предприятия: систематизация и основные варианты. *Труды Вольного экономического общества*. 2009. Том № 125. М. : ВЭО. С. 1–9. URL : <https://kleiner.ru/wp-content/uploads/2014/12/Kadrovaya-strategiya-predpriyatiya.pdf>.

2. Бурковська А., Романчик М. Забезпечення конкурентоспроможності підприємств через стратегічне управління людськими ресурсами. *Agricultural and Resource Economics : International Scientific E-Journal*. 2016. Vol. 2. № 4. Р. 43–51.

3. Петрова І. Л. Стратегічне управління людськими ресурсами : навч. посібник. К. : КНЕУ, 2013. 466 с. URL : https://library.krok.edu.ua/media/library/category/navchalni-posibniki/petrova_0003.pdf.

ВПЛИВ СПЕЦИФІЧНОГО АКЦИЗНОГО ОПОДАТКУВАННЯ НА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ

*Волощук Р. Є., к.е.н., ст. викладач
Вінницький навчально-науковий інститут економіки
Західноукраїнського національного університету*

Акцизний податок займає особливе місце у податковій системі кожної держави, адже окрім значного фіскального значення, здійснює вагомий регулювальний вплив на виробництво та споживання окремих категорій товарів. В Україні акцизний податок запроваджений на товари з високою рентабельністю (алкогольні напої, тютюнові вироби, іноземні автомобілі, електрична енергія) з метою вилучення до бюджету отриманих надприбутків від виробництва таких товарів та створення приблизно однакових економічних умов господарської діяльності для всіх підприємств.

Специфічне акцизне оподаткування використовується і безпосередньо для зменшення виробництва товарів, які не вважаються необхідними. Високі ціни на підакцизні товари впливають не тільки на кількість вироблених одиниць, а й на обсяги споживання. Акцизний податок запроваджується і для впливу на кінцевих споживачів для зменшення обсягів придбання певних високорентабельних товарів, споживання якої вважається шкідливим, наприклад алкогольних напоїв і тютюнових виробів.

У теоретичному плані акцизний податок виключає можливість обмеження інтересів виробників і продавців підакцизних товарів, адже джерелом його сплати є доходи кінцевих споживачів. Однак в окремих

випадках платником акцизного податку може стати виробник або продавець, тоді джерелом його сплати стає прибуток і специфічний акциз приймає риси прямого оподаткування. Такі ситуації можуть виникнути в декількох випадках: пропозиція підакцизних товарів значно перевищує платоспроможний попит на них через перенасичення ними ринку; попит на підакцизну продукцію падає через велику частку акцизного податку у ціні, що робить товар недоступним основній масі споживачів; абсолютне або відносне зниження реальних доходів населення; неконкурентоспроможність підакцизних товарів, труднощі їхньої реалізації тощо. У будь-якому з названих випадків платникам акцизного податку доводиться або знижувати ціни шляхом зменшення витрат виробництва або прибутку, або скорочувати обсяги виробництва та реалізації. В цьому проявляється регулююча роль акцизного податку, спрямована на стримування ділової активності, стимулювання підприємств в підвищенні конкурентоспроможності підакцизної продукції та зниження витрат виробництва шляхом впровадження нової техніки, технологій тощо [1, с.54].

Збільшення цін продажу за рахунок включення до них акцизного податку призводить до зниження купівельного попиту та конкурентоспроможності підакцизної продукції, адже ціна є однією з найважливіших її складових. У свою чергу, зниження конкурентоспроможності підакцизної продукції негативно впливає на обсяг реалізації, а отже, на величину собівартості й прибутку підприємства. Акцизний податок зменшує дохід (виручку) від реалізації продукції підприємства. Послабити такий негативний вплив специфічного акцизу можна шляхом збільшення ціни, або шляхом зниження витрат. Останнє більш ефективніше, адже зменшення витрат на 1 грн збільшує прибуток теж на 1 грн, а збільшення виручки на 1 грн збільшує прибуток лише на $(1 - \text{ставка акцизного податку})$ грн.

Вплив за допомогою акцизного податку на рентабельність виробництва окремих товарів дозволяє зменшити бажання виробників до входження в такі сфери бізнесу, як виробництво спирту, алкоголю, тютюну, видобуток нафти. Ці виробництва об'єктивно мають високу рентабельність через низькі витрати та високі ринкові ціни на готову продукцію. Акцизний податок, таким чином, по-перше, акумулює до бюджету частину надприбутків, по-друге, перешкоджає концентрації економіки у даних виробничих сферах.

Акцизний податок стимулює виробництво більш якісної продукції, що здійснюється шляхом встановлення специфічних ставок цього податку. Для виробників сплата акцизного податку за фіксованої ставки з одиниці продукції є стимулом для виробництва більш дорогих виробів, поліпшення їх споживчих якостей, дизайну тощо, підвищення їх рентабельності. Для кінцевого споживача встановлення специфічних ставок означає деяке зниження ціни на більш якісні, дорогі вироби, а отже, збільшується можливість їх споживання [2, с.63].

Негативний вплив на фінансовий стан суб'єктів господарювання справляє сплата акцизного податку з ввезених підакцизних товарів на митну територію України. Суб'єкти господарювання зобов'язані сплатити акцизний податок під час митного оформлення товару, а за алкогольні та тютюнові вироби під час

придбання марок акцизного податку. Відшкодування цих коштів відбувається тільки після реалізації товарів споживачам. Отже, матиме місце іммобілізація оборотних коштів суб'єктів господарювання. Водночас варто звернути увагу на те, що в разі імпорту підакцизних товарів, як правило, не дозволяється використовувати векселі для розрахунків з бюджетом, що робить неможливим відкласти сплату акцизного податку.

Таким чином, акцизний податок є ефективним регулятором виробничої діяльності суб'єктів господарювання, він опосередковано орієнтує керівника підприємства на створення зростання прибутку шляхом зниження собівартості та підвищення ефективності виробництва. Акцизний податок здійснює негативний і позитивний вплив на діяльність підприємств, тому важливим завданням податкового регулювання діяльності суб'єктів господарювання є підсилення позитивного впливу специфічного акцизу та послаблення його негативного впливу.

Література:

1. Зарипова Н. Д. Анализ влияния налогов на результаты деятельности организаций. *Экономика, Статистика и Информатика*. 2014. №3. С. 58–63.
2. Тегетаева О. Р. Роль акцизного налогообложения в регулировании экономических процессов. *TERRA ECONOMICUS*. 2012. Т. 10. №2. Ч. 2. С. 60–64.

ВИЗНАЧЕННЯ СТРАТЕГІЇ МАРКЕТИНГУ ПЕРСОНАЛУ

*Гладка О.І., к.е.н.
Федорова В.О., к.е.н., доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній
університет*

Маркетинг персоналу – це управлінська діяльність підприємства, спрямована на одночасне задоволення його потреб у необхідному персоналі та виявлених потреб наявних та потенційних працівників шляхом утримання (або залучення) їх за допомогою комплексу заходів, що забезпечують привабливість посад / вакансій, виплат / винагород тощо. Основною метою маркетингової діяльності персоналу є забезпечення привабливості підприємства як роботодавця. Для її формування та підтримання на певному рівні на ринку праці надзвичайно важливо мати стратегію. Ця стратегія повинна враховувати очікування та потреби як потенційних, так і наявних працівників, тобто мати комплексний підхід.

Важливість застосування цього підходу при розробці стратегії маркетингу персоналу пояснюється тим, що рівень привабливості підприємства як роботодавця оцінюється не лише наявним персоналом, а й колишніми працівниками та новими заявниками / кандидатами.

Враховуючи все вищезазначене, стратегію маркетингу персоналу

пропонується розвивати у двох напрямках:

– розробка стратегії маркетингу персоналу, яка враховує інтереси потенційних працівників та формує зовнішню привабливість підприємства як роботодавця;

– розробка стратегії маркетингу персоналу, яка враховує інтереси наявних працівників та формує внутрішню привабливість підприємства як роботодавця.

Отже, стратегія маркетингу персоналу повинна поєднувати інтереси як потенційних, так і наявних працівників та визначати напрямки підвищення загального рівня привабливості підприємства як роботодавця.

Процес розробки стратегії маркетингу персоналу являє собою послідовний набір узгоджених процедур, пов'язаних з дослідженнями, аналізом та розрахунками.

Етап 1. Визначення цільової аудиторії, для якої слід розробляти стратегію маркетингу персоналу. Зміст маркетингової діяльності персоналу залежить від цільової аудиторії, для якої здійснюється діяльність. Цільову аудиторію можуть представляти як наявні, так і потенційні працівники підприємства.

Впроваджуючи внутрішній маркетинг персоналу, компанія забезпечує себе необхідними працівниками шляхом їх утримання. Тоді як зовнішній маркетинг персоналу забезпечує підприємство необхідними працівниками, залучаючи їх з зовнішнього ринку праці. Ці два типи маркетингу персоналу тісно взаємопов'язані між собою.

Компанія впроваджує заходи щодо утримання існуючого персоналу, який згодом передається через систему зв'язку на зовнішньому ринку праці потенційним працівникам як «обіцянки». Одночасно вживаються заходи щодо залучення потенційних працівників, які очікують, що компанія виконає «дані обіцянки» після того, як вони приєднаються до компанії.

Етап 2. Оцінка зовнішньої привабливості підприємства як роботодавця.

Етап 3. Оцінка внутрішньої привабливості підприємства як роботодавця.

Етап 4. Визначення узагальненого рівня привабливості підприємства як роботодавця на основі матриці, яка побудована у двовимірній площині та утворена показниками зовнішньої та внутрішньої привабливості підприємства як роботодавця. За горизонталлю позначений рівень зовнішньої привабливості підприємства як роботодавця, а за вертикаллю – рівень внутрішньої привабливості підприємства як роботодавця.

Етап 5. Визначення стратегії маркетингу персоналу. Відповідно до узагальненого рівня привабливості підприємства як роботодавця здійснюється вибір стратегії маркетингу персоналу на основі матриці.

Етап 6. Розробка заходів щодо підвищення зовнішньої та внутрішньої привабливості підприємства як роботодавця залежно від її рівня.

Впровадження розроблених заходів повинно дозволити підприємству зменшити витрати на залучення та утримання працівників, а також поліпшити якісні та кількісні показники персоналу.

ПРИНЦИПИ УПРАВЛІННЯ АКТИВАМИ ПІДПРИЄМСТВА В КОНТЕКСТІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЙОГО ФІНАНСОВОЇ СТАБІЛЬНОСТІ

*Головко О.Г., к.е.н., доцент
Харківський національний університет ім. В.Н. Каразіна
Омеляненко Д.О., фахівець з обслуговування бізнес-клієнтів
АТ «ПроКредит Банк»*

Основою забезпечення стабільного функціонування підприємств є зростання їхньої прибутковості, конкурентоспроможності, платоспроможності та ринкової цінності. Ці основні індикатори здатності підприємства до розвитку безпосередньо залежать від взаємоузгодженої та взаємопов'язаної діяльності усіх підрозділів підприємства, ефективність їх взаємодії може бути досягнута шляхом формування та застосування в практиці господарювання системи економічного управління підприємством.

Управління активами повинно відповідати певним вимогам, що накладають відбиток на саме управління і повинні обов'язково виконуватись на кожному етапі. Необхідно визначити такі найважливіші принципи управління активами [1]:

1. Управління активами має базуватись на державному підході при оцінюванні економічних процесів, явищ, результатів діяльності, тобто при управлінні необхідно враховувати відповідність державній економічній, соціальній, екологічній, міжнародній політиці та законодавству.

2. Управління має носити науковий характер, тобто базуватись на положеннях діалектичної теорії пізнання, враховувати вимоги економічних законів розвитку, використовувати досягнення НТП і передового досвіду, новітні методи економічних досліджень.

3. Управління має бути комплексним. Комплексність управління вимагає охоплення всіх ланок і сторін діяльності, всебічного вивчення причинних залежностей в діяльності банку.

4. Однією з вимог до управління є забезпечення системного підходу, коли кожний досліджуваний об'єкт розглядається як складна динамічна система, яка включає низку елементів, певним чином пов'язаних між собою і зовнішнім оточенням. Вивчення кожного об'єкта повинно здійснюватися з урахуванням всіх внутрішніх і зовнішніх зв'язків, взаємозалежності та взаємопідпорядкованості його окремих елементів.

5. Управління активами має бути об'єктивним, конкретним і точним. Воно має будуватися на достовірній, перевіреній інформації, що реально відображає об'єктивну дійсність, а висновки мають бути обґрунтовані точними аналітичними розрахунками. З цієї вимоги витікає необхідність постійного вдосконалення процесу збору та обробки інформації з метою підвищення точності і достовірності розрахунків [1].

6. Управління покликане бути дійовим, активно впливати на процес діяльності підприємства і його результати, своєчасно виявляючи недоліки,

прорахунки, упущення в роботі.

7. Єдність стратегічного (перспективного) і тактичного (поточного) планування означає відповідність тактичних планів стратегічним цілям, з метою забезпечення безперервності відповідного процесу.

8. Управління має бути оперативним. Оперативність означає вміння швидко і чітко проводити оцінювання ситуації, приймати управлінські рішення і втілювати їх в життя.

9. Управління має бути ефективним, тобто витрати на утримання управлінського персоналу мають давати багатократний ефект [2].

Для ефективного управління активами підприємств потрібна:

- адекватна інформаційна база, яка має бути достатньою та достовірною для ретельного аналізу з метою управлінського впливу;

- забезпечення єдиних методологічних принципів до організації та ведення обліку окремих складових активів, зобов'язань та капіталу, що зумовлює співставлення даних інформаційної бази;

- ефективність управлінських рішень забезпечує прозорість інформаційної бази, яка набуває особливого значення в періоди економічної кризи, корупції та нестабільності економіки [3].

Управління активами передбачає вирішення низки завдань, а саме: оптимізація виробничих запасів та запасів готової продукції; прискорення обіговості капіталу інвестованого в дебіторську заборгованість; встановлення оптимального співвідношення між темпами росту обсягів виробництва і величиною робочого капіталу, скорочення тривалості виробничого циклу, поліпшення організації матеріально-технічного забезпечення, прискорення реалізації товарної продукції та ін. Вирішення цих проблем стає можливим лише в разі раціонального управління активами підприємницької структури.

Отже, головна мета управління активами в контексті забезпечення фінансової стабільності підприємства полягає в забезпеченні їх достатності для нормального функціонування підприємства, а також в найефективнішому їх використанні в господарській діяльності. Тому для підвищення ефективності їх використання необхідна розробка цілої системи заходів, які б реалізовувались як і у внутрішньому, так і у зовнішньому середовищі підприємства.

Література:

1. Серік Ю. В. Управління оборотними активами підприємства. *Менеджмент, теорія та практика*. 2013. №4. С.70–75.

2. Репіна І. М. Варіації моделей управління активами підприємств та їх оцінювання. *Управління розвитком*. 2015. №3 (181). С.126–130.

3. Головка О. Г., Кольтюкова В. Д. Особливості управління оборотними активами підприємства. *Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики: збірник наукових праць*. Том 1. № 22. 2017. С. 172–181.

СУЧАСНА ЕКОНОМІКА ЯК СПІЛЬНОТА КОНКУРУЮЧИХ КОМПАНІЙ

*Громова О.В., к.е.н., доцент
Український державний університет залізничного транспорту*

Теоретичні основи конкуренції почали закладатися ще в період докапіталістичних формацій. Величезна заслуга в цьому належить представникам класичної політичної економії А. Сміту, Д. Рікардо та іншим відомим ученим.

Конкуренція не зводиться до простого з'ясування співвідношення сил протиборчих сторін. Бореться не сильний проти слабкого - будь це так, нечисленні надпотужні монополії дійсно витіснили б усіх інших суперників.

В реальності конкурентна боротьба будується за значно складнішою формулою.

У кожного типу фірм свої козири:

- сила у найбільших компаній-віолентів;
- гнучкість у дрібних фірм-коммутантів;
- пристосованість до особливих сегментів ринку у спеціалізованих компаній-патієнтів;
- переваги першовідкривачів - у експлерентів.

В будь-якій ситуації вирішальну перевагу дає одна з цих якостей, в інших умовах – друга.

Складна організація конкурентного співтовариства підвищує стійкість господарства до регулярно повторюваних циклічних криз. Найбільше падіння попиту під час криз надвиробництва зазвичай доводиться на масову стандартну продукцію. Найсильніше скорочується виробництво (та інтенсивніше звільняються робочі) на великих підприємствах. Масами зникають і локальні потреби, що становлять ринок дрібних фірм-коммутантів.

У такій ситуації особливої уваги набуває проблема взаємозв'язку конкуренції та якісних показників стану ринку: його насиченості різноманітними товарами і повноті асортименту у всіх його точках – від великого міста до невеликого селища.

Конкуренція на відповідних сегментах ринку набуває характеру запеклої боротьби на витіснення. Адже принцип конкурентного виключення говорить: з двох або багатьох схожих товарів, якщо вони орієнтовані на одних і тих же споживачів, що пред'являють до них однакові вимоги, на ринку зазвичай утримується тільки один (кращий).

Навпаки, незайняті сегменти ринку виключно привабливі для фірм – тут взагалі немає конкурентів, а значить можна швидко нарощувати продажі і встановлювати високі ціни (так як немає потреби в підтримці великого запасу конкурентоспроможності).

Рівномірність заповнення ринкового простору підвищує якість постачання споживачів в географічному і асортиментному плані. Так, для

конкурентного ринку не властивий різкий розрив в постачанні товарами великих центрів і периферії. Звичайно, в столиці попит покупців вищий, ніж в дрібному містечку, і тому столичний ринок - ласий шматок для постачальників.

Але саме в силу цього він приверне масу фірм і їх ніші перетнуться. Розпочнеться взаємне відштовхування конкурентів, витіснення їх частини спочатку в великі міста, а потім у все більш дрібні населені пункти.

В Україні, яка сумно відрізнялася довгі роки порожніми полицями сільських сілпо, процес вирівнювання рівня постачання різних міст і селищ прийняв дуже помітні форми.

Поліпшення постачання периферії - одне з небагатьох досягнень перших років важких (і не завжди вдалих) реформ, яке безпосередньо відчув пересічний споживач. В основі ж цього благодійного зсуву лежить тиск конкуренції, що «розштовхує» постачальників навіть у найглухіші місця, якщо вони не зайняті суперниками.

Таким чином, конкурентоспроможність є важливою характеристикою діяльності підприємства, але її підвищення не повинно ставати самоціллю. Варто орієнтуватися на те, щоб конкурентоспроможність пропозиції, наявних ресурсів і менеджменту підприємства були достатні для реалізації вибраної конкурентної стратегії та отримання бажаних результатів діяльності.

ЕКОНОМІЧНІ ВАЖЕЛІ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ТРАНСПОРТНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ

*Дмитрієва О.І., к.е.н., доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Сучасний етап розвитку глобальної світової транспортної інфраструктури, що ґрунтується на впровадженні інновацій та високих технологій, зобов'язує Україну адаптуватися до світових стандартів транспортної галузі та до формування нової, інноваційно спрямованої моделі розвитку транспортного комплексу. Невідкладним завданням державного регулювання стає підтримка створення інвестиційного клімату на підґрунтях удосконалення законодавчої бази. Враховуючи те, що транспортна галузь є базовою для економіки України, яка втілює в собі залізничну мережу, мережу автомобільних шляхів, мережу авіаційних сполучень, водні термінали, та створює умови для задоволення потреб з надання транспортних послуг і формування передумов розвитку бізнесу, необхідним постає вирішення питання щодо створення інноваційно активного транспортного комплексу України, здатного відповідати статусу регіонального транспортного HUB.

На сьогоднішній день, сучасний стан транспортної інфраструктури нашої держави відповідає стандартам Транс'європейської мережі не повною мірою, задовольняючи лише потреби економіки та населення з точки зору обсягу, але не за якісною складовою. Світові тенденції, які спрямовані на стрімке об'єднання транспортних технологій, проєктів з підвищення мобільності,

впровадження енергозберігаючого, безпечного для споживачів та навколишнього середовища транспорту, мають стати основою при формуванні державної політики в транспортній сфері. Таким чином, питання економічних важелів державного регулювання транспортної інфраструктури та аналіз особливостей забезпечення їх ефективності в умовах глобалізаційних викликів стає актуальним.

Формально державне регулювання транспортної інфраструктури в Україні здійснюється з використанням всього спектра розпорядчих та економічних методів регулювання. На практиці, розроблені і прийняті нормативно-правові документи суперечать цілям і завданням, сформульованим у транспортній стратегії, тарифна політика створює додаткові економічні бар'єри, ліцензування не вирішує проблему безпеки на транспорті і не забезпечує підвищення якості транспортних послуг, податкова політика робить участь в проєктах розвитку транспортної інфраструктури непривабливим для приватних інвесторів. Розвиток державно-приватного партнерства є, згідно Національної транспортної стратегії, пріоритетним завданням, проте надання податкових пільг інвесторам в інфраструктурні об'єкти до сих пір залишається на стадії обговорення.

Слід відмітити, що крім адміністративно-правових заходів державного регулювання транспортної інфраструктури важливе місце відіграють і економічні інструменти державного впливу, які реалізуються через вплив на процеси конкуренції на ринку транспортних послуг опосередкованість яких проявляється в процесі балансування між попитом та пропозицією.

Економічні важелі державного регулювання транспортної інфраструктури можна поділити на дві основні групи:

- пряме економічне регулювання – передбачає використання різноманітних форм безповоротного фінансування галузі та організацій (субвенції, або прямі субсидії, які включають в себе дотації та доплати з бюджетів різних рівнів на компенсацію доходів виконавцям послуг; пільгові кредити, податкові пільги

- непряме економічне регулювання - передбачає використання важелів податкової, амортизаційної, митно-тарифної політики.

До прямих економічних інструменти державного регулювання транспортної інфраструктури можна віднести:

- використання коштів податкового регулювання;
- встановлення мінімального розміру оплати праці;
- конкурентний розподіл державного та регіонального замовлення та відповідних бюджетних дотацій;
- державні замовлення на обслуговування серед приватних підприємств.

До непрямих економічних інструменти державного регулювання транспортної інфраструктури можна віднести:

- пряме встановлення цін на надавані послуги і лімітування підвищувальних коефіцієнтів, примус до виконання наданих;
- фінансування науково-дослідних розробок;

- диференційована кредитна політика;
- фінансова підтримка розвитку пасажирського транспорту бюджетами різного рівня, включаючи компенсацію пільгових поїздок через дотації, субвенції, субсидії.

Таким чином, економічне регулювання транспортної інфраструктури може мати прямий та непрямий характер. Пряме державне регулювання транспортної інфраструктури передбачає використання фінансових, податкових і бюджетних важелів, що впливають на сам процес виробництва і споживання транспортної послуги. Своєю чергою, непряме державне регулювання транспортної інфраструктури передбачає використання важелів, які впливають на економічну поведінку господарюючих суб'єктів і споживачів.

Література:

1. Обушна Н. І. Публічне управління як нова модель організації державного управління в Україні: теоретичний аспект. *Ефективність державного управління*. 2015. Вип. 44(1). С. 53–63.
2. Степанов В.Ю. Державне регулювання транспортною сферою. *Вісник Національного університету цивільного захисту України. Серія : Державне управління*. 2016. Вип. 1. С. 97–103. : сайт URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VNUCZUDU_2016_1_16

ЛОГІСТИЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ ТА ЛОГІСТИЧНА СИСТЕМА – СУТНІСТЬ, ЦІЛІ ТА ЗАДАЧІ

*Догадайло Я. В., к.е.н., доцент; Бодра Ю.А., здобувач вищої освіти
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Нині перед підприємствами гостро стоїть проблема раціонального управління поставками, виробництвом і збутом, які повинні будуватися з метою задоволення вимог споживачів за мінімальних витрат. Для цього під час формування системи менеджменту багатьох сучасних організацій все частіше використовуються нові методи і технології управління, які базуються на концепції логістики. Сферою практичної реалізації логістичної концепції та логістичного підходу виступає логістична діяльність підприємства. Така ситуація вимагає детального дослідження як сутності цього поняття, так і можливостей інтегрування теоретичних положень в побудову ефективної системи менеджменту окремих організацій.

Для того, що б забезпечити ефективність логістичної діяльності необхідно розібратись з сутністю понять логістичної діяльності та логістичної системи. Питанням логістичної системи, управління логістичної діяльності підприємства, оцінкою ефективності логістичної діяльності підприємства присвячені дослідження багатьох вчених і фахівців як зарубіжних так і вітчизняних, а саме[1-17]: Альбеков А.У., Бабій І.В., Блейхер О., Вівчар О.В., Гончар Л. А., Гой І.В., Забуранна Л.В., Зяйлик М.І., Єсенькін Б., Омельченко

И.Н., Плахута А. А., Решетнікова І. Л., Кальченко А.Г., Коніщева Н.Й., Колобов А.А. Кристофер М., Крилова М. Левкин Г.Г., М. ,Міротін Л.Б., Митько О.А. Степанов В.И., Смирнов И.Г., Сумець О.М., Трушкіна Н.В., Тюріна Н.М., Черникова С.А. Єдності думок щодо сутності поняття логістичної діяльності та логістичної системи не існує. Але, ці поняття майже завжди розглядаються паралельно різними вченими, або розглядається лише логістична діяльність або лише логістична система. Тому, існує потреба у здійсненні порівняльного аналізу сутності цих понять. Для цього було проаналізовано сімнадцять літературних джерел в результаті чого було здійснено порівняльний аналіз логістичної діяльності та логістичної системи з точки зору сутності, цілей та задач кожної.

На будь-якому підприємстві існує логістична система. Навіть якщо підприємство не має власного відділу логістики або відділу транспорту, але воно здійснює логістичну діяльність. Головне завдання логістичної діяльності полягає в тому, щоб забезпечити своєчасне і повне задоволення потреб покупців при мінімальних витратах. Чим розвиненіша логістична діяльність на підприємстві, тим нижче питомі витрати на логістику. На підставі проведених досліджень можна зробити висновок, що для управління логістичною діяльністю створюється логістична система. В свою чергу метою управління логістичною діяльністю є забезпечення та підвищення ефективності здійснення логістичної діяльності. Таким чином, логістична система є засобом (інструментом) забезпечення і підвищення ефективності здійснення логістичної діяльності на підприємстві.

Література:

1. Альбеков А. У., Митько О. А. Коммерческая логистика. Ростов-на-Дону, 2002. 416 с
2. Тюріна Н. М., Гой І. В., Бабій І. В. Логістика: навч. посібник. Київ, 2015. 392 с.
3. Блейхер О. Логистика: учеб. пособие. Томск: ТПУ, 2009. 102 с.
4. Зяйлик М. І., Вівчар О. В. Парадигма і наукова база логістичного управління. *Соціально-економічні проблеми і держава*. 2011. Вип. 1 (4). URL: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2011/11zmfblm.pdf> (дата звернення: 09.10.2020).
5. Гончар Л. А. Підвищення ефективності комерційної логістики на підприємствах роздрібно́ї торгівлі : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : 08.00.04. «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)». Полтава, 2009. 20 с.
6. Смирнов И. Г. Проблемы и методы эффективного управления в логистических системах. *Дистрибуция и логистика*. 2003. № 4. С. 6–22.
7. Степанов В. И. Логистика: учеб. пособие. Москва, 2016. 566 с.
8. Миротин Л. Б., Омельченко И. Н., Колобов А. А. Инженерная логистика: логистически-ориентированное управление жизненным циклом продукции: учеб. пособие. Москва, 2013. 644 с.

9. Решетнікова І. Л., Плахута А. А. Оперативний випереджувальний контроль виконання плану поставок у реалізації стратегії розвитку постачання на підприємстві. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. 2001. № 416. С. 335–341.
10. Черникова С. А. Основы логистики: учеб. пособие. Пермь: ИПЦ «ПрокростЪ», 2018. 240 с.
11. Левкин Г. Г. Основы логистики: учеб. пособие. Москва: Инфра-Инженерия. 2018. Изд.3. 240 с.
12. Кристофер М. Логистика и управление цепочками поставок. Питер, СПб, 2004. 316 с.
13. Heskett J. L. Logistics: Essential to Strategy *Harvard Business Review*. 1998. November - December. P. 4–11.
14. Есенькин Б., Крылова М. Логистика в книжном деле: учеб. пособие. Москва, 2002. 336 с.
15. Коніщева Н. Й., Трушкіна Н. В. Управління логістичною діяльністю промислових підприємств. *Економіка промисловості*. 2005. № 1. С. 114–123.
16. Кальченко А. Г. Основы логистики: навч. посібник. Київ, 1999. 135 с.
17. Макро- та мікрологістичні системи. *Логістика* : веб-сайт. URL: https://pidru4niki.com/72631/logistika/makro-_mikrologistichni_sistemi (дата звернення: 12.10.2020).

ОБОВ'ЯЗКОВА СКЛАДОВА МЕХАНІЗМУ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

*Догадайло Я. В., к.е.н., доцент
Національний харківський автомобільно-дорожній університет*

В теперішній час в умовах пандемії Covid-19 дуже багато підприємств знаходяться у кризі або у передкризовому стані, тому гостро потребує вирішення питання усунення та запобігання кризових явищ. Вважається, що саме антикризове управління займається нейтралізацією та попередженням кризових явищ сьогодні. У вузькому розумінні поняття «антикризове управління» розуміють, як застосування певних форм і методів в рамках процедури банкрутства. У широкому – управління під час кризи, а також попередження настання кризових явищ. Автор приєднується до думки вчених Л.О. Лігоненко, М.В. Тарасюк, О.О. Хіленко [1] про те, що антикризове управління – це спеціальне, постійно організоване управління, націлене на найбільш оперативне виявлення ознак кризового стану та створення відповідних передумов для його своєчасного подолання з метою забезпечення відновлення життєздатності окремого підприємства, недопущення виникнення ситуації його банкрутства [1]. Прибуток, будучи кінцевим результатом діяльності будь-якого підприємства, створює умови для її розширення, розвитку, самофінансування й підвищення конкурентоздатності. Тому одним з

найважливіших завдань, що стоять перед керівництвом і працівниками підприємства, є ефективне управління прибутком у процесі господарської діяльності для уникнення кризи. Саме тому в організаціях повинен бути вироблений механізм антикризового управління, що врахує особливості механізму управління прибутком та системи управління витрат, що заснована на безперервному аналізі витрат.

На підставі виявлених недоліків та переваг досліджених механізмів управління прибутком [2-5] було виявлено, що найбільш відповідним існуючим умовам господарювання сучасних підприємств є механізм розглянутий в роботі [5]. Даний механізм управління прибутком передбачає виконання всіх функцій, властивих управлінню будь-яким об'єктом: планування, організація, регулювання, мотивація, облік і аналіз, координація, контроль, стимулювання. Однак, якщо управління розглядати як процес, то як етапи організації антикризового управління доцільно виокремити планування, аналіз, регулювання та контроль. Саме таке послідовне виконання функцій управління (планування, організація, мотивація та контроль), що дозволяє досягти певного економічного ефекту. Виділено основні напрямки управління: управління доходами, витратами та використанням прибутку. На думку автора, для формування більш ефективного механізму антикризового управління необхідне чітке розмежування саме цих трьох елементів, так як кожна з форм управління має свої особливі методи. Також до складу механізму включено така складова як інструменти управління з конкретним їх переліком. Поряд зі сукупністю інструментів у межах механізму, визначено і коло важелів впливу. Недоліком є те, що до складу механізму не включаються елементи забезпечення. Автор вважає, що система забезпечення є невід'ємною складовою механізму антикризового управління підприємства, так як вона дає змогу сформувати ресурси, необхідні для вирішення завдань управління (трудові, фінансові, матеріальні, інформаційні та інші), окреслює правові і нормативні аспекти функціонування механізму антикризового управління підприємством. Тобто, до складу механізму антикризового управління включено цілі та завдання управління, а також систему організаційного, правового, ресурсного, нормативного, технічного, інформаційного забезпечення управління підприємством. Під механізмом антикризового управління розуміється сукупність взаємопов'язаних елементів, спрямованих на розробку та впровадження заходів з сучасної профілактики або запобігання кризових явищ. Для забезпечення розробки та впровадження заходів з сучасної профілактики або запобігання кризових явищ доцільно в якості обов'язкової складової механізму антикризового управління підприємством використовувати безперервний операційний аналіз (CVP-аналіз) діяльності підприємства. Реалізація якого передбачає доопрацювання таких складових механізму антикризового управління як функції (кожний елемент), форми, методи, інструменти та важелі. Операційний аналіз – це інструмент управлінського обліку, який допомагає приймати управлінські рішення шляхом вивчення залежності змін витрат, об'єму виробництва та реалізації продукції.

Операційний аналіз реалізується за методикою А. Брауна [6], який в своїй роботі описав послідовність дій проведення операційного аналізу діяльності підприємства, але без врахування безперервності здійснення.

Таким чином, була обґрунтована доцільність використання в якості обов'язкової складової механізму антикризового управління здійснення безперервного операційного аналізу. На підставі чого, був удосконалений механізм антикризового управління підприємством шляхом додавання до нього складових щодо забезпечать реалізацію безперервного CVP-аналізу діяльності підприємства та інших елементів, доцільних для використання в сучасних умовах. В подальшому планується розробити методичні основи щодо реалізації безпосередньо безперервного операційного аналізу.

Література:

- 1 Лігоненко Л. О., Тарасюк М. В., Хіленко О. О. Антикризове управління підприємством: навч. посібник. Київ, 2005. 377 с.
- 2 Ткаченко Є. Ю. Система управління прибутком підприємства. *Вісник Сумського національного аграрного університету*. 2006. № 3. С. 214–220.
- 3 Дрофа А. А., Лютая О. В. Проблемные аспекты управления прибылью предприятия. *Бизнес Информ*. 2010. С.139–142.
- 4 Гончаренко Л. Н., Кувалдина Л. Н., Метелёв И. С. Управление прибылью организаций торговли: монография. Омск: Типография «С-Принт», 2007. 148 с.
- 5 Бондарюк В. А., Міценко Н. Г. Структура економічного механізму управління прибутком. Збірник науково-технічних праць. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2012. № 22.5. С.188–194.
- 6 Браун А. Операционный анализ как подход к ценообразованию. *Корпоративный менеджмент* : веб. сайт. URL: http://afdanalyse.ru/news/operacionnyj_analiz_kak_podkhod_k_cenoobrazovaniju/2010-04-30-62.

ВПРОВАДЖЕННЯ КЛІЄНТООРІЄНТОВАНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ СФЕРИ ПОСЛУГ

*Дуднева Ю.Е., к.е.н., доцент
Котенко В.В., магістрант
Офіцерова Ю.В., магістрант
Українська інженерно-педагогічна академія, м. Харків*

Сфера послуг надзвичайно постраждала від наслідків пандемії COVID-19, локдауну та наступних карантинних заходів. Соціальне дистанціювання, обмеження на перетин кордонів, заборона масових розважальних та спортивних подій призвели до майже 50% зниження обсягу відповідних послуг. Безпрецедентний вплив має пандемія на туристичний бізнес. Наприклад, у

квітні 2020 року обсяг туристичних послуг у США знизився на 75% у порівнянні з квітнем 2019 року. Відносно позитивна ситуація склалась у сфері ІТ-послуг, які на тлі падіння всіх секторів економіки, продемонстрували навіть певний приріст – в Ірландії був зафіксований ріст на 8%, в Індії – на 1%, в Україні – на 3% [1].

За таких надзвичайно складних та несприятливих умов функціонування підприємствам сфери послуг доводиться приділяти значну увагу підсиленню власної конкурентоспроможності, у тому числі, впроваджуючи тотальну клієнтоорієнтованість. Остання має максимальну актуальність для тих ринкових сегментів, що мають створювати довгострокові взаємовідносини із клієнтами та стимулюють їх багаторазове звернення за послугою (торгівля, страхові, банківські, консультаційні організації, освітні та медичні установи, салони краси, дизайнерські студії тощо) [2].

Бізнес-процеси підприємства сфери послуг з точки зору забезпечення максимального задоволення потреб споживачів мають бути побудовані таким чином, щоб здійснювати виявлення та постійний моніторинг очікувань та запитів існуючих та потенційних клієнтів. Зниження попиту на послуги, які відчуває сервісний сектор, починаючи з березня цього року, призводить до необхідності орієнтуватись не тільки на наявних, але і на потенційних клієнтів. Продукти підприємства сфери послуг мають максимально задовольняти наявні та перспективні потреби клієнтів. Орієнтація на пошук, залучення та утримання найбільш перспективних та прибуткових для підприємства клієнтів дозволить забезпечувати високу рентабельність продажів, що, у свою чергу, позитивно впливає на конкурентоспроможність.

Клієнтоорієнтоване управління підприємством сфери послуг дозволяє йому досягти певних переваг у конкурентній боротьбі зараз та у перспективі.

Клієнтоорієнтоване підприємство забезпечує споживачу послугу, яка максимально відповідає його потребам, відповідно, задоволення від взаємодії із таким підприємством у клієнта вище. Крім того, повноцінна взаємодія із клієнтом забезпечує підприємству стратегічне продуктове лідерство.

Задоволений клієнт здійснить більшу кількість покупок послуг цього підприємства, чим підвищить загальну прибутковість діяльності останнього.

Клієнторієнтоване управління підвищує конкурентоспроможність підприємства сфери послуг через впровадження «маркетингу відносин», забезпечуючи довгострокову прихильність клієнтів.

Впровадження клієнтоорієнтованого управління підприємствами сфери послуг спирається на реалізацію відповідних принципів [3].

Ключовою компетенцією підприємства сфери послуг стає орієнтація на задоволення конкретних потреб конкретного споживача.

Взаємодія з клієнтами повинна здійснюватися не тільки в процесі безпосередньо продажу товару (послуги), але і до та після продажу (передпродажні та післяпродажні відносини). Результативність збутової діяльності залежить від процесів залучення, утримання та обслуговування клієнтів.

Робота з клієнтами не обмежується пошуком та залученням нових клієнтів. Утримання постійних клієнтів через підвищення якості обслуговування позитивно вплине на ефективність збуту, оптимізацію рекламних бюджетів тощо.

Швидкість отримання маркетингової інформації значно підвищується, якщо підприємство сфери послуг здатне використовувати нові якісні та кількісні методи генерації інформації та аналізу відповідних інформаційних потоків.

Цілі функціональних підрозділів формулюються у контексті створення цінності для клієнта.

Відповідальність за відносини з клієнтами поділяють всі підрозділи підприємства сфери послуг, для чого здійснюється взаємодія персоналу в процесі прийняття управлінських рішень. Зростає актуальність внутрішніх стандартів обслуговування клієнтів.

Література:

1. Глобальна торгівля під час коронакризи: могло бути гірше : URL: https://lb.ua/economics/2020/08/06/463343_globalna_torgivlya_pid_chas.html (дата звернення: 16.10.2020).

2. Халіна В. Ю., Васильєва Т. С. Клієнтоорієнтованість як нова парадигма ведення бізнесу. *Економіка та держава*. 2018. № 9. С. 75–78. DOI: 10.32702/2306-6806.2018.9.75.

3. Дуднєва Ю. Е., Гусаров О. О., Обиденнова Т. С. Стратегічне управління клієнтоорієнтованістю організацій сфери послуг. *Інфраструктура ринку*. 2019. № 29. С. 170–177.

МАРКЕТИНГ ТЕРИТОРІЙ У РОЗВИТКУ ОБ'ЄДНАНИХ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД

*Дуднєва Ю.Е., к.е.н., доцент
Суптело О.С., магістрант
Ракітна О.С., магістрант*

Українська інженерно-педагогічна академія, м. Харків

Процеси децентралізації, які відбуваються в Україні, перетворюють маркетинг з ефективною методологією управління комерційними структурами в інструмент просування територіальних громад з метою залучення інвестицій для розвитку. Фінансова децентралізація призвела до значного збільшення бюджетів територіальних громад. Сучасна політика регіонального розвитку створює нові можливості для регіонів в питаннях залучення інвестицій, а територіальні громади стають об'єктами для інвестування.

Маркетинг територій (який включає імідж територій, якісні та кількісні характеристики інфраструктури, привабливість території, параметри кадрового потенціалу території) стає дієвим інструментом підвищення інвестиційної

привабливості об'єднаних територіальних громад, що визначає актуальність досліджень у цій галузі. Проблеми територіального маркетингу одним з перших розглянув Ф.Котлер, зазначивши, що єдиною метою маркетингу територій є просування цінності та образу території таким чином, щоб потенційні користувачі території повною мірою усвідомлювали свої відмінні переваги, тобто відрізняли територію від інших [1].

Залученню інвестицій в економіку громади заважають об'єктивні та суб'єктивні чинники:

- відсутність комплексного системного підходу до застосування територіального маркетингу для розвитку громад;
- низький рівень мотивації внутрішніх інвесторів, відсутність механізму стимулювання таких інвестицій на рівні регіонів;
- недостатній рівень розвитку регіональної інфраструктури;
- епізодичний характер роботи з потенційними інвесторами;
- дефіцит кадрів відповідної кваліфікації, що забезпечують методичну та організаційну підтримку розробки інвестиційних пропозицій;
- недостатній рівень інформаційного забезпечення інвестиційної діяльності тощо.

У територіальному маркетингу товаром виступає:

- якість території з точки зору системи компонентів: земля, регіональна інфраструктура, якість публічних послуг тощо. Сукупність цих компонентів дають можливість користувачам середовища отримувати додаткові переваги, не тільки економічного, але і соціального характеру.

– власне територія з точки зору можливості розміщення бізнесу. Тут важливе географічне положення регіону, характеристики трудового потенціалу населення регіону, наявність та якість сировинних ресурсів, інфраструктура, рівень ділової активності, логістична доступність.

Шляхи підвищення популярності об'єднаної територіальної громади включають:

- створення та розвиток інфраструктури для залучення інвестицій (нормативно-правове регулювання, розвиток державно-приватного партнерства);
- розвиток спеціалізованого кадрового потенціалу;
- формування та управління іміджем громади;
- взаємодія з вітчизняними та іноземними донорами для отримання інвестицій тощо.

Практичний інтерес має запропонована у роботі [2] модель оцінки територіальної привабливості, яку дає змогу порівнювати різні території з точки зору потенційного інвестора.

Модель оцінки територіальної привабливості REGION включає такі елементи:

R (Resources) – ресурсний потенціал регіону (наявність, доступність якість ресурсів необхідних для певної діяльності у регіоні)

E (Expenses) – Оцінка витрат на ведення діяльності на території

G (Governance) – особливості управління територією (виборні органи, посадові особи, галузеві та адміністративні органи управління)

I (Infrastructure) – розвиток та якість інфраструктури регіону (транспорт та зв'язок, стан автомобільних доріг, наявність логістичних центрів, заклади охорони здоров'я, освіти, культури, готелі, місця відпочинку тощо)

O (Ownership advantages) – наявність переваг власності перед іншими суб'єктами території (конкурентні переваги зовнішніх до громади інвесторів перед місцевими компаніями)

N (Nature) – екологічна ситуація в регіоні.

Маркетингові дослідження територій надають змогу отримати дані, необхідні для вибору об'єкта інвестування з точки зору інвестора і дані, необхідні для залучення коштів у територіальні об'єднані громад з точки зору їх представників.

Література:

1. Котлер Ф., Асплунд К., Рейн І., Хайдер Д. Маркетинг мест: привлечение инвестиций, предприятий, жителей и туристов в города, коммуны, регионы и страны Европы. СПб.: Стокгольмская школа экономики, 2005. 390 с.

2. Смерічевський С. Ф., Сібрук В. Л. Стратегічні аспекти маркетингу територій в умовах децентралізації управління України. *Причорноморські економічні студії*. 2018. Випуск 26–2. С. 55–59.

СТРУКТУРОВАНІЙ HR СТАРТАПІВ: ОСНОВНІ ПРІОРИТЕТИ

Іванченко Г.В., к.е.н., доцент

Іванченко А.В.

Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ

Малі та середні підприємства, а також стартапи залежать від гнучкої бізнес-культури. Це означає, що вони повинні вміти швидко долати проблеми та вирішувати завдання, які виникають. Проте, як правило, керівники стартапів не надають пріоритету HR менеджменту та практикам рекрутингу, тим самим ставлячи під загрозу гнучкість та інноваційність компанії.

Неструктурований HR та рекрутингові процеси здатні створювати плутанину, сприяють токсичним робочим стосункам і негативно впливають на моральний стан співробітників, а також на утримання працівників. Розвиток активної функції HR у бізнесі, навпаки, показує, що керівник цінує своїх співробітників та їх роботу на підприємстві.

Впровадження структурованого HR для стартап проектів допомагає отримати такі переваги:

– виписувати точні назви посад та описи, які спонукають кваліфікованих кандидатів подати заявку;

– проводити неупереджені співбесіди, які оцінюють кандидата за попередньо визначеними критеріями;

- дотримуватися вимог трудового законодавства;
- розвивати та утримувати співробітників;
- сформувати справедливу систему мотивації персоналу;
- «правильно розставляти» кадри, що дозволяє сформувати систему управління, яка спрямована на підготовку вузькоспеціалізованих високопрофесійних менеджерів;
- розробити політику посилення взаємозв'язків та уникнення конфліктів;
- підвищити продуктивність праці;
- сформувати ефективну корпоративну культуру.

Управління персоналом стартапу має відобразитися у діяльності HR-відділу, основною цінністю якого має стати гнучкість та креативність. З метою забезпечення ефективності управління персоналом стартапу HR-спеціалістам необхідно:

- сформувати правила особистого спілкування, щоб усунути непорозуміння;
- проводити послідовну політику регулювання усіх аспектів службового життя працівника;
- впровадити систему корпоративних цінностей стартап-компанії;
- розробити нормативні документи, що відображають підходи до нарахування та виплати за листками тимчасової втрати працездатності, оплати понаднормово відпрацьованого часу, роботи у вихідні дні тощо.

Для впровадження структурованого HR менеджменту керівнику стартапу важливо вжити такі заходи:

1. Наймати потрібний персонал - це працівники, які відображають культуру роботи компанії, можуть виконувати функції координаторів кадрів та рекрутерів.

2. Заохочувати активне залучення кадрів, тобто зустрічі з працівниками віч-на-віч, для того щоб зрозуміти, що рухає залученням співробітників, розвиває почуття довіри у персоналу.

3. Розширити можливості HR-спеціалістів, з метою активного впровадження корпоративної культури, вимірювання залучення працівників, посилення конкурентоспроможності компанії щодо премій, пільг та компенсацій.

4. Впроваджувати програмне забезпечення для управління персоналом, з упорядкування системи управління персоналом, а саме інструменти пошуку, системи відстеження заявників

Отже, впровадження структурованого HR стартапів дозволить створити ефективну систему найму, адаптації, навчання, розвитку кадрів, сприятиме формуванню «правильної» кадрової політики компанії, підвищить лояльність співробітників.

Література:

1. Gloor, P. A., Dorsaz, P., & Fuehres, H. Analyzing success of startup entrepreneurs by measuring their social network distance to a business networking

hub. In *Proceedings 3rd international conference on collaborative innovation networks coins*, Basel, 2011, P. 8–10.

2. Rogers, E., & Paul, J. Strategic people practices in startup organizations. *People & Strategy*, 2018, 41(3), P. 32–36.

3. Surywanshi, A. A study on HR challenges in startup companies. *ZENITH International Journal of Multidisciplinary Research*, 2013, 3(9), P. 39–45.

ПРОБЛЕМИ АДАПТАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ В СУЧАСНИХ ОРГАНІЗАЦІЯХ

Кононенко Я. В., к.е.н., доцент

*Українська інженерно-педагогічна академія,
м. Харків*

Юрченко О. В., к.е.н., ст. викладач

*Сумський національний аграрний університет,
м. Суми*

Сучасний розвиток організацій в умовах цифровізації вимагає постійного удосконалення, що призводить до змін критеріїв відповідності персоналу. Професійний розвиток та адаптація персоналу являється базисом для подальшої діяльності організацій, тому що саме з адаптації починається процес взаємодії можливостей та інтересів нового працівника й організації.

Термін «адаптація» походить від лат. *adapto* - «приспосовую», що перейшов із біології до низки соціальних та технічних наук та означає процес пристосування до мінливих умов зовнішнього середовища.

Характеризуючи кадровий потенціал організації, можна виділити його кількісні та якісні характеристики. Види адаптації різняться відповідно до ознаки, яка використовується: 1) за наявністю досвіду роботи; 2) за змістом інформації: професійна, організаційна, соціально-психологічна, культурно-побутова, психофізіологічна; 3) за напрямками: виробнича та невиробнича; 4) за характером поведінки людини (адаптації): активна, пасивна; 5) за результатами адаптації: прогресивні зміни; регресивні (небажані) зміни) [1].

Вважаємо, що для організації процесу керованої адаптації персоналу необхідно розробити «Положення про адаптацію працівників» з метою залучення та мотивації колективу до її реалізації та прийняття відповідальності за виконання спільно ухваленого рішення стосовно супроводу трудової діяльності працівників.

Основними учасниками програми адаптації мають бути: фахівець служби персоналу (кадрів), безпосередній керівник, наставник та ін. За програмою, фахівець служби персоналу, крім виконання звичних завдань, має надати всі інформаційні матеріали, які можуть знадобитися працівникові, у вигляді «Папки новачка», яка дасть йому змогу ідентифікувати себе вже як члена колективу [1].

Особистості, яка вийшла зі стін вищого закладу освіти, бути ефективним і успішним на першій роботі, тобто психологічно адаптуватись до нових умов

професійного середовища, допоможуть такі правила: по-перше, розібратися з тим, що вмєш робити; по-друге, визначити свою мету та розробити план дій; по-третє, озброїтися відповідними засобами досягнення мети (знаннями, вміннями, навичками) [2, с. 20].

Також акцентуємо увагу на закордонному досвіді процесу адаптації персоналу. Еволюція ставлення до професійної адаптації персоналу у розвинутих країнах умовно поділена на три періоди: індустріальний, постіндустріальний та інноваційний. Ця періодизація є обов'язковим аналітичним підґрунтям для розвитку професійної адаптації персоналу, оскільки допомагає уникнути помилок, які вже допущені підприємствами у минулому. Вчені визначають, наприклад, незмінні вже протягом багатьох років проблеми управління трудовими ресурсами у США, прямо пов'язані з професійною адаптацією, а саме: розрив між стратегічними рішеннями і заходами з управління людьми; відсутність матеріальної оцінки ефективності управління людьми; неналежна інтернаціоналізація професійної підготовки. Такі проблеми спостерігають не тільки у США, а й у багатьох країнах із прогресивним менеджментом персоналу [2, с. 136-137].

Доцільно узагальнити істотні проблеми розвитку професійної адаптації загалом: - цілі підприємства формуються без урахування перспектив їх сумісності з професійною адаптацією персоналу щодо задоволення інтересів; - відсутність обґрунтування моделі визначення результатів професійної адаптації; - окремі напрями професійної адаптації персоналу занадто пов'язані з національною культурою (менталітет, віросповідання, традиції), що перешкоджає її універсалізації; - розмите уявлення учасників професійної адаптації про проміжні цілі цього процесу і, як наслідок цього, – важче контролювати її здійснення [2; 3].

Також процес управління адаптацією персоналу в організаціях недостатньо серйозно сприймається керівництвом, а деякі підприємства не мають навіть базових адаптаційних програм [4]. На вітчизняних підприємствах, програма адаптації персоналу може виконуватись не в повному обсязі, процес зводиться лише до наставництва [5].

В нашій країні процес адаптації в більшості компаній не сприймається як важливий та значимий елемент загальної системи управління. Таким чином, використовуючи зарубіжний досвід, сучасні прийоми та методи, менеджерам необхідно розробляти та запроваджувати програму адаптації з урахуванням особливостей організації та конкретного працівника задля підвищення економічної ефективності та удосконалення власної діяльності.

Література:

1. Дмитрук О. В., Свінцицька О.М. Управління адаптацією персоналу закладів охорони здоров'я в нових умовах господарювання. *Економіка та управління підприємством*. 2018. Вип. 5 (10). С. 182–186.

2. Скібіцький О. М. Розгляд окремих теоретичних питань управління людським потенціалом. URL:

http://econa.org.ua/index.php/econa/article/download/650/pdf_268. (дата звернення: 07.10.2020).

3. Shanahan, A., Sheehan, T. (2020), Creating community through cohort learning: A training model for youth development professionals. *Journal of Youth Development* 15(1), P. 79–93.

4. Галус О. М. Професійна адаптація студентів в умовах ступеневого педагогічного ВНЗ : монографія. Хмельницький : ХГПА, 2007. 473 с.

5. Деля О. Ефективна комунікація в управлінні персоналом. *Соціально-економічні проблеми і держава*. 2012. Вип. 1 (6). С. 36–40. URL: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2012/12dovvup.pdf>. (дата звернення: 07.10.2020).

ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ЛОГІСТИЧНОГО ПІДХОДУ В КАДРОВОМУ МЕНЕДЖМЕНТІ

*Криворучко О.М., д.е.н., професор
Харківський національний автомобільно-дорожній
університет*

Розвиток логістичного підходу набуває поширення у різних сферах функціонування та управління підприємством. Кадровий менеджмент також в сучасній практиці використовує принципи, підходи, методи логістики. Так, питання забезпечення оптимальної чисельності персоналу, відповідності кадрового ресурсу завданням підприємства тощо ефективно можна вирішити за допомогою логістичного підходу або кадрової логістики.

Проблеми кадрової логістики розглядаються окремо в економіці праці, управлінні персоналом, логістиці. Розрізнені дослідження, що проводяться в різних галузях, не дозволяють в повній мірі ефективно реалізовувати можливості логістичного підходу до кадрового менеджменту. Враховуючи, що логістика є науково-практичним напрямом управління та оптимізації логістичних потоків для досягнення оперативних, тактичних та стратегічних цілей в певній логістичній системі; передбачає оптимізацію та раціоналізацію логістичних потоків, надамо наступне визначення кадровій логістиці.

На нашу думку, кадрова логістика – це процес оптимізації та раціоналізації кадрових потоків з метою їх узгодження з іншими логістичними потоками логістичної системи для підвищення ефективності забезпечення та використання кадрового ресурсу.

Відмінність логістичного підходу до кадрового менеджменту від традиційного підходу полягає у комплексному вирішенні завдань щодо забезпечення підприємства необхідними кадрами певної кваліфікації в необхідний термін (враховуючи потребу підприємства в теперішній та майбутні періоди часу), в необхідній кількості та у потрібному місці (для виконання відповідних видів робіт) з вигідними для підприємства витратами (на оплату праці та інші витрати на утримання персоналу).

Кадрова логістика спрямована на забезпечення оптимального балансу між вхідним і вихідним потоками з метою розвитку кадрового потенціалу відповідно до розвитку підприємства. Оптимізація вхідних потоків пов'язана з реалізацією наступних функцій кадрового менеджменту: аналіз забезпеченості кадрами, планування чисельності персоналу, добір та відбір персоналу, прийом на роботу, адаптація. На оптимізацію внутрішніх кадрових потоків спрямовані такі функції: організація робочих місць, оцінювання затрат і результатів праці, мотивація кадрів, навчання та розвиток персоналу та формування культури й іміджу підприємства.

Логістика вихідних кадрових потоків пов'язана з лізингом кадрів, скороченням (або звільненням) персоналу.

Реалізація функцій кадрового менеджменту потребує створення та функціонування певної системи. Створення логістичної кадрової системи є запорукою ефективного управління кадровими потоками підприємства. Логістична кадрова система, як логістичні системи, складається із взаємодіючих елементів, які пов'язані між собою, взаємодіють із логістичними кадровими підсистемами на різних рівнях та відчують на собі вплив факторів зовнішнього персонал-середовища.

При створенні логістичної кадрової системи необхідно базуватися на наступних основних положеннях:

- об'єктом логістичного кадрового менеджменту є кадрові потоки підприємства, а предметом - процес оптимізації кадрових потоків;
- оптимізація кадрових потоків є наскрізною та відбувається з позиції єдиного цілого, як системи, тобто недоцільно розглядати окремі ланки кадрового потоку, потрібно враховувати увесь кадровий ланцюг;
- усі оптимізаційні рішення необхідно узгоджувати із загальною стратегією підприємства.

Система кадрової логістики представляється у вигляді сукупності трьох підсистем [4, с. 5-17]: управління вхідними кадровими потоками, внутрішніми кадровими потоками та управління вихідними кадровими потоками.

Основними відмінностями такої системи є: по-перше, кадрові потоки розглядаються від підприємства як постачальника роботи до споживача (потенційного або наявного персоналу або персоналу, що звільнюється). По-друге, при визначенні змісту системи використовуються основні функції управління (планування, організація, розвиток, мотивація і контроль персоналу). По-третє, до складових системи включено елемент "інформаційна, організаційна та психологічна підтримка". По-четверте, враховується, що оптимізація кадрових потоків ґрунтується на певній сукупності вихідних положень: кадрова система розглядається як складна система, що має низку підсистем; кожна підсистема володіє власним критерієм оптимальності, що відбиває її внутрішні (іманентні) інтереси; функціонування структури є процесом взаємодії цих підсистем.

Література:

1. Мельникова К. В. Кадрова логістика в системі сучасного управління трудовими ресурсами. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. Серія «Економічні науки». 2016. Вип. 17. Частина 3. С. 58 – 60.
2. Мішина С. В., Мішин О. Ю. Науково-теоретичні засади впровадження кадрової логістики в сфері соціальної роботи. URL: <http://www.repository.hneu.edu.ua/bitstream/123456789/18078/1/>.
3. Гармаш С. В. Обґрунтування необхідності застосування логістичного підходу в системі управління персоналом підприємства. *Вісник НТУ «ХП»*. 2014. № 65 (1107). С. 165 – 170.
4. Криворучко О. М. Логістичний підхід до управління персоналом підприємства. *Економіка транспортного комплексу*. 2020. Вип. 35. С. 5 – 17.

СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ОЦІНЮВАННЯ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА

*Матусова О.М., к.е.н., доцент
Київський національний торговельно-економічний університет*

В сучасних умовах розвитку економіки України, впливу низки глобальних процесів та глобальних загроз (наприклад, нестабільність світової валютної системи, флуктуації ціни на ринку нафти, глобальні катастрофи, світові фінансові кризи, пандемія COVID-19) перед власниками бізнесу постає нагальне питання як забезпечити розвиток підприємства в умовах турбулентності, які чинники можуть сприяти втриманню підприємства на плаву, які напрями діяльності є найбільш конкурентоспроможними та як вчасно виявити власні переваги.

Такі аспекти важливі в повсякденній діяльності будь-якого підприємства і власники бізнесу у вирішенні цих питань, зазвичай, або покладаються на консультації фахівців-співробітників, які обізнані з особливостями роботи підприємства, або звертаються до фахових фінансових аналітиків та представників аудиторського бізнесу. Проте в умовах постійних флуктуацій власники і керівники підприємств потребують сучасних засобів забезпечення виважених стратегічних рішень, які б дозволяли збалансувати витрати із фаховістю отримання консультаційних послуг.

Визначені чинники зумовлюють необхідність формування нової системи фінансової аналітики на підприємстві, в основі якої заходиться традиційне оцінювання фінансового стану підприємства. Аналіз фінансового стану підприємства в цьому контексті виступає потужним інструментом, що може допомогти вирішити окреслені проблеми, оскільки:

- базується на актуальних даних про діяльність підприємства;
- відображає взаємозв'язок всіх основних видів діяльності (операційна, інвестиційна, фінансова);
- дозволяє порівнювати певні результативні показники із

середньогалузевими і найближчими конкурентами;

- має визначені нормативи, що допомагають швидко ідентифікувати відхилення і реагувати на них;
- сприяє діагностиці загроз, ідентифікації впливу ризиків (невизначеності) на діяльність підприємства;
- надає змогу прослідкувати наскрізну залежність між змінами певних первинних показників і змінами результативних;
- не дивлячись на його певну усталеність і, в деякій мірі, навіть вже академічність, надає широке поле для побудови специфічних аналітичних моделей, що враховують особливості кожного конкретного підприємства.

Система аналізу фінансового стану підприємства не може ефективно функціонувати відокремлено від інших систем управління на підприємстві. Вона потребує залучення персоналу підприємства з різних економіко-аналітичних підрозділів. Відповідно до сучасних тенденцій в розвитку компаній із високою вартістю (головним чином, транснаціональних корпорацій), чіткий розподіл функцій між департаментами робить підприємство менш конкурентоспроможним ніж делегування певних функцій і відповідальності декільком аналітичним департаментам з різною економічною спеціалізацією, залученим до оцінювання фінансового стану підприємства.

Кожен менеджер з певною кваліфікацією за рахунок кращого розуміння специфіки процесів свого аналітичного відділу і можливих змін в них може надати більш доцільну фахову консультацію щодо обґрунтування результативних показників аналізу фінансового стану підприємства. Він може допомогти фінансово-аналітичному департаменту сформулювати більш широкий погляд на ситуацію фінансового стану.

Щодо процедури аналізу фінансового стану підприємства можна виділити два підходи до формування інформаційної бази аналізу: традиційний (класичний) і комплексний. Традиційний підхід передбачає використання офіційної бухгалтерсько-фінансової звітності підприємства, що наразі відповідає міжнародним стандартам обліку та звітності. Кожна з форм фінансової звітності надає змогу отримати загальне уявлення про фінансовий стан підприємства [1]. Комплексний підхід до формування інформаційної бази з аналізу фінансового стану підприємства відображає сучасний погляд на надання інформації про всю сукупність даних, що характеризують фінансовий стан підприємства враховуючи умови невизначеності, ризику та можливої кризової ситуації. Він, крім фінансової звітності, враховує офіційну статистичну інформацію про макроекономічну ситуацію, показники розвитку галузі, фінансову звітність конкурентів, звіти консалтингових компаній (в т.ч. і прогностичні), а також ретроспективну базу аналітичних звітів про фінансовий стан самого підприємства.

В залежності від мети здійснення аналіз фінансового стану підприємства можна поділити на:

- інформаційний полягає в структуруванні, акумуляції та систематизації показників фінансового стану на підставі офіційної фінансової звітності;

- поточний – постійне обстеження фінансового стану в динаміці;
- кризовий полягає в оцінці можливості виникнення кризової ситуації і дозволяє визначити її особливості, фактори розвитку, сферу впливу та можливі шляхи подолання.

Напрямки аналізу фінансового стану підприємства можуть використовуватися як окремо, так і в сукупності, в різних комбінаціях і навіть з можливістю виведення унікальних (розрахованих лише на специфіку підприємства) інтегральних показників.

Література:

1. Про затвердження Національного положення бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» Міністерство фінансів України Наказ 07.02.2013 №73. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13> (дата звернення: 22.10.2020).

ВПЛИВ ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ НА ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ ТРУДОВОЇ МОТИВАЦІЇ ТА МОТИВАЦІЙНИЙ МЕХАНІЗМ

*Можайкіна Н.В., к.е.н., доцент
Харківський національний університет міського господарства
імені О. М. Бекетова, м. Харків*

Глобалізаційні процеси, зростаюча міжнародна конкуренція на світових ринках обумовлюють необхідність високої ефективності національних підприємств та української економіки в цілому. Відбувається формування нового технологічного укладу, що неминуче веде до зміни соціально-трудових відносин та необхідності акцентувати увагу на процесі формування трудової мотивації. Вирішення завдань посилення трудової мотивації пов'язано з проблемою створення дієвого мотиваційного механізму, під яким розуміється система економічних, соціально-психологічних, адміністративних і правових методів впливу на спонукальні мотиви трудової поведінки працівника, групи людей, колективів з метою розвитку внутрішньої потреби у працівників в більш ефективній трудовій віддачі.

Досвід мотивації до праці провідних корпорацій США та інших високорозвинених країн свідчить, що об'єктивною необхідністю, стосовно до сучасного етапу розвитку, є використання в корпоративному менеджменті концепції комплексної (системної) мотивації, що дозволяє забезпечити цілеспрямоване посилення спонукальних мотивів до високопродуктивної діяльності, більш повне залучення працівників в процес підвищення ефективності виробництва і поступове нарощування конкурентних переваг підприємства.

З огляду на це формування комплексної мотивації персоналу рекомендують здійснювати за двома напрямками: розвиток соціально-економічних процесів, що відбивають систему багатоаспектної оцінки якостей і

результатів діяльності персоналу; розвиток системи обліку та динаміки мотиваційних характеристик поведінки особистості, групи, колективу.

Треба зазначити, що оцінка працівника – це встановлення відповідності якості його праці і особистісних особливостей певним критеріям. Вона виконує мотивуючу і орієнтуючу функції. Мотивуюча функція полягає в тому, що вона, породжуючи в людині вболівання успіху або невдачі, підтверджуючи правильність або неправильність вибраної лінії поведінки, спонукає його до посилення діяльності в певному напрямку. Орієнтуюча функція проявляється в тому, що кожен працівник через оцінку усвідомлює себе, своє становище і поведінку, отримує можливість визначити напрямок своєї подальшої поведінки.

Система моніторингу мотивації трудової діяльності повинна базуватися на наступних принципах: системність – склад набору оціночних показників для кожного напрямку трудової мотивації; комплексність – отримання і обробка соціально-економічної, соціологічної, психологічної інформації, що характеризує стан і зміна в мотивації праці; аналітичність – аналіз основних причин змін стану трудової діяльності з урахуванням впливу як внутрішніх, так і зовнішніх факторів; періодичність – регулярне поповнення інформаційної бази, необхідної для розробки ключових характеристик мотивації праці; виробничо-територіальний підхід – досягнення оптимального єднання виробничих і територіальних принципів продовження моніторингу.

Оцінка на рівні стратегії виконує такі основні завдання: підвищує ефективність організації виробництва, оптимально використовуючи людські ресурси; виявляє співробітників, здатних виконувати більш відповідальну роботу, і дозволяє їм реалізувати свій потенціал; допомагає вдосконаленню співробітників з урахуванням їх потреб, спонукальних мотивів і обдарувань, заохочує прагнення до професійного зростання; сприяє підвищенню заробітної плати з тим, щоб привести її у відповідність із збільшеним професійним рівнем.

Завдання оцінки на рівні тактики зводяться до наступного:

- підвищувати задоволеність, зацікавленість і вмотивованість працівників;
- сприяти грамотному підбору і розстановки кадрів;
- раціоналізувати прийоми і методи роботи управлінських процедур;
- удосконалювати плани і програми підвищення кваліфікації кадрів;
- оцінювати ефективність навчання персоналу;
- оцінювати ефективність роботи певних працівників і колективів у цілому;
- прогнозувати і планувати трудову кар'єру;
- вносити зміни в систему оплати і стимулювання праці.

Слід зазначити, що у практиці управління виділяють два види оцінки – зовнішню і самооцінку. Зовнішня оцінка здійснюється керівниками, колегами, підлеглими і експертами (консультантами). Предметом оцінки персоналу може виступати трудова діяльність, мотивація, взаємодії та особисті якості працівників. Самооцінка пов'язана з встановленням працівником свого місця в системі відносин з іншими людьми і має емоційний характер, заснований на

представленні людини про власні переваги і недоліки. Знижена самооцінка індивіда зазвичай призводить до невпевненості в роботі, зниження ініціативи і творчої активності. Завищена самооцінка (особливо в поєднанні з низьким професійним рівнем) нерідко обумовлює зриви в роботі і порушення гармонії у відносинах з колегами. Систему оцінки необхідно використовувати не тільки для визначення результативності праці і особистих якостей працівників фірм і підприємств, а й при відборі кадрів. В умовах жорсткої конкуренції, коли з великої кількості претендентів на посаду роботодавцю слід вибрати найбільш підходящих.

Грамотні рішення при відборі персоналу призводять до підвищення ефективності праці, поліпшення міжособистісних відносин в колективі, зниження плинності кадрів, підвищення зацікавленості в посиленні і вмотивованості персоналу.

ОРГАНІЗАЦІЙНА СТРУКТУРА СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦТВА

Наливайко Т.Л., аспірант

Харківський національний університет будівництва та архітектури

Дослідження семантики та етимології слова «структура» (structura) свідчить, що воно має латинське походження та означає - побудова, розміщення. Згідно Академічного словника української мови, структура розуміється як «взаєморозміщення та взаємозв'язок складових частин цілого; будова; устрій, організація чого-небудь» [1]. Кошельник В.М. вважає, що структура «відображає побудову і внутрішню форму системи» та «встановлює внутрішньосистемний порядок, форму організаційних відносин і елементів» [2].

У вітчизняній науковій та навчальній літературі, де представлені дослідження стосовно організаційних структур, використовуються схожі поняття «організаційна структура» (ОС), «структура управління організацією», «організаційна структура управління» (ОСУ). Зауважимо, що під час дефініції даної категорії, виникає питання щодо прив'язаності її до чогось. Найчастіше це – підприємство, компанія, корпорація або управління.

В економічному енциклопедичному словнику розмежовані поняття організаційна структура компанії та організаційна структура управління. Дані категорії є пов'язані між собою і ОСУ «є системою розподілу функціональних прав і обов'язків, між органами управління та управлінським персоналом, а отже, механізмом реалізації взаємодії структури компанії» [3].

На думку [4] «організаційна структура представляє собою конструкцію підприємства з формальним чи неформальним вираженням, на основі якої здійснюється управління ним. Вона охоплює канали влади і комунікації між різними адміністративними службами та працівниками, а також потік інформації, яка передається цими каналами». Дане трактування більш широко розглядає організаційну структуру, враховуючи формальний чи неформальний характер, а також говорячи про ОС як основу, передумову управління.

На законодавчому рівні в Господарському Кодексі України, ст. 64 [5] «Організаційна структура підприємства» вказано, що «підприємство може складатися з виробничих структурних підрозділів (виробництв, цехів, відділень, дільниць, бригад, бюро, лабораторій тощо), а також функціональних структурних підрозділів апарату управління (управлінь, відділів, бюро, служб тощо)». Виходячи з вищенаведеного, організаційна структура підприємства представляє собою сукупність виробничих та управлінських структурних підрозділів. Там же вказано, що «підприємство самостійно визначає свою організаційну структуру, встановлює чисельність працівників і штатний розпис».

Якщо враховувати вітчизняне нормативно-правове поле, то відмічаємо відсутність чіткої обов'язковості формування організаційної структури та її затвердження, але, за роз'ясненням Мінпраці в листі № 162 [6] формування штатного розпису є обов'язковим для суб'єктів господарювання, які використовують найману працю, а його формування здійснюється на основі організаційної структури, чисельності та Положення про оплату праці, які відносяться до внутрішніх організаційно-нормативних документів підприємства.

Отже, наявність організаційної структури є базисом для формування штатного розпису, який є обов'язковим в діяльності суб'єктів господарювання, що відповідно, зобов'язує розробляти та затверджувати організаційну структуру.

Література:

1. Академічний тлумачний словник (1970–1980). URL: <http://sum.in.ua/s/struktura> (дата звернення: 15.09.2020).
2. Кошельник В. М. Особливості формування і розвитку організаційних структур управління підприємством у ринкових умовах. *Формування ринкової економіки*, 2009. Спец. Випуск. С. 386–393.
3. Економічний енциклопедичний словник. URL: <https://subject.com.ua/economic/slovník/5041.html> (дата звернення: 15.09.2020).
4. Кармінська-Белоброва М. В. Організаційні структури управління підприємством. *Бізнес Інформ*, 2012. № 12. С. 192–195.
5. Господарський кодекс України Електронний ресурс. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15#Text> (дата звернення: 15.09.2020).
6. Складаємо штатний розпис на підприємстві. URL: https://i.factor.ua/ukr/journals/nibu/2008/october/issue-82/article-51477.html?wn=google_ads_iframe_%2F141806220%2FiFactor_top_bnr_0&r1= (дата звернення: 15.09.2020).

ОСОБЛИВОСТІ ПРОЦЕСУ УПРАВЛІННЯ МІЖНАРОДНОЮ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Нікітіна А.В., к.е.н., доцент, доцент кафедри міжнародної економіки та менеджменту ЗЕД

Харківський національний економічний університет ім. Семена Кузнеця

Недяк А.Р., магістрант 2-го року навчання

Харківський національний економічний університет ім. Семена Кузнеця

Конкурентоспроможність підприємства є однією з найважливіших категорій ринкової економіки і характеризує можливість та ефективність адаптації підприємства до умов конкурентного середовища. У зв'язку з цим обґрунтування підходів до її дослідження з метою наступної розробки системи заходів для зміцнення позиції та досягнення конкурентних переваг підприємства є актуальним.

Питанням підвищення конкурентоспроможності на різних рівнях присвячено чимало ґрунтовних наукових праць в українській і світовій економічній науці. Вагомий внесок в розробку цього напрямку науки здійснили такі відомі українські науковці, як Л. Антонюк, О. Білорус, В. Гальчинський, В. Геєць, В. Дергачова, О. Кузьмін, Ю. Пахомов та інші. У зарубіжній науковій літературі дана проблематика висвітлювалась в працях І. Ансоффа, Дж. К. Грейсона, Ю. Іванова й інших.

Конкурентоспроможність в цьому контексті стає головним показником виміру здатності підприємства задовольняти потреби покупців, отримувати прибуток та ефективно функціонувати у майбутньому. За допомогою конкурентоспроможності підприємство забезпечує власну економічну безпеку, виживає у складному і швидко мінливому середовищі, та має передумови до ефективного функціонування у майбутньому.

Конкурентоспроможність – це комплексна характеристика здатності суб'єкта господарювання ефективно конкурувати на ринку за умови зростання конкурентного потенціалу [1]. Ключовими особливостями конкурентоспроможності підприємства як економічної категорії є: порівняльний характер (відносна оцінка); короткострокові та довгострокові складові; залежність від конкурентоспроможності товару; залежність від ефективності функціонування підприємства [2].

Можливість підприємства конкурувати на певному ринку безпосередньо залежить від конкурентоспроможності продукції і сукупності економічних методів діяльності фірми. Таким чином, необхідність оцінки конкурентоспроможності підприємства обумовлена тим, що виробник може самостійно оцінити свою реальну й потенційну здатність проектувати, виготовляти, реалізовувати, економічно й матеріально забезпечувати, обслуговувати виготовлену продукцію.

Під управління конкурентоспроможністю міжнародною конкурентоспроможністю варто розуміти процес планування, забезпечення,

підтримання необхідного рівня та підвищення конкурентоспроможності за допомогою зконцентрованого впливу на чинники та умови як зовнішнього так і внутрішнього середовища, що формують конкурентоспроможність.

Метою управління міжнародною конкурентоспроможністю суб'єкта господарювання є процес формування та реалізації системи управлінських рішень, які направлені на підвищення конкурентних переваг підприємства і результатів діяльності в умовах міжнародного ринку. Пріоритетність зміни чинників конкурентоспроможності продукції залежить від рівня соціально-економічного розвитку суспільства, характеристик ринків збуту продукції, світових циклів розвитку, вимог потенційних споживачів та можливостей виробників [3].

Механізм управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства базується на таких положеннях:

- системна природа й факторне різноманіття конкурентоспроможності підприємства обумовлюють концептуальну важливість синтезу її управлінських моделей із багаторівневим ієрархічним механізмом продукування рішень;
- в умовах глобальної конкуренції об'єктивно необхідним є комплексне узгодження інтересів і цілей та інтегрування потенціалів державного і корпоративного рівнів управління конкурентоспроможністю підприємства;
- керуюча система управління конкурентоспроможністю підприємства є єдиним розпізнавально-адаптивним комплексом із послідовним зниженням невизначеності у продукуванні рішень, зростанням інформаційної потужності та глибини адаптації;
- дієвість системи управління конкурентоспроможністю підприємства забезпечує нарощування різноманітності її координатора та формування модуля вибору зі спеціалізованою базою даних (прецедентів);
- оперативне корегування процесу управління конкурентоспроможністю підприємства забезпечується множиною зворотних зв'язків, що охоплюють усі рівні управління.

На сучасному етапі розвитку світогосподарських процесів чіткою є тенденція прогресуючої інституціоналізації конкурентоспроможності підприємства із формуванням різних її інституційних моделей і конфігурацій, що істотно модифікує якісний зміст об'єкта управління та механізм зміни його станів і обумовлює потребу синтезу системи управління конкурентоспроможністю підприємства з інтегрованим використанням потенціалів державного та корпоративного рівнів управління.

Література:

1. Гринько Т. В. Механізм формування конкурентоспроможності вітчизняних підприємств на міжнародних ринках. Кривий Ріг: Видавничий дім, 2005. 324 с.
2. Білорус О., Мацейко Ю. Конкурентоспроможність у сучасному глобальному світі. *Економічний часопис XXI*. 2002 (№ 9). С. 12–21.

ПЛАНУВАННЯ ЯК ВАЖЛИВА СКЛАДОВА УПРАВЛІННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

*Нікітіна А.В., к.е.н., доцент, доцент кафедри міжнародної економіки та менеджменту ЗЕД,
Харківський національний економічний університет ім. Семена Кузнеця
Черненко В.А., магістрант 2-го року навчання
Харківський національний економічний університет ім. Семена Кузнеця*

За умов глобалізаційних та інтеграційних процесів, які відбуваються в українській та світовій економіці та намагання України посилити свою позицію як конкурентоздатного суб'єкта світових економічних відносин, постає нагальна потреба в удосконаленні механізму зовнішньоекономічної діяльності вітчизняних підприємств. Саме тому держава повинна більше уваги приділяти стимулюванню виходу суб'єктів господарських відносин на зовнішні ринки та в той же час приймати заходи щодо захисту вітчизняного товаровиробника на внутрішньому ринку. У цих заходах має простежуватися зведений підхід, перш за все, з економічної точки зору щодо сприяння зовнішньоекономічної діяльності підприємств.

Зовнішньоекономічна діяльність (ЗЕД), тобто міжнародний обмін товарами й послугами, належить до числа найбільш давніх форм міжнародних відносин [1]. До неї також належать рух капіталу, міжнародна міграція робочої сили, міжнародні валютні відносини.

Управління зовнішньоекономічної діяльності пов'язано із застосуванням загальних ідей і концепцій менеджменту у всіх формах зовнішньоекономічної діяльності (експорті й імпорті товарів і послуг, лізингових операціях, прямому інвестуванні тощо). Сутність менеджменту зовнішньоекономічної діяльності полягає в комплексному дослідженні та моделюванні міжнародного середовища у поєднанні з налагодженою взаємодією всіх підрозділів і посадових осіб організації або установи в інтересах продуктивного досягнення визначених зовнішньоекономічних стратегій [2].

Планування являється важливою частиною менеджменту ЗЕД, основною її функцією. Підприємство, яке не вміє планувати чи не вважає потрібним це робити, навряд чи може досягнути серйозних успіхів в своєму розвитку. Звичайно, планування – не панацея від усіх бід, проте уважний підхід до цього важливого етапу роботи створює основу для успішної діяльності підприємства як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринку.

Процес планування може бути виражений такими етапами, які зображена на рис. 1.

Планування ЗЕД являється об'єктивно необхідним для будь-якого підприємства-суб'єкта ЗЕД. Це визначається насамперед:

– прагненням підприємств, функціонуючих в умовах глобалізації ринку, одержати додатковий прибуток за рахунок більш повного використання переваг міжнародної праці, міжнародної економічної інтеграції; передбачити

несприятливі дії зовнішніх факторів, різноманітні непередбачені обставини, котрі можуть відбутися на світовому ринку;

– головне – необхідність прогнозування свого майбутнього. Для цього важливо визначити яким буде ринок в майбутньому, в якому буде розвиватися, чого чекають споживачі від підприємства, які його можливості у збільшенні експортного потенціалу, об'єму продажу тощо [2].



Рис. 1. Основні етапи процесу планування ЗЕД підприємства

Процес планування ЗЕД, своєю чергою, полягає з цілого ряду етапів (фаз). Проте ще до початку роботи над планами ЗЕД підприємству важливо володіти інформацією з таких питань:

- що і коли експортувати (імпортувати)?
- в яких умовах належить здійснювати ЗЕД?
- які види і форми ЗЕД доцільно вибрати?
- які ресурси має підприємство для здійснення ЗЕД?
- якою повинна бути організаційна структура управління ЗЕД?
- який результат очікується від ЗЕД (приблизний розмір прибутку, рентабельність, розміри розширення збуту, валютна виручка тощо)?

Література:

1. Матюшенко І. Ю. Перспективи розвитку зовнішньоекономічної діяльності України та Харківської області. Харків : ВД «ІНЖЕК», 2007. С. 273–308.
2. Новицький В. Є. Міжнародна економічна діяльність України. К. : КНЕУ, 2003. 948 с.

БЮДЖЕТУВАННЯ ЯК ЕФЕКТИВНИЙ ЗАХІД ПРОТИДІЇ КРИЗИ НЕПЛАТОСПРОМОЖНОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Онiсiфорова В.Ю., к.е.н., доцент

Харкiвський нацiональний автомобiльно-дорожнiй унiверситет

Осьмiрко I.В., к.е.н., доцент

Харкiвський нацiональний педагогiчний унiверситет

iменi Г.С. Сковороди

Криза неплатоспроможностi є надзвичайно поширеною у практицi діяльностi вiтчизняних пiдприємств. Однак, зазвичай така ситуацiя є результатом неналежної уваги з боку власникiв та менеджменту пiдприємства до проблем антикризового управлiння.

Розглянемо, якi саме заходи з попередження та нейтралiзацiї наслiдкiв криз i кризи неплатоспроможностi, зокрема, на сьогодні вважаються найбільш ефективними. Банера Н.П. в своєму дослідженнi пропонує наступний вичерпний, на наш погляд, перелiк антикризових заходiв:

- зменшення та оптимiзацiя витрат;
- ефективно використання системи маркетингу;
- оптимiзацiя оподаткування;
- жорстка кадрова полiтика;
- пiдвищення чистого грошового потоку;
- пiдвищення ефективностi системи планування;
- ефективна система управлiння пiдприємством на рiвнi усiх пiдсистем;
- покращення якостi iнформацiї;
- оптимiзацiя бюджетування;
- профiлактика антикризових заходiв [1].

Однак, на наш погляд, сьогодні пiдприємствам бiльше уваги слiд придiлити такому запропонованому заходу, як оптимiзацiя бюджетування. В сучасних умовах бюджетування має бути обов'язковою процедурою поточного фiнансового планування на будь-якому пiдприємствi, незалежно вiд масштабiв його діяльностi. Слiд зазначити, що реалiзовуватися таке бюджетування має не лише у розрiзi планових економiчних показникiв, але й обов'язково у розрiзi планування грошових потокiв з метою недопущення загрози лiквiдностi пiдприємства та виникнення ситуацiї його неплатоспроможностi. Отже, бюджетування в системi антикризового управлiння має передбачати наступнi заходи:

- досягнення визначених показникiв ефективностi роботи пiдприємства;
- синхронiзацiя процесiв реалiзацiї та виробництва продукцiї;
- оптимiзацiя процесiв матерiального забезпечення виробництва;
- забезпечення ритмiчностi випуску продукцiї;
- забезпечення виконання договорiв поставок продукцiї у зазначений строк;
- планування грошових потокiв;

- синхронізація строків та контроль погашення дебіторської та кредиторської заборгованості з метою недопущення неплатоспроможності підприємства.

Таким чином, саме бюджетування на сучасному етапі є найбільш ефективним заходом попередження кризи неплатоспроможності, який є цілком доступним для застосування в практичних умовах підприємства.

Література:

1. Банера Н. П. Антикризове управління як один із шляхів виходу із фінансової кризи. *Глобальні та національні проблеми економіки*. Миколаїв, 2016. №10. С. 266–269.

ІДЕНТИФІКАЦІЯ СУТНОСТІ ПОНЯТТЯ «АНТИКРИЗОВЕ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ»

*Ониси́форова В.Ю., к.е.н., доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Загальновідомим та визнаним в економічній літературі та практиці є той факт, що кризи є невід’ємним та закономірним етапом розвитку будь-яких економічних систем як на макро-, так і на мікрорівні. Тому головною метою управління відповідного рівня є максимальне розтягування в часі етапів економічних циклів, які передують настанню кризи, а також застосування заходів з пом’якшення негативних наслідків та впливів настання кризових етапів розвитку економічної системи. Задачі з управління кризовими явищами та їх наслідками на макрорівні, зрозуміло, повинні вирішуватися на рівні управління державою та окремими галузями економіки. Задачі ж з управління проявами кризи в діяльності підприємства переважно підпорядковані його менеджменту та власникам.

Для визначення нових аспектів у проблемі антикризового управління підприємством, слід провести аналіз тлумачення дослідниками сутності самого поняття «антикризове управління» на всьому шляху еволюції наукових поглядів.

Отже, розглянемо існуючі погляди класиків на розуміння сутності антикризового управління.

Е.А. Уткін в своїх працях трактує антикризове управління як «складову загального менеджменту на підприємстві, що використовує його кращі прийоми, засоби та інструменти, орієнтується на запобігання можливим ускладненням у діяльності підприємства, забезпечення його стабільного успішного господарювання» [1].

В.І. Кошкін визначає антикризове управління, як «механізм уникнення банкрутства та покращення фінансового стану підприємства» [2].

І.А. Бланк вважає, що антикризове управління – це «постійно діючий процес виявлення ознак кризових явищ та реалізації генерального плану

недопущення поширення кризових явищ й стагнації розвитку підприємства, який здійснюється протягом усього періоду його функціонування» [3].

Л. Лігоненко розуміє антикризове управління як «спеціальне, постійно організоване управління, націлене на оперативне виявлення ознак кризового стану та створення відповідних передумов для його своєчасного подолання з метою забезпечення відновлення життєздатності окремого підприємства, недопущення виникнення ситуації його банкрутства» [4].

Е.М. Коротков вважає, що антикризове управління – це «управління, в якому поставлено певним чином передбачення небезпеки кризи, аналіз її симптомів, заходів по зниженню негативних наслідків кризи та використання її факторів для подальшого розвитку» [5].

Отже, як бачимо, ширина поглядів охоплює багато нюансів – від управління неплатоспроможністю підприємства до забезпечення високої ефективності використання ресурсів та роботи підприємства в умовах адаптації до існуючого кризового середовища.

Аналізуючи дослідження, можна також побачити, що різні автори бачать по різному і реалізацію заходів антикризового управління відповідно до періоду виникнення кризових явищ у діяльності підприємства: управління в умовах загальної кризи, передкризове управління, управління в умовах кризи підприємства

Слід зауважити, що деякі науковці розглядають та відносять в окремий напрям управління на межі банкрутства. Однак, на наш погляд, ці погляди мають відноситися до групи управління в умовах кризи, бо банкрутство фактично є наслідком настання кризи і є фактично її проявом.

Отже, можна зробити висновок, що антикризове управління підприємством – це попереджуваче управління, яке попереджає або мінімізує вірогідність настання криз в діяльності підприємства, забезпечуючи при цьому підвищення ефективності роботи підприємства та ефективність використання наявних в нього ресурсів. Тобто антикризове управління повинно передувати настанню кризи, а не бути інструментом ліквідації її наслідків.

Література:

1. Уткин Э. А. Антикризисное управление. Москва: Экмос, 1997. 400 с.
2. Кошкин В. И. Антикризисное управление: 17-модульная программа для менеджеров «Управление развитием организации». Модуль 11. Москва: ИНФРА-М, 2000. 512 с.
3. Бланк И. А. Антикризисное финансовое управление предприятием. Киев: Эльга, Ника Центр, 2006. 672 с.
4. Лігоненко Л. Антикризове управління підприємством: теоретико-методологічні засади та практичний інструментарій: монографія. Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2001. 580 с.
5. Коротков Э. М. Антикризисное управление / под ред. Э. М. Короткова. Москва: ИНФРА-М, 2000. 432 с.

СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ ЗБУТОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

*Пакуліна А. А., к.е.н., доцент
Ветчинкін О.С.*

Харківський національний університет будівництва та архітектури

Сьогодні економіка розвивається досить динамічно, що призводить до того, що підприємства змушені постійно еволюціонувати, щоб не залишитися позаду прогресу і конкурентів. Продукція або послуга, вироблена фірмою, повинна бути оптимальним чином реалізована: тобто, з урахуванням всіх переваг і побажань клієнтів, і з отриманням найбільшої вигоди [1].

Управління збутовою діяльністю можна розглядати з кількох позицій. З одного боку це процес прийняття рішень щодо вдосконалення управління збутовою діяльністю, з другої - управління збутовою діяльністю можна розглядати як сукупність загальних функцій планування, організації, контролю, координації та мотивації збутової діяльності. Управління збутом, по своїй суті, в той же час є і функцією, і процесом менеджменту, в залежності від цього його основні риси і характеристики мають загальне схожість з іншими функціональними завданнями, що в кінцевому підсумку утворює сукупний процес управління підприємством [2].

Основними цілями управління збутовою діяльністю є: задоволення платоспроможного попиту різних категорій населення; забезпечення зростання обсягів збуту; оптимізація витрат обігу за рахунок наявних можливостей підприємства і невикористаних резервів його розвитку; отримання необхідної величини прибутку за рахунок проведення більш раціональної збутової політики. На основі цілей можна визначити основні завдання управління збутом в умовах маркетингової орієнтації діяльності підприємств. До них відносяться:

1. Своєчасний збір і обробка інформації про стан зовнішнього і внутрішнього середовища підприємства.
2. Розробка довгострокових, середньострокових і поточних програм збутової діяльності.
3. Активна дія на контрольовані (керовані) фактори, які сприяють розвитку підприємства.
4. Прогнозування ємності ринку.
5. Аналіз слабких і сильних сторін діяльності підприємства в сфері збуту.
6. Необхідність прийняття управлінських рішень на основі знань і відомостей про кон'юнктуру і потреби ринку.
7. Забезпечення ефективного управління збутом шляхом вдосконалення організації, обліку, аналізу та контролю збутової діяльності [3].

У сучасних умовах розвитку ринку головною особливістю збуту є переорієнтація його цілей, завдань і функцій від потреб підприємства до вимог ринку, окремого споживача. При цьому повинен використовуватися принципово новий системний, комплексний підхід до вирішення ринкових

проблем, націлений на активізацію збутової діяльності і використання досконаліших методів роботи на основі принципів і елементів маркетингу.

Політика переорієнтації збутової діяльності на маркетинг передбачає посилення ролі ринку, спрямованість як виробничої, так і торговельної сфер на вивчення потреб і запитів конкретних споживачів і більш дієве їх задоволення. При цьому збут стає складовою частиною широкого набору маркетингових засобів - комплексу маркетингу.

Ефективному управлінню збутовою діяльністю перешкоджає ряд проблем, а саме: відсутність в організаційній структурі підприємств служби маркетингу; недостатнє інформаційне забезпечення збутової діяльності; недостатнє вивчення попиту та прогнозів торгової кон'юнктури; використання витратного методу ціноутворення, відсутність маркетингових досліджень чутливості покупців до цін; відсутність формування товарного асортименту з орієнтацією на потреби споживачів; орієнтація збутової діяльності на короткострокові результати; відсутність стратегічного підходу до діяльності підприємств; відсутність на підприємствах комплексних середніх і довгострокових планів; подолання психологічного бар'єру господарських керівників і фахівців зі збуту в необхідності використання маркетингу [4].

Необхідність у використанні стратегічного підходу до управління збутовою діяльністю, яка є складовою частиною стратегічного управління підприємством в цілому обумовлена розвитком ринкових відносин.

На сучасному етапі необхідно використання маркетингу з метою підвищення ефективності та удосконалення управління збутом в підприємстві. Це передбачає докорінну реорганізацію управління збутом, перегляд внутрішніх взаємин між основними функціональними підрозділами з метою забезпечення тісної взаємодії між ними, введення посади фахівця з маркетингу на підприємстві, функціональних обов'язків, прав і відповідальність її працівників.

Література:

1. Управління збутом на підприємстві. URL: https://knowledge.allbest.ru/marketing/3c0a65635b2bd78a5c53a89421306c36_0.htm (Дата звернення: 08.11.2020).
2. Управління взаємодією в системі збуту: теорія, методологія, стратегії. URL: https://www.marketing.spb.ru/lib-mm/sales/distribution_system.htm (Дата звернення: 08.11.2020).
3. Петруня Ю. Є., Говоруха В. Б., Літовченко Б. В. та ін. Прийняття управлінських рішень: навч. посібник. 2-ге вид. К.: Центр учбової літератури, 2011. 218 с.
4. Алексеєва М. М. Планування діяльності фірми: навч.-метод. посібник. К.: Фінанси і статистика, 2011. 240 с.

ШЛЯХИ ЗНИЖЕННЯ ВИТРАТ ПІДПРИЄМСТВА НА ВИРОБНИЦТВО ПРОДУКЦІЇ

*Пакуліна А. А., к.е.н., доцент
Ветчинкін О.С.*

Харківський національний університет будівництва та архітектури

Головними завданнями розвитку економіки на сучасному етапі є підвищення ефективності виробництва, а також заняття підприємствами стійких позицій на внутрішньому і міжнародному ринках. Вирішення вищезазначених завдань можливе лише в разі виробництва конкурентоспроможної продукції підприємствами. Покупця в більшості випадків цікавить якість продукції та її ціна. Чим вище якість і нижча ціна, тим більш конкурентоспроможною є продукція підприємства. Дані показники закладені в собівартість продукції. Собівартість є основою визначення цін на продукцію.

Витрати, які включаються до виробничої собівартості продукції – це прямі матеріальні витрати, прямі витрати на оплату праці, інші прямі витрати, загальновиробничі витрати.

Витрати, які не включаються до виробничої собівартості продукції – це адміністративні витрати, витрати на збут, інші операційні витрати.

В економічній літературі згадуються такі поняття, як шлях, резерви, фактори і джерела зниження собівартості [1].

Зниження собівартості промислової продукції залежить від цілого ряду чинників, які умовно можна розділити на дві групи: внутрішньовиробничі і позавиробничі. До внутрішньовиробничих відносяться фактори, на які в процесі управління підприємство може вплинути (це, перш за все, фактори інноваційної спрямованості – впровадження передової техніки і технології, поліпшення організації праці і виробництва, мотивація високопродуктивної праці і т. д.). Позавиробничими факторами є ті, на які підприємство не в силах зробити безпосередній вплив (це - ціни на сировину, тарифи на електроенергію і паливо, ставки податків і відрахувань, природні умови та ін.)

Шляхи та напрямки зниження витрат на виробництво продукції розглядаються з точки зору способів досягнення оптимального поєднання якості, яке підвищується і витрат, які повинні знижуватися. Цього можна досягти трьома шляхами: технічними, організаційними та економічними [2].

Технічні шляхи зниження собівартості:

- 1) створення і підвищення якості продукції, яка виробляється;
- 2) раціоналізація виробництва;
- 3) механізація, автоматизація, комп'ютеризація виробництва.

Організаційні шляхи зниження собівартості:

- 1) удосконалення організації виробництва праці та управління;
- 2) стандартизація та сертифікація;
- 3) реінжиніринг бізнесу.

Економічні шляхи зниження собівартості:

- 1) вартісний підхід до управління;
- 2) економічне стимулювання персоналу;
- 3) збільшення обсягу виробництва;
- 4) фінансування інвестиціями [3].

Для реалізації виявлених резервів зниження собівартості продукції, пов'язаних зі скороченням невиправданих перевитрат і непродуктивних витрат, підприємству необхідно здійснити організаційні та технічні заходи підвищення ефективності виробництва.

Для зниження витрат на сировину і основні матеріали слід знижувати норми витрати на дані види матеріальних витрат, намагатися змінити дефіцитні та дорогі матеріали менш дефіцитними і дешевими (за умови збереження якості продукції), здійснювати пошук дешевих постачальників сировини і матеріалів, а також безперервно вдосконалювати технологію і методи виробництва тощо.

Для зниження витрат електроенергії, води, пари, газу та інших ресурсів на технічні та технологічні потреби необхідно також знижувати норми витрат, розробляти науково-технічні заходи щодо модернізації обладнання.

Для зниження витрат на поточний ремонт та утримання основних засобів важливо максимально використовувати робочий час, краще використовувати техніку, модернізувати обладнання [4].

Економія загальнопромислових витрат можлива при режимі економії по кожній статті цих витрат і при збільшенні обсягу виробництва, в цілому дозволить знизити витрати виробництва і, тим самим, забезпечити конкурентоспроможність продукції підприємств.

Література:

1. П(С)БО №16 «Витрати»: наказ Міністерства фінансів України від 14.06.2000 №131. URL: <http://rada.gov.ua/>. (Дата звернення: 09.11.2020).
2. Бірюкова О. Особливості обліку загальногосподарських витрат. *Бібліотека «Баланс»: Виробництво і собівартість продукції*. 2011. №3. С. 104–105.
3. Головні завдання розвитку економіки на сучасному етапі. URL: https://otherreferats.allbest.ru/audit/00833937_0.html (Дата звернення: 09.11.2020).
4. Воробієнко А., Лісна І. Визначення та визнання витрат у фінансових звітах суб'єктів господарювання. *Все про бухгалтерський облік*. 2012. №5. С. 58–64.

ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА ФУНКЦІОНУВАННЯ КАДРОВОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

*Поясник Г.В., к.т.н., доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній
університет*

В динамічних вимогах сьогодення підприємства діють у умовах постійного ризику. Одним з них є жорстка конкуренція, у стані якої застосовуються не завжди чесні методи боротьби. Саме це є передумовою забезпечення необхідного рівня економічної безпеки підприємства. Одним із найголовніших факторів ефективного функціонування підприємств є персонал, його кваліфікація та мотивація до праці. За статистичними даними 80% збитку активам підприємства наносить їх власний персонал.

Кожне підприємство займається специфічною економічною та торговою діяльністю. Не є виключенням й автотранспортні підприємства. Вони мають свою специфіку у структурі кадрового складу, його кваліфікації та підтримки достатнього рівня кадрової безпеки. Кадрова безпека – це процес запобігання негативного впливу на економічну безпеку підприємства за рахунок усунення ризиків та загроз, пов'язаних з персоналом. На підприємстві кадровою безпекою займається відділ кадрів. Саме йому віддана роль у проведенні заходів щодо роботи працівника на усіх етапах за період його праці на підприємстві (починаючи з пошуку працівників до їх звільнення). Тобто рівень забезпечення кадрової безпеки підприємства, по перше, залежить від кваліфікації та професійних навичок працівників кадрової служби [1].

Незадоволення якоїсь з цих потреб може стати причиною порушення стабільності економічної безпеки підприємства. Незадовільна ситуація, яка виникла у відносинах між працівником та роботодавцем становиться добрим шансом для нечесних конкурентів.

Також ризиком для стабільного функціонування кадрової безпеки є неефективне планування персоналу.

Традиційно планування персоналу відбувається за трьома принципами: безпека, відповідність та непереривність [2].

Безпека. Роботодавець повинен бути впевнений, що персонал відповідає вимогам економічної безпеки. Їх психологічні, поведінкові та мотиваційні якості не будуть негативно впливати на рівень економічної безпеки.

Відповідність. Найм додаткових працівників відповідає стратегії розвитку підприємства, а не тільки поточної необхідності.

Непереривність. Прийом персоналу на високопоставлені посади здійснюється не тільки за межами підприємства, а також дає можливість поточному персоналу на кар'єрний зріст, тобто у працівника з'являється мотивація для подальшого, непереривного підвищення своїх кваліфікаційних навичок. Також це є передумовою для підвищення лояльності працівників до компанії-роботодавця.

Наступне, що впливає на рівень кадрової безпеки на підприємства є якість контролю. Працівники не тільки повинні чітко знати свої права та обов'язки, прописані у посадовій інструкції, внутрішній регламент підприємства та інших вимог, щодо дотримання правил економічної безпеки, але й їх дії повинні контролюватися службою безпеки підприємства. Цьому є певні передумови. По-перше, це обмеженість ресурсів підприємства на те, щоби найняти працівника з найбільш підходящими кваліфікаційними навичками та

поведінковими особливостями. По-друге, з часом або при впливі певних факторів поведінка особи може змінюватися у негативному для функціонування кадрової безпеки напрямку.

Таким чином можна вивести основні фактори, що впливають на рівень кадрової безпеки на підприємстві:

- найм. Найм є цілою сукупністю заходів безпеки при прийомі на роботу та прогнозування благонадійності кандидата. Відділ кадрів ту відіграє найважливішу роль.

- мотивація. Багато науковців зазначають, що мотивація є важливим критерієм у досягненні успіху підприємства. Як вже згадувалося вище, лише при максимальному задоволенні потреб працівників та їх лояльності до компанії-роботодавця можна досягти високого рівня кадрової безпеки. Найважливішою функцією є підвищення лояльності працівників до компанії-роботодавця.

- якість контролю. Виникає, як наслідок можливих негативних поведінкових особистостей працівників. Від якості контролю залежить дисциплінованість колективу.

Лише при ефективному та одночасному приверненні необхідної уваги до цих факторів зі сторони керівництва можна досягнути стабільно високого рівня функціонування кадрової безпеки.

Література:

1. Управління кадровою безпекою підприємства : сайт URL: <http://masters.donntu.org/2010/iem/egorova/diss/indexu.htm>.

2. Підходи до забезпечення економічної безпеки підприємства : сайт URL: https://pidru4niki.com/84407/ekonomika/pidhodi_zabezpechennya_ekonomichnoyi_bezpeki_pidpriyemstva.

ПОДАТКОВИЙ МЕХАНІЗМ РЕГУЛЮВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ НА МІКРОРІВНІ

*Руденко В. В., к.е.н., докторант
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»*

При всій різноманітності механізмів державного регулювання інвестиційної процесів фундаментальне значення зберігає податковий механізм. Держава розглядає податки не лише як джерело, що забезпечує формування фінансових ресурсів для реалізації її функцій, а й як інструмент регулювання, який дозволяє організовувати розподіл фінансових ресурсів і, таким чином, забезпечувати регулювання інвестиційних процесів.

Податковий механізм регулювання інвестиційних процесів на мікрорівні являє собою вплив держави завдяки системі податкових засобів, форм і методів на процес формування, розподілу та використання фінансових ресурсів з метою

реалізації податкової політики, спрямованої на незворотні, спрямовані, закономірні, кількісні, структурні та якісні зміни в діяльності підприємств, обумовлені реалізацією інвестиційної діяльності, внаслідок чого отримується вигода та задовольняються інтереси усіх суб'єктів економічних відносин.

Метою функціонування податкового механізму є забезпечення раціональних пропорцій між частиною сукупних первинних доходів, що акумулюються для подальшого перерозподілу через бюджет, і частиною сукупних первинних доходів, які залишаються у розпорядженні суб'єктів господарювання.

Податковий механізм регулювання інвестиційних процесів покликаний забезпечувати рівновагу між фіскальною і регулювальною функціями податків, проявляючись у різних формах:

- спрощення порядку оподаткування, ведення обліку та складання звітності, що надає платникам податків можливість зменшувати податкове навантаження, заощаджувати кошти на адміністративних витратах і оплаті консультативних послуг;

- використання спеціальних (вільних) економічних зон, що дозволяє платникам податків отримувати пільги щодо оподаткування доходів, прибутків, доданої вартості, застосовувати режим спеціальної митної зони та звільняти від оподаткування інвестиції, одержані згідно з інвестиційними проектами, що реалізуються у межах таких зон;

- застосування регресивного оподаткування прибутку, яке надає можливість платникам податків застосовувати меншу відсоткову ставку за умови збільшення у часі розміру задекларованого прибутку та являється своєрідним економічним захистом від криз та їх негативних наслідків;

- використання прискореної амортизації, що дає змогу платникам податків швидше та ефективніше окупити вкладені інвестиції в основні засоби, створюючи в економіці сприятливі умови щодо залучення інвестицій в реальний сектор економіки [1, с.437];

- застосування податкових пільг, що передбачає звільнення платників податків від обов'язку щодо нарахування та сплати податків і зборів, сплата ними податків і зборів в меншому розмірі за наявності певних підстав [2].

При використанні форм податкового механізму регулювання інвестиційних процесів обов'язково потрібно враховувати той факт, що вони мають тенденцію розповсюджуватися на будь-які види діяльності, їх важко контролювати, а тому вони повинні застосовуватись у чітко визначених на законодавчому рівні межах.

Відзначимо, що вплив податкового механізму на інвестиції підприємств досить сильний у зв'язку з тим, що за допомогою податків держава відображає шлях економіки, яким потрібно йти інвесторам. Цей шлях може мати як позитивні моменти для держави (збільшення податків сприяє поповненню бюджету та розширенню обсягів бюджетного інвестування), так і негативні моменти для платників податків (збільшення податкового навантаження стає перешкодою для інвестиційного розвитку підприємств).

Тому удосконалення податкового механізму регулювання інвестиційних процесів повинно передбачати, з одного боку, зниження податкового навантаження на платників податків і вирішення найбільш важливих для суб'єктів господарювання податкових питань (ліквідація бар'єрів, що перешкоджають здійсненню інвестицій), а, з іншого, – забезпечення прозорості діяльності платників податків для держави, дотримання законодавчих обмежень податкового адміністрування та звуження можливостей для ухилення від оподаткування.

Література:

1. Гомон М. В. Податкова політика держави у сфері стимулювання інноваційно-інвестиційної діяльності. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2016. Вип. 12. С. 434–438.

2. Податковий кодекс України від 02.12.2010 р. №2755-VI. Дата оновлення: 14.10.2020. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17#Text> (дата звернення: 29.10.2020).

ДОСЛІДЖЕННЯ ГОЛОВНИХ ТЕОРЕТИЧНИХ АСПЕКТІВ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

*Сідельнікова В.К., к.п.н., доцент
Харківський національний педагогічний університет
імені Г.С. Сковороди*

*Онісіфорова В.Ю., к.е.н., доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Під час розгляду наукової проблеми важливим є визначення з головним її теоретичним інструментарієм з метою побудови комплексного бачення на неї. Це є актуальним і під час розгляду проблеми побудови ефективної системи антикризового управління підприємством. Тобто, важливо визначитися, що ж є предметом, об'єктом, суб'єктом та цілями такого управління.

Проблема антикризового управління підприємством не є новою, а тому вже існує велика кількість поглядів науковців на виокремлення її головних теоретичних аспектів, але, на наш погляд, вони потребують певного актуального з позиції сьогодення уточнення.

Цікавими в цьому аспекті є погляди, запропоновані Єпіфановою І.Ю. та Оранською Н.О. [1]. В своїй роботі вони пропонують розуміти під предметом антикризового управління причини кризи, фактори, що її викликають та наслідки, до яких вона призводить.

Об'єктом, погоджуючись з Важинським Ф.А. та Колодійчуком А.В., можна визначити виникнення та поглиблення кризи розвитку підприємства, її усунення і запобігання [2].

Суб'єктами антикризового управління підприємством зазвичай пропонують вважати власників та функціональних антикризових управлінців,

представників кредиторів, санаторів, державних органів, тощо.

Однак перелік предметів аналізованого виду управління має бути, на наш погляд, доповнено наступними:

- вірогідність настання кризи;
- ефективність роботи підприємства;
- ефективність використання ресурсів.

Перелік же суб'єктів управління, на наш погляд, має бути скорочено до внутрішніх функціональних керівників з антикризового управління в умовах конкретної організаційної структури персоналу підприємства та його власників. Інші, зовнішні відносно до системи управління підприємством, суб'єкти суперечать сучасному баченню сутності аналізованого виду управління.

Визначимося тепер з цілями антикризового управління підприємством.

Головною метою управління підприємством є забезпечення отримання ним гарних – запланованих або випадкових – результатів діяльності [3]. З таким поглядом, слід погодитися, однак він потребує певної конкретизації у розрізі саме антикризової підсистеми управління підприємством.

Романяк Г.М. в своєму дослідженні виокремлює такі цілі антикризового управління:

- фінансова стабілізація підприємства;
- локалізація кризових явищ;
- недопущення банкрутства підприємства;
- виведення підприємства зі стану юридичного банкрутства;
- запобігання повторенню кризи [4].

З таким переліком цілей слід погодитись, однак він також потребує доповнення, відповідно до актуального бачення сутності поняття антикризового управління підприємством. На наш погляд, такими додатковими цілями мають бути наступні:

- забезпечення ефективності використання ресурсів, яку власник підприємства вважає необхідною;
- підвищення ефективності роботи підприємства.

Таким чином, чітке розуміння сутності та змісту всього спектру теоретичних аспектів наукової проблеми антикризового управління підприємством дозволить сформулювати її комплексне бачення та сформулювати якісні управлінські рекомендації.

Література:

1. Єпіфанова І. Ю., Оранська Н. О. Сутність антикризового управління підприємства. *Економіка і суспільство*. Мукачево. 2016. №2. С. 265–269.
2. Важинський Ф. А., Колодійчук А. В. Сутність антикризового фінансового управління підприємством. *Економіка промисловості*. 2009. № 5. С. 127–130.
3. Войнаренко М. П., Єпіфанова І. Ю. Управління інвестиційною діяльністю промислових підприємств: монографія. Вінниця: ВНТУ, 2011. 188с.

4. Романяк Г. М. Сутність антикризового управління підприємством в умовах нестабільного ринкового середовища. *Наукові записки Української академії друкарства*. 2016. №1. С. 235–239.

УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНОЮ БЕЗПЕКОЮ ПІДПРИЄМСТВА ЗВ'ЯЗКУ

*Станкевич І.В., д.е.н., доцент
Одеська національна академія зв'язку ім. О.С. Попова
Захаров А.О., магістрант
Одеська національна академія зв'язку ім. О.С. Попова*

Здатність будь-якого підприємства швидко реагувати на різні зміни навколишнього оточення є можливою завдяки управлінню економічною безпекою, що у свою чергу потребує вибору раціональних методів оцінки та отримання інформації про об'єкт управління для того, щоб мати можливість прийняти адекватне управлінське рішення.

Метою цієї роботи є розвиток методів оцінки та управління економічною безпекою підприємства зв'язку за рахунок комплексного підходу.

За результатами дослідження та узагальнення праць науковців [1-4] та ряду інших, нами встановлено, що необхідним для оцінки економічної безпеки саме підприємств сфери зв'язку є застосування комплексного підходу, що базується на наступних групах показників:

- оцінки фінансового стану та результатів діяльності підприємства (показники фінансово-економічної стійкості підприємства та показники ефективності діяльності підприємства);
- оцінки кредитоспроможності підприємства;
- оцінки ймовірності банкрутства підприємства;
- оцінки соціальної діяльності підприємства;
- оцінки ефективності використання основного капіталу підприємства.

На рис. 1 подано алгоритм проведення оцінки, аналізу та управління економічною безпекою підприємства зв'язку, що включає наступну послідовність етапів і процедур, а саме: збору, обробки, упорядкування даних, визначення показників та їх порогових значень, вибору методів аналізу, інтерпретації та подання результатів.

Оцінка рівня безпеки економічної безпеки підприємства зв'язку ($I_{ЕБ}$) обчислюється за формулою (1):

$$I_{ЕБ} = \sum_{i=1}^n I_i \times \alpha_i, \quad (1)$$

де: I_i – рівень економічної безпеки за i -тою групою показників; α_i – вага i -ї групи показників; n – кількість груп, за якими проводиться оцінка економічної безпеки.

Для α_i повинна виконуватись умова $\sum_{i=1}^n \alpha_i = 1$.

Вагові значення груп показників економічної безпеки підприємства зв'язку визначаються шляхом застосування методу експертної оцінки. Середня оцінка групи експертів, дисперсія та коефіцієнт варіації обчислюються за правилами математичної статистики.

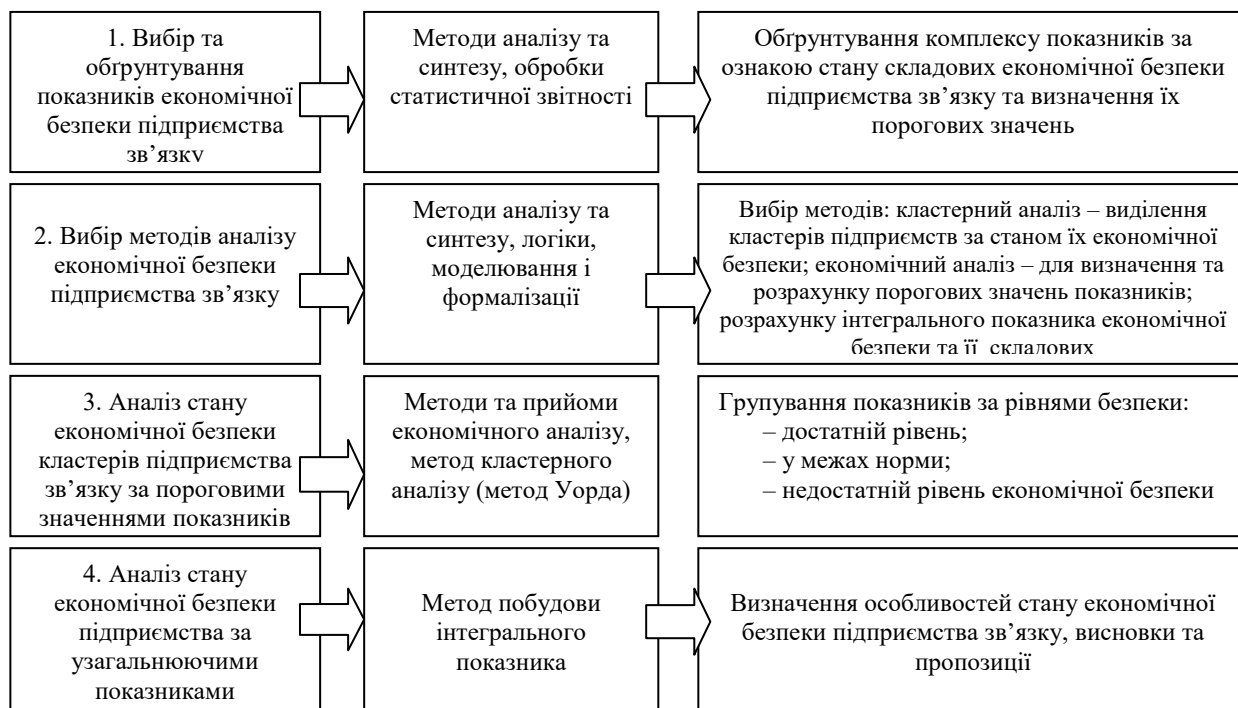


Рис. 1. Алгоритм проведення оцінки, аналізу та управління економічною безпекою підприємства зв'язку

За результатами розрахунків приймаються рішення щодо рівня економічної безпеки в цілому на підприємстві зв'язку та розробляються заходи щодо подальшого розвитку чи усунення існуючих загроз.

Достатній рівень економічної безпеки підприємства зв'язку має відповідати умові, що усі показники знаходяться в межах допустимих порогових значень, недотримання яких порушує надання послуг зв'язку відповідно до вимог споживачів та інших стейкхолдерів, заважає відтворенню потенціалу підприємства й зумовлює формування негативних тенденцій у результатах його діяльності.

Література:

1. Баженова О. В. Методика визначення оцінки економічної безпеки держави. *Актуальні проблеми розвитку підприємницької діяльності в Україні*: зб. наук. пр. 2003. Вип. 3. С. 4–9.
2. Ильяшенко С. Н. Составляющие экономической безопасности предприятия и подходы к их оценке. *Актуальні проблеми економіки*. 2003. № 3. С. 12–19.

3. Реверчук Н. Й. Управління економічною безпекою підприємницьких структур : монографія. Львів: ЛБІ НБУ, 2004. 195 с.

4. Франчук В. І. Особливості організації системи економічної безпеки акціонерних товариств в умовах трансформаційної економіки : монографія. Львів: ЛДУВС, 2010. 440 с.

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ ВПРОВАДЖЕННЯ КОНТАКТ-ЦЕНТРУ ДЛЯ МЕРЕЖ МОБІЛЬНОГО ЗВ'ЯЗКУ

Тардаскіна Т.М., к.е.н., доцент

Одеська національна академія зв'язку ім. О.С. Попова

Батенчук М.А., магістрант

Одеська національна академія зв'язку ім. О.С. Попова

Необхідність організації та розвитку мультимедійного контакт-центру для мереж мобільного зв'язку та дослідження характеристик якості його функціонування є актуальним питанням для покращення якості обслуговування користувачів, що дасть можливість користатися пакетними технологіями передачі і комутації для обміну різними видами інформації, різноманітними функціями, що стосуються підтримки, передачі та комутації мультимедійних послуг.

Метою даної роботи є дослідження та обґрунтування організації мультимедійного контакт-центру для мереж мобільного зв'язку на основі аутсорсингу.

Динаміка розвитку мультисервісних та спеціалізованих контакт-центрів в Україні представлена на рис. 1[1].

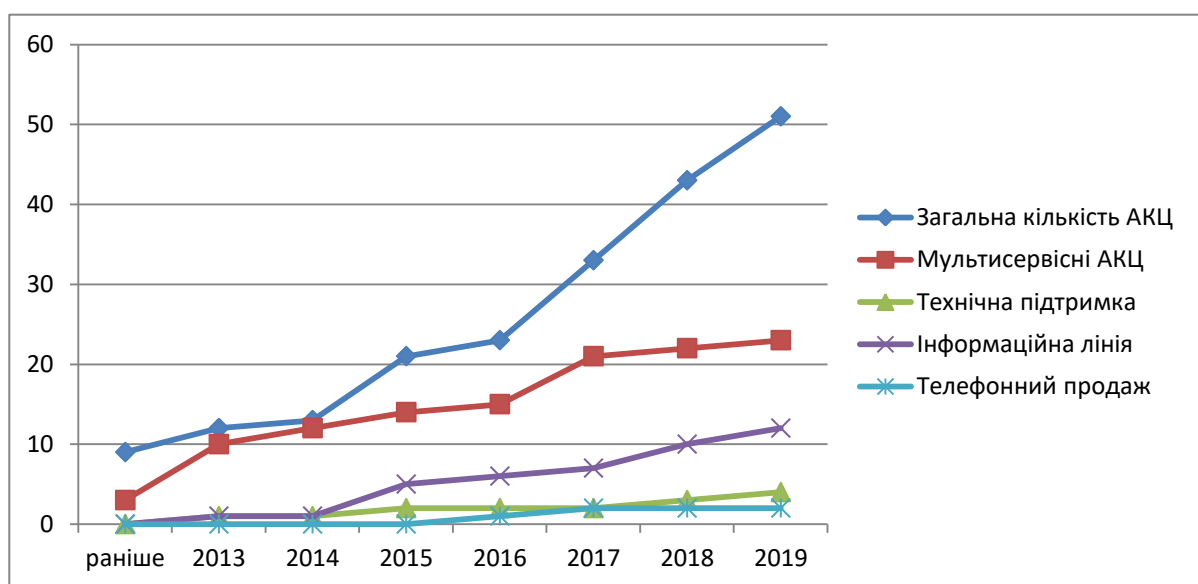


Рис. 1. Динаміка розвитку мультисервісних та спеціалізованих контакт-центрів в Україні [1]

Узагальнена структура мультимедійного контакт-центра для мереж мобільного зв'язку представлена на рис. 2 [2].

Обґрунтовано впровадження мультимедійного контакт-центру для мереж мобільного зв'язку на основі аутсорсингу. Виявлено, що якісна обробка викликів є одним із найважливіших факторів задоволеності клієнтів і як наслідок підвищення конкурентоспроможності операторів мобільного зв'язку. Провівши розрахунок вартості організації власного контакт-центру дійшли до висновку, що цей метод не є ефективним для середнього бізнесу, бо є досить дорогим. Отже раціональніше вдатися до другого способу – передачі обробки викликів на аутсорсинг.

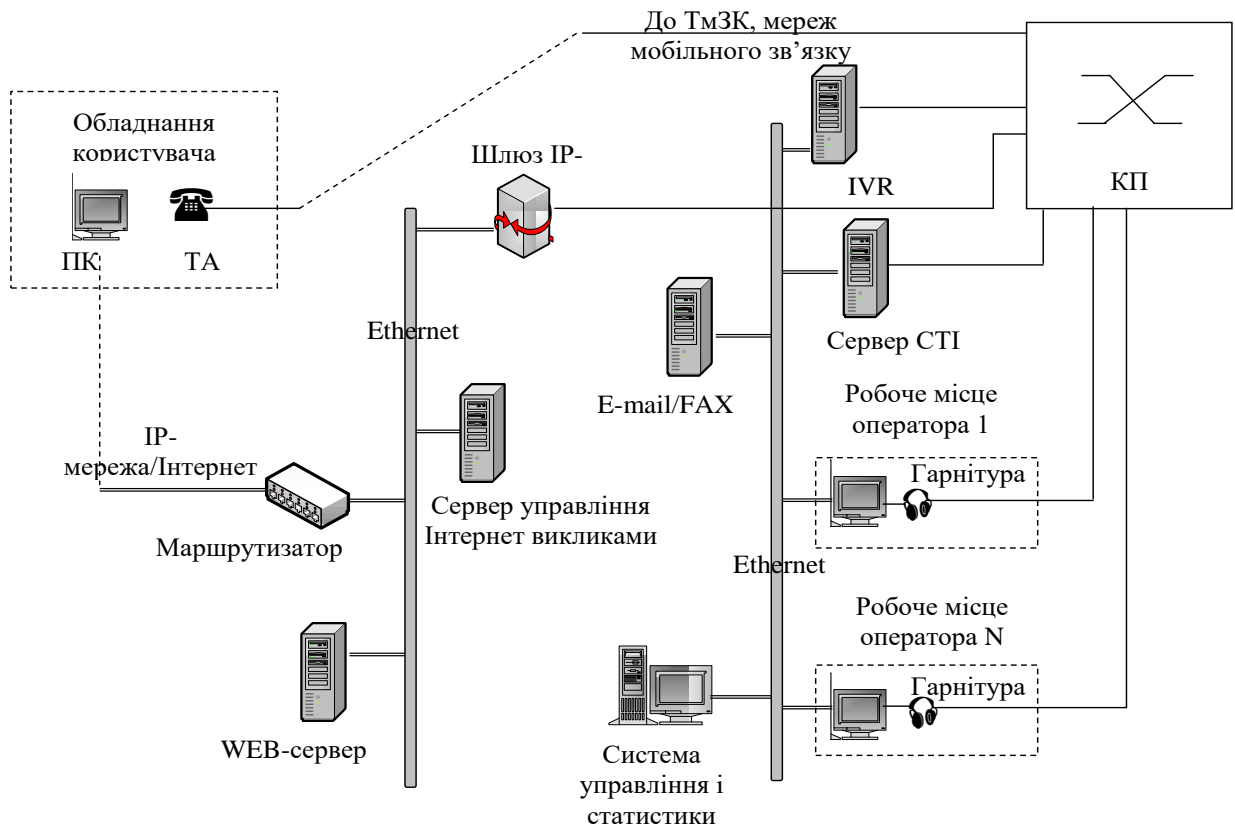


Рис. 2. Узагальнена структура мультимедійного контакт-центру [2]

Окрім економії використання аутсорсингу дає багато важливих переваг, які власне і приносять дають економічний ефект аутсорсингу: мінімізація капітальних витрат, зниження штатної чисельності персоналу, використання майданчиків з більш низькою вартістю персоналу, швидкість розгортання, оперативність оновлення інформації, передача на аутсорсинг дозволяє їм зосередитися на своєму основному бізнесі і зменшує або усуває необхідність мати контакт-центр. Отже, при передачі контакт-центру на аутсорсинг контроль роботи зі сторони замовника вимагає лише перегляду регулярних звітів з позитивною статистикою. Це дає максимальний прибуток за рахунок підвищення якості обслуговування – саме в цьому і полягає головний економічний ефект аутсорсингу.

Література:

1. Исследования contact-center України; Українська асоціація директ маркетингу: сайт URL: <http://www.uadm.com.ua>.
2. Гольдштейн А. Б., Фрейнкман В. А. Call-центры и компьютерная телефония. СПб.: БХВ. Санкт-Петербург, 2002. 372 с.

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ В ПІДПРИЄМСТВАХ АГРАРНОГО БІЗНЕСУ

*Турчина С.Г., к.е.н., доцент
Сумський національний аграрний університет*

В умовах сучасного турбулентного середовища найважливішим чинником успішного розвитку аграрного бізнесу є персонал підприємства і, беззаперечно, його ефективний менеджмент. Завданнями останнього є розробка та реалізація різноманітних управлінських рішень, пошук інструментів і методів побудови ефективної системи управління персоналом. Відтак, правильно та своєчасно організована робота в цьому напрямку має бути спрямована на використання всіх потенційних можливостей персоналу, на розвиток його необхідних компетенцій, що, в результаті, стане запорукою успіху підприємства, підвищення його конкурентоспроможних позицій на ринках.

Щодо нинішнього стану кадрів в аграрному бізнесі, її досить влучно охарактеризував партнер міжнародної консалтингової компанії United Consultants Маркіян Новак, зазначивши, що тренд відтоку кадрів стосується не тільки робочого персоналу, а й представників топ-менеджменту. У зв'язку з цим компанії в Україні змушені впроваджувати найкращі практики утримання і розвитку співробітників, щоб конкурувати з європейськими роботодавцями.

Детальні дослідження визначеної проблематики здійснено за матеріалами приватного сільськогосподарського підприємства «Слобожанщина Агро», яке діє на території Сумської області. Підприємство входить до складу інтегрованої сільськогосподарської компанії ІМК (інновації + менеджмент + команда), яка є однією з 10 найбільших аграрних компаній в Україні. Земельний банк компанії сформований у вигляді п'яти кластерів, в межах яких поля знаходяться в значній близькості одне від одного, що дає можливість максимально збільшити операційну ефективність та досягти зменшення витрат шляхом оптимізації використання людських та технічних ресурсів, а також сприяти ефективному операційному менеджменту.

Предметом діяльності суб'єкта господарювання є вирощування сільськогосподарських культур, зокрема: озимої пшениці, кукурудзи на зерно, соняшника та сої на площі 24000 га. Середньооблікова чисельність працівників ПСП «Слобожанщина Агро» налічує 323 особи. Аналіз основних економічних показників свідчить про прибутковість та рентабельність підприємства.

У рамках розгляду визначеної проблеми дослідження автором проведено оцінку ефективності менеджменту персоналу ПСП «Слобожанщина Агро»

(табл.1).

Таблиця 1 – Оцінка ефективності менеджменту персоналу
ПСП «Слобожанщина Агро»

| Показники | Рік | | Відхилення (+;-) | 2019 р. в % до 2016 р. |
|--|----------|----------|---------------------|---------------------------|
| | 2016 | 2019 | | |
| Середньооблікова чисельність працівників, осіб | 326 | 323 | -3 | 99,1 |
| в тому числі адмінперсонал | 17 | 19 | 2 | 111,8 |
| Товарна продукція, тис. грн. | 531273,6 | 619134,4 | 87860,8 | 116,5 |
| в т. ч. на 1 працівника адмінперсоналу, тис. грн. | 31251,39 | 32586,02 | 1334,63 | 104,3 |
| на 1 грн витрат на утримання адмінперсоналу, грн | 11,39 | 11,82 | 0,42 | 103,7 |
| на 1 грн оплати праці адмінперсоналу, грн | 114,94 | 115,24 | 0,31 | 100,3 |
| Чистий прибуток (+), збиток (-), тис. грн | 174885 | 140891 | -33994 | 80,6 |
| в т. ч. на 1 працівника адмінперсоналу | 10287,4 | 7415,3 | -2872 | 72,1 |
| Фонд оплати праці, тис. грн. | 23204,41 | 40907,35 | 17702,9 | 176,3 |
| в т. ч. адмінперсоналу, тис. грн. | 4622,3 | 5372,4 | 750,1 | 116,2 |
| Середньомісячна оплата праці одного працівника, грн. | 5931,60 | 10554,01 | 4622,41 | 177,9 |
| в т. ч. адмінперсоналу, грн. | 22658,33 | 23563,16 | 904,825 | 104,0 |
| Витрати на утримання адмінперсоналу, тис. грн. | 46634 | 52397 | 5763 | 112,4 |

Результати викладені в таблиці є свідченням ефективного менеджменту.

З метою об'єктивної оцінки, як передумови для напрацювання продуктивних управлінських рішень пропонуємо керівникам підприємств аграрного сектору в кінці кожного календарного року проводити самоаналіз за показниками наведеними в таблиці 1.

Зважаючи на актуальність конкурентоспроможних менеджерів вищої ланки, від належної командної роботи яких залежить швидке і ефективно сприйняття та реалізація різнопланових завдань, пропонуємо керівництву аграрних підприємств розробити інвестиційну програму розвитку та графік її виконання саме управлінського персоналу (головних спеціалістів та керівників структурних підрозділів).

Також, в аналізованому контексті слід наголосити і на важливості досвіду зарубіжних компаній, які акцентують увагу на формуванні креативного капіталу персоналу підприємств шляхом:

- розвитку нових креативних компетенцій працівників у межах корпоративних програм навчання (корпоративні університети, семінари, тренінги);

- найму креативного персоналу із дедалі ширшим діапазоном креативних компетенцій [1, с.297].

Література:

1. Вишня Т. В. Ефективність використання персоналу та сучасні напрями розвитку менеджменту персоналу. *Вісник Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка. Економічні науки.* 2014. № 9. С. 296–299.

ПРОБЛЕМА НЕСТАЧІ ТАЛАНТІВ ЯК ОДНА З ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ СВІТОВОГО РИНКУ ПРАЦІ

*Федорова В.О., к.е.н., доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній
університет*

В даний час світовий ринок праці характеризується великою кількістю чинників, що впливають на його швидкий розвиток і тенденції. За даними консалтингової компанії PWC [1] у звіті «Майбутнє ринку праці. Протиборство тенденцій, які будуть формувати робоче середовище в 2030 році», на сучасний ринок праці впливають 5 найбільш значущих чинників, таких як технологічний прогрес (автоматизація, роботизація і штучний інтелект, які швидко розвиваються, різко змінюючи характер і кількість доступних робочих місць); демографічні зрушення (нестача людських ресурсів в ряді швидко зістарених економік призведе до необхідності автоматизації та підвищення продуктивності); стрімка урбанізація (міста стануть впливовими факторами створення робочих місць через переїзд в них значної частини населення); зміни в глобальній економіці (розмиття середнього класу, нерівність в рівні добробуту і втрата робочих місць через великомасштабну автоматизацію збільшують ризик соціальних заворушень в країнах, що розвиваються); дефіцит ресурсів і зміна клімату (традиційні сфери енергетики та мільйони людей, зайнятих в них, зазнають стрімкої реорганізації).

Очевидно, що ці зрушення можуть мати прямий вплив на проблему нестачі талантів, яка стає все більш актуальною в сучасних умовах. З одного боку, корпоративний світ стикається з війною за таланти по всьому світу, з іншого боку, нестача навичок повинна швидко поповнюватись.

За даними Міжнародної рекрутингової компанії Nauy [2] майже 84 відсотки компаній повідомляють про брак навичок у своїй галузі. Крім того, показник невідповідності талантів виріс до 6,7 у 2019 році з 6,6 у 2018 році. Цей показник виріс на 16 ринках з 2018 року, в основному завдяки зростанню довгострокового безробіття як частки від загального безробіття і збільшення кількості незаповнених вакансій. Це говорить про те, що на цих ринках зростає невідповідність між навичками, якими володіють претенденти, і навичками, які мають попит у роботодавців. Це свідчить про триваючу тенденцію до щораз більшої невідповідності талантів в останні роки. Згідно з дослідженнями міжнародної консалтингової компанії Korn Ferry [3] прогнозується глобальна нестача робочої сили в розмірі 85,2 мільйона кваліфікованих робітників до 2030 року, що призведе до втрати доходів у розмірі 8,452 трильйона доларів США. Ця сума дорівнює сукупному розміру ВВП Німеччини і Японії.

В таких умовах, з одного боку, у талановитих працівників стає все більше можливостей працевлаштування і вибору робочих місць, відповідних їх перевагам і очікуванням, а з іншого боку – компаніям необхідно вигадувати нові важелі залучення та утримання співробітників з необхідними знаннями та

підготовкою. Для цього всередині організації необхідно створити систему зіставлення можливостей і здібностей співробітників з її запитами та потребами.

Література:

1. PwC Claims workforce of the future. *PwC*: веб-сайт. URL: <http://www.pwc.co.uk/megatrends> (дата звернення 26.11.2020).
2. How labour market conditions have changed since last year's Index. *HAYS*: веб-сайт. URL: <https://www.hays-index.com/> (дата звернення 26.11.2020).
3. Future of work. *Korn Ferry*: веб-сайт. URL: <https://www.kornferry.com/> (дата звернення 26.11.2020).

ВДОСКОНАЛЕННЯ ПРОЦЕСУ КОНТРОЛЮ РІВНЯ ІМІДЖУ ПІДПРИЄМСТВА

*Федорова В.О., к.е.н., доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній
університет*

Контроль в загальному розумінні полягає у встановленні бажаного стану об'єкта (стандартів), оцінці фактичних результатів діяльності, визначенні відхилень шляхом зіставлення фактичного і бажаного стану об'єкта контролю, а також впровадженні коригувальних заходів у разі суттєвості відхилень. Виходячи з цього, контроль рівня іміджу підприємства являє собою процес менеджменту, за допомогою якого підприємство забезпечує досягнення цілей щодо формування, вдосконалення та підтримання іміджу підприємства на досягнутому рівні шляхом обліку і оцінки відповідності запланованих значень показників фактичним за елементами комплексу маркетингу і прийняття відповідних дій щодо усунення виявлених невідповідностей. Представлене визначення контролю рівня іміджу підприємства дозволяє встановити цілі контролю (формування, поліпшення і підтримку іміджу підприємства шляхом обліку і оцінки відповідності запланованих показників) і визначити його об'єкт (елементи комплексу маркетингу).

З огляду на запропонований зміст контролю рівня іміджу підприємства, основними його завданнями є: визначення планового рівня показників іміджу за елементами комплексу маркетингу, вимір фактичного їх рівня, порівняння фактичних значень показників з плановими, а також коригування заходів щодо формування, поліпшення або підтримання іміджу на досягнутому рівні. Відповідно до цього при формуванні процесу контролю необхідно враховувати наступне:

– по-перше, контроль повинен здійснюватися не тільки за основними показниками (узагальненим рівнем зовнішнього і внутрішнього іміджу підприємства – ЗІП і ВІП), але і дозволяти здійснювати моніторинг зміни рівня іміджу за його окремими складовими (елементами комплексу маркетингу, а

також їх показниками);

– по-друге, контроль повинен дозволяти планувати всі елементи та їх показники на основі досвіду, отриманого від впровадження запланованих заходів;

– по-третє, контроль повинен передбачати коригування впроваджуваних заходів.

Для виконання вищевказаних завдань пропонується використовувати розроблений процес контролю рівня іміджу підприємства.

Пропонований процес дозволяє підтримувати показник ЗІП (ВІП) на запланованому рівні шляхом порівняння теоретичних і фактичних даних, а також розрахунку впливу окремих складових (елементів комплексу маркетингу та їх показників) на узагальнений рівень ЗІП (ВІП). Для визначення планових значень показників, до досягнення яких прагне підприємство, на першому етапі здійснюється вимір фактичного рівня ЗІП і ВІП.

На другому етапі визначається плановий рівень ЗІП (ВІП).

На третьому етапі процесу контролю передбачено порівняння фактичного рівня іміджу підприємства (зовнішнього і внутрішнього) із запланованим.

При виявленні відхилень, на четвертому етапі, кожен з показників іміджу розбивається за елементами, рівень оцінки яких також порівнюється із запланованим. Здійснюється аналіз отриманих результатів, поточний стан запланованих в попередньому періоді заходів, визначаються ті з них, які підлягають коригуванню.

На п'ятому етапі здійснюється новий теоретичний розрахунок ЗІП (ВІП) і його складових за умови впровадження обґрунтованого переліку заходів. Після чого, на шостому етапі, новий рівень теоретичного показника порівнюється із запланованим.

На сьомому етапі в разі задоволення нового теоретичного рівня показника запланованому (обраному керівництвом), на підприємстві впроваджуються обґрунтовані заходи.

Таким чином, удосконалено процес контролю рівня іміджу підприємства. Даний процес дозволяє враховувати вплив окремих елементів комплексу маркетингу і заходів на узагальнений рівень іміджу підприємства (зовнішній і внутрішній); дозволяє прогнозувати рівень іміджу в плановому періоді на основі результатів попередніх періодів.

АНАЛІЗ ПІДХОДІВ ДО ЗДІЙСНЕННЯ КОНТРОЛЮ РІВНЯ ІМІДЖУ ПІДПРИЄМСТВА

*Федорова В.О., к.е.н., доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній
університет*

У сучасних нестабільних умовах необхідною умовою успішного формування, поліпшення і підтримки іміджу підприємства на досягнутому рівні

є систематичне здійснення контролю його рівня. Це дозволяє підприємству своєчасно виявляти відхилення фактичного рівня іміджу (як зовнішнього, так і внутрішнього) від планового, а також відстежувати хід виконання впроваджуваних заходів. Ефективність контролю передбачає знання процесу його виконання. У зв'язку з цим виникає завдання обґрунтування змісту і послідовності робіт при контролі рівня іміджу підприємства.

Незважаючи на зростаючу значущість проведення контролю рівня іміджу підприємства в сучасних умовах, рекомендації щодо його реалізації не знайшли достатнього відображення в літературних джерелах. Більшість авторів просто вказує на необхідність контролю, а також на якому етапі його слід проводити. Так, наприклад, Альошина І.В. [1] зазначає, що «успішний процес формування іміджу вимагає управління (планування, організації, контролю)». Шкардун В.Д. і Ахтямов Т.М. [2] вважають, що контроль досягнутих результатів необхідно проводити після розробки і реалізації плану заходів щодо формування позитивного іміджу підприємства у свідомості цільових груп. Даної точки зору дотримуються і Федотова І.В., Алюкаєва В.Є. [3, с. 68].

На думку Блінова А.О. і Захарова В.Я. [4] контроль рівня іміджу полягає в повторному його вимірі після реалізації програми побудови іміджу. Їх думку підтримують також Семенчук Т.Б., Басараб Н.А. [5, с. 475], стверджуючи, що після реалізації розробленого плану необхідно здійснювати оцінку сформованого іміджу.

В той же час Джи Б. [6] відокремлює оцінку іміджу від контролю реалізації програми. На його думку, спочатку проводиться оцінка іміджу підприємства, а потім здійснюється контроль.

Горчакова Р.Р. [7] вважає, що кожен з етапів формування іміджу підприємства повинен супроводжуватися спеціально створеною системою контролю. При цьому «система контролю повинна працювати за принципом безперервності на кожному етапі» [7, с. 190].

Однак в зазначених вище джерелах [1-7] не конкретизуються етапи контролю рівня іміджу, а також не розкривається їх зміст.

Лише в роботі Чубукової Л.В. [8] надається загальний перелік робіт, що відносяться до контролю. До таких робіт дослідник відносить «оцінку результатів реалізації імідж-стратегії, аналіз причин відхилень отриманих результатів від запланованих, проведення коригувальних дій» [8, с. 20]. У той же час не наводяться рекомендації щодо того, яким чином реалізувати дані види робіт.

Таким чином, в літературних джерелах дослідники вказують на необхідність здійснення контролю рівня іміджу підприємства, а також на якому етапі його проводити. Однак при цьому не розкривається зміст і послідовність робіт при контролі рівня іміджу підприємства.

Отже, метою подальшого дослідження є обґрунтування основних етапів контролю рівня іміджу підприємства, а також уточнення їх змісту на основі використання методу системного аналізу та процесного підходу.

Література:

1. Алешина И. В. Корпоративный имидж: стратегический аспект. *Маркетинг в России и за рубежом*. 1998. № 1. С. 44–50.
2. Шкардун В. Д., Ахтямов Т. М. Оценка и формирование корпоративного имиджа предприятия. *Маркетинг в России и за рубежом*. 2001. №3. С. 68–77.
3. Федотова И. В., Алюкаева В. Е. Процесс формирования имиджа автотранспортного предприятия. *Економіка транспортного комплексу: зб. наук. праць*. Вип. 17. Х. : ХНАДУ, 2011. С. 62–74.
4. Блинов А. О., Захаров В. Я. Имидж организации как фактор ее конкурентоспособности. *Менеджмент в России и за рубежом*. 2003. №4. С. 35–44.
5. Семенчук Т. Б., Басараб Н. А. Формування іміджу підприємства. *Економіка і суспільство*. Випуск № 7. 2016. С. 473–477.
6. Джи Б. Имидж фирмы: планирование, формирование, продвижение. М.: «Центр», 1999. 273 с.
7. Горчакова Р. Р. Особенности формирования корпоративного имиджа. *Известия высших учебных заведений. Поволжский регион*. 2012. № 2 (22). С. 185–192.
8. Чубукова Л. В. Стратегическое управление имиджем промышленного предприятия в условиях конкуренции: автореф. дис. на соискание ученой степени канд. эк. наук: 08.00.05. Ижевск, 2007. 21 с.

КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА ЯК ІНСТРУМЕНТ ЕФЕКТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВА

*Фроленкова Н.А., к.е.н., доцент кафедри менеджменту
Куліш Д.С., студентка
Національний університет водного господарства та
природокористуванн, м. Рівне*

Сучасні умови ведення бізнесу сприяють розгляду поняття «корпоративна культура» як один з основних елементів системи управління персоналом.

Корпоративна культура відіграє важливу роль в організації та діяльності сучасних вітчизняних і зарубіжних комерційних організацій. У сучасному бізнесі корпоративна культура виступає важливою умовою успішної роботи фірми, фундаментом її динамічного зростання, свого роду гарантом прагнення до підвищення ефективності. Саме корпоративна культура виступає важливим чинником успішної діяльності підприємства, підвищення його конкурентоспроможності.

При визначенні сутності корпоративної культури часто використовують функціональні, психологічні, нормативні та історико-генетичні аспекти.

Корпоративна культура – набір базових цінностей, переконань, негласних угод і норм, які поділяються усіма членами організації. Це свого роду система

загальних цінностей і припущень про те, що і як робиться в фірмі, яка пізнається в міру того як вони зіштовхуються із зовнішніми і внутрішніми проблемами. Вона допомагає підприємству вижити, перемогти в конкурентній боротьбі, завоювати нові ринки і успішно розвиватися. Її можна тлумачити, як інструмент у сфері управління, що дає змогу керувати персоналом, підвищувати конкурентоспроможність, ефективно здійснювати позитивні зміни.

Головними компонентами корпоративної культури є: власне, співробітники, які розділяють цінності компанії; прийнята система лідерства; стилі вирішення конфліктів; діюча система комунікацій; норми поведінки в організації; особливості гендерних і міжнаціональних взаємин; корпоративний стиль – зовнішній вигляд офісу, інтер'єру, дрес-код та символіка; ритуали, звички та традиції [1].

Корпоративну культуру, як ресурс організації, важко переоцінити. Вона є інструментом управління, формує імідж компанії та виступає як сукупність цінностей, норм, правил, традицій і принципів, за якими будуються всі відносини компанії як зі співробітниками, так і з стейхолдерами.

Основними функціями корпоративної культури є: системо утворююча, іміджева, мотиваційна, ідентифікуюча, позиціонування.

Концепція сильної корпоративної культури включає наступне:

- визнання тісного взаємозв'язку між особистістю і роботою людини;
- робота краще відповідає людині, коли в організації формальна і неформальна структури збігаються;
- особистість працівника, тобто єдність різноманітних здібностей, потреб і ролей, повинна відповідати такій роботі, зміст якої не поділяється на часткові операції, а представляє єдність різних завдань.
- інтерес працівника до своєї праці зростає, якщо він знає кінцеві результати своєї діяльності. Планування своєї праці, контроль за її виконанням повинні бути включені в структуру самої роботи, в її зміст.

Корпоративна культура, будучи невід'ємною частиною життєдіяльності компанії, істотно впливає на її ефективність. Розуміючи це, керівництво компаній сьогодні прагне до створення сильної корпоративної культури, яка базується на іншому, ніж раніше, розумінні людини і її ролі в системі суспільного розподілу праці.

Світовий досвід переконує, що впровадження корпоративної культури дає змогу досягти високих рівнів організації корпорації. Тобто, чим сильніша корпоративна культура, тим сильніша компанія, тим вона конкурентоспроможніша, а потужна корпорація – основа економічної стабільності.

У той час, як за кордоном у теорії й на практиці корпоративного управління вже є розуміння, що в культурі прихована велика конкурентна сила, в Україні усвідомлення ролі, яку відіграє корпоративна культура як стратегічна конкурентна перевага організації, приходиться поступово й лише в останні роки [2]. Керівникам ще потрібен час для усвідомлення її значимості, яку можна

означити як нематеріальну основу конкурентоспроможності, основу успіху будь-якої організації. Саме ставлення до корпоративної культури в Україні до сих пір залишається неоднозначним [3]. Це говорить про те, що наша підприємницька культура підсвідомо все ще залишається затиснутою в лещатах між старою пострадянською традицією виробничої демократії, владним абсолютизмом «примусу до ринку» 1990-х років і західним розумінням професійного самоврядування.

Таким чином, корпоративна культура – це певний рівень майстерності, уміння як персоналу, так і керівництва, працювати ефективно на всіх рівнях у всіх функціональних сферах. В сучасному бізнесі корпоративна культура виступає важливою умовою успішної роботи підприємства, фундаментом його динамічного зростання, гарантом прагнення до підвищення ефективності. З посиленням конкуренції з'являється необхідність в створенні додаткових конкурентних переваг, однією з яких і є корпоративна культура.

Література:

1. Шевченко В. С. Визначення впливу корпоративної культури на діяльність підприємства. *Комунальне господарство*. 2011. Вип. 14. С.160–165.
2. Кравченко О. Корпоративна культура, як стратегічна конкурентна перевага на підприємстві. *Вісник Хмельницького національного університету*. Хмельницький. 2011. № 3. С. 124–127.
3. Кіщак Т. Г. Вітчизняні реалії становлення корпоративної культури на підприємствах. URL: www.econotunauka.com.ua (дата звернення: 11.10.2020).

МОТИВАЦІЯ ПЕРСОНАЛУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ

*Шершенюк О.М., к.е.н., доцент
Щербанюк В.Л.*

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

У сучасних умовах ринкової економіки головним завданням керівників на підприємстві є процес управління в цілому: координація різних функцій, їх узгодження; підбір керівників відповідних служб і підрозділів; організація ієрархії управляючої системи. Проблеми мотивації персоналу завжди вважались актуальними в економічному розвитку, так як працівники хочуть мати комфортні та безпечні умови, постійний розвиток, гарну заробітну плату, а працювати навпаки менше.

У силу цього постає задача перед керівництвом – знайти компроміс між умовами роботи та оплатою праці, таким чином, щоб задовольняли, як керівництво так і робітників в цілому.

Проблему здійснення мотиваційної діяльності на підприємствах розглядали у своїх роботах такі вчені-економісти як: А. Сміт, Д. Мак-Клелланд, М. Сирникова, Ф. Тейлор, Ф. Герцберг, А. Маслоу, Д. Богиня, К. Альдерфер,

А. Колот, В. Гриньова, Д. Мак-Грегор, М. Дороніна, О. Новікова., В. Ковальов, О. Козлова, І. Кузнєцов та інші.

Проте слід зазначити, що залишається досить багато методів при впровадженні яких можна значно підвищити емоційний стан працівників, мотивувати їх та отримати додаткові блага. Адже комфортні умови та мотивовані працівники ось до чого нам потрібно постійно прагнути.

Шлях до ефективного управління людиною проходить через розуміння його мотивації. Тільки знаючи, що рухає людиною, що спонукає її до діяльності, які мотиви покладено в основу її дій можна спробувати розробити ефективну систему форм і методів управління людиною. Для цього необхідно знати як виникають, або викликаються ті чи інші мотиви, як і яким чином мотиви можна привести до дії, як здійснюється мотивація людей [1].

Керівництво підприємства повинно вважати персонал найціннішим ресурсом – адже лише персонал може нескінченно удосконалюватись. Мотивація персоналу є одним з найважливіших факторів, що впливають на розвиток персоналу, а отже і підприємства в цілому. Високий ступінь вмотивованості підлеглих, нинішні керівники повинні ставити на перші місця в ряді внутрішніх факторів підвищення конкурентоздатності своєї діяльності [2].

Для вдосконалення системи управління персоналом потрібне прикласти багато зусиль та застосувати велику кількість принципів, що дозволить оптимальним чином вибудувувати систему взаємозв'язків між працівником і керівником [3].

Система мотивації на рівні підприємства має базуватися на певних вимогах, а саме:

- надання однакових можливостей щодо зайнятості та посадового просування за критерієм результативності праці;
- узгодження рівня оплати праці з її результатами та визнання особистого внеску в загальний успіх.
- створення належних умов для захисту здоров'я, безпеки праці та добробуту всіх працівників;
- забезпечення можливостей для зростання професійної майстерності, реалізації здібностей працівників, тобто створення програм навчання, підвищення кваліфікації та перекваліфікації;
- підтримування в колективі атмосфери довіри, заінтересованості в реалізації загальної мети, можливості двосторонньої комунікації між керівниками та робітниками [4].

Поза сумнівом, одним з основних чинників мотивації персоналу для виконання роботи є оплата праці, виступаюча у формі заробітної плати.

Ряд завдань, які стоять перед системою оплати праці:

- підвищення інтенсивності праці робітника;
- зацікавленість працівника у збільшенні інтенсивності праці, для досягнення високого кінцевого показника діяльності підприємства;
- диференційований підхід в оцінці праці працівника;
- контроль та оцінка діяльності співробітника;

- попередження відхилень у роботі персоналу, пов'язаних зі ставленням до виконання службових обов'язків та регламенту підприємства;
- залучення колективу в оцінку діяльності працівника.

Однак, при розробленні системи мотивації найбільш поширеною помилкою є її розроблення на тривалий термін. У цьому випадку з часом вона перетворюється на систему заохочень, яка передбачає винагороду за вже досягнуті результати, водночас як система мотивації покликана мотивувати персонал до досягнення цілей, визначених завдань, подолання труднощів. Тому необхідно періодично переглядати системи мотивації. При розробленні нової програми, впровадженні нових методів повинні враховуватися недоліки, помилки, зміни внутрішнього та зовнішнього середовища, визначатися нові цілі та завдання.

Література:

1. Хміль Ф. І. Основи менеджменту: підручник / вид. 2-ге, випр. доп. К.: Академвидав, 2007. 576 с.
2. Радько С. Г. Теоретические основы управления трудовым потенциалом: учеб. пособие. СПб.: «Просвещение», 2007. 318 с.
3. Басько Г. М., Бабич В. А. Структура компонентів кадрового потенціалу підприємства. *Економіка і держава*. 2007. № 3. С. 81–84.
4. Коритко С., Миронов Ю. Формування системи мотивації праці на підприємстві. *Електронний науковий вісник «Керівник. ІНФО»*. URL: <https://kerivnyk.info/2012/05/korytko.html>.

ОБҐРУНТУВАННЯ СУБ'ЄКТА ТА ОБ'ЄКТА УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ БУДІВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

*Юрченко О.В., к.е.н., доцент
Сумський національний аграрний університет
Токар І.І., асистент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Особливості розвитку національної економіки України, а також активна участь держави у міжнародних економічних відносинах зумовлюють виникнення та функціонування на її території нових суб'єктів господарської діяльності, заснованих на використанні капіталу вітчизняного та іноземного походження. Зростання кількості підприємств, здатних до ефективного виробництва та реалізації власної продукції та послуг, в тому числі й на підрядному будівельному ринку на території країни й поза її межами, а також активізація діяльності міжнародних будівельних компаній висувають більш жорсткі вимоги щодо якості вітчизняних послуг, а також посилюють конкурентну боротьбу українських підприємств в цілому. Особливо актуальним за цих умов є питання об'єктивної оцінки конкурентоспроможності вітчизняної будівельної промисловості з урахуванням низки негативних мікро та

макроекономічних факторів, зокрема динамічності світової ринкової кон'юнктури, зниження обсягів будівельного виробництва в країні, важкого фінансового становища підприємств, низького рівня платоспроможності, технологічної відсталості, недосконалості транспортної інфраструктури тощо.

В сучасних умовах функціонування економіки України отримання конкурентних переваг будівельними підприємствами на підрядному ринку безпосередньо залежить від їх здатності оперативно та гнучко адаптуватися до вимог споживачів й галузі, а також можливості їх стратегічного бачення майбутнього розвитку. Все це зумовлює підвищену увагу до використання у діяльності таких підприємств сучасних інструментів та засобів теорії та практики впровадження систем управління.

Оскільки конкурентоспроможність підприємства – це складне багатоаспектне поняття, що охоплює якісні та кількісні показники діяльності підприємства і характеризується мінливістю ринкових умов, отже й управління конкурентоспроможністю вирізняється багатофункціональністю, складністю структури та процесу реалізації.

В загальному випадку науково-теоретичні підходи до визначення поняття управління можна систематизувати у вигляді двох основних напрямів дослідження: по-перше, розгляд управління з позиції цілеспрямованого впливу суб'єкта управління (керуючої підсистеми) на об'єкт управління (керовану підсистему), що забезпечує цілісність, функціонування і розвиток такої системи; по-друге, розгляд управління як сукупності дій суб'єкта управління, що здійснює управління економічною системою в цілому й зокрема відповідною поведінкою об'єкта управління в її межах [1].

Таким чином, доцільно дотримуватися першого підходу, спираючись на визначення управління як процесу реалізації послідовних дій щодо впливу керуючої підсистеми на керовану з метою досягнення встановлених цілей розвитку підприємства. Відповідно суб'єкт управління – це керівні органи будівельного підприємства, що уповноважені до застосування сучасних технологій менеджменту для забезпечення ефективного функціонування підприємства у довгостроковій перспективі та його стратегічного розвитку.

Отже, конкурентоспроможність підприємства розглядатиметься як об'єкт управління, основним призначенням якого є виробництво і реалізація продукції та послуг в межах будівельної галузі на основі координації управлінських зусиль з вимогами підрядного ринку.

Однією з головних проблем управління конкурентоспроможністю є формування системи фундаментальних понять та аналізу їхнього економічного змісту, у складі якої провідне місце належить визначенню такого поняття, як «конкуренція».

При цьому конкуренція має наступні визначальні ознаки:

– проявляє себе в системі відтворення технічних і економічних параметрів продукції на всіх стадіях її проектування, виготовлення, передпродажного й післяпродажного обслуговування й споживання (експлуатації);

– є системотворною складовою ринкових відносин, що визначає всю сукупність властивих їм елементів (витрати виробництва, формування ціни, адаптивність підприємств і організацій до вимог ринку, задоволення потреби в товарах і послугах тощо);

– є фундаментом ринкових методів ведення господарства, основою формування й прояву конкурентоспроможності продукції, економічного закону, що виражає об'єктивність категорій конкуренції (змагальності) між суб'єктами ринку, впливає на характер і форми відносин між ними, обумовлює проблеми державного й регіонального рівнів.

В сучасних умовах функціонування економіки України саме стратегічний напрямок розгляду суб'єкта та об'єкта управління конкурентоспроможністю будівельного підприємства становить особливий науковий інтерес. Це зумовлено тим, що стратегічний підхід до визначення дефініції «конкурентоспроможність будівельного підприємства» передбачає більш широке бачення теоретичних та практичних питань управління, орієнтованих на досягнення довгострокових конкурентних цілей означеного підприємства з урахуванням впливу факторів зовнішнього та внутрішнього середовища.

Література:

1. Дикань В. Л. Конкурентоспособность и экономическая стабильность предприятий в промышленно-финансовых группах (методологические аспекты) : дис. ... д-ра экон. наук : 08.02.03. Київ, 1996. 435 с.

СУТНІСТЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ СТРАХУВАННЯ В УКРАЇНІ

Янченко Н.В. канд. економ. наук., доцент

Харківський національний університет будівництва та архітектури

Ярець М.В. ст. гр. ЕП-60

Харківський національний університет будівництва та архітектури

В умовах перебудови, змін в економіці країни необхідно дотримуватись норм та стандартів. Запроваджувати потужні та ефективні інститути. Одним з дуже важливих економіко-правових інститутів, які протягом століть створює і удосконалює цивілізація, є інститут страхування. Двигуном економічного прогресу в сучасному світі, безсумнівно, є вільне підприємництво. Підприємець, за визначенням, це особа, яка здійснює господарську діяльність за свої власні кошти і на свій власний ризик. Для того щоб уникнути проблем необхідно урегулювати інститут страхування в Україні.

Не дивно, що підприємці давно відчули необхідність в наявності структури, яка б розділила з ними ризики господарської діяльності. Таку послугу надає інститут страхування.

Страхування - відносини (між страхувальником і страховиком) щодо захисту майнових інтересів фізичних і юридичних осіб (страхувальників) при настанні певних подій (страхових випадків) за рахунок грошових фондів

(страхових фондів), що формуються шляхом сплати ними страхових внесків (страхової премії) [1].

Суть страхування полягає в тому, що багато учасників економічної діяльності відокремлюють частину своїх доходів, щоб створити резервний фонд, з якого компенсуються збитки тих небагатьох, хто випробував на собі дію невідворотних негативних факторів. Посередниками в цьому процесі виступають страхові товариства, які організують процес акумуляції коштів і спрямування їх постраждалим.

У сучасному світі страхування давно інтернаціоналізувати. Воно являє собою розгалужену систему зв'язків, взаємної підтримки і гарантій, що дозволяє в разі потреби залучити колосальні накопичені резерви для компенсації збитку, заподіяного неконтрольованими і небажаними чинниками. І цілком природно, що такий важливий економічний і соціальний інститут не міг уникнути найретельнішого регулювання законодавчими засобами.

Страхування розвивалося протягом декількох сотень років і стало невід'ємним атрибутом будь-якого бізнесу. Але, на жаль, в Україні не підготовлена платформа для страхових інститутів.

По-перше, відсутній інститут «ефективних власників». Представники старої школи керівників підприємств, як у перші роки незалежності, так і сьогодні, розглядають витрати на страхування як непотрібний елемент, не розуміючи ефективності від цього.

По-друге, на Україні дуже слабо розвинене і зовсім недостатньо підтримано нормами права свідомість соціальної відповідальності [2] громадянина за наслідки своїх діянь щодо третіх осіб і суспільства в цілому.

Наслідки виробничої аварії, заподіяння шкоди навколишньому природному середовищу, заподіяння шкоди здоров'ю і життю оточуючих і їх власності для західного підприємця і для нашого, українського, абсолютно непорівнянні з точки зору тиску правової системи. Тому західний підприємець ні кроку не зробить без страхування своєї виробничої діяльності. Тому наш підприємець у багатьох випадках не бере відповідальність за свою діяльність, а думає лише про миттєве збагачення.

І, нарешті, третій фактор, який свідчить про слабку підготовленість України до розвитку страхування в його сучасних формах, - це відсутність достатньої кількості кваліфікованих фахівців, досвіду в цілому. Той факт, що більшість керівників фірм доручають займатися питаннями страхування своїм юридичним відділам, побічно свідчить про невірне розуміння самого інституту страхування. Страхування - це не юриспруденція і не економіка (хоча, звичайно, пов'язано з ними, як і будь-яке суспільне явище). Страхування - це сукупність математичних, статистичних навичок і технологій. Оскільки у процесі страхування задіяна чимала кількість спеціалістів здатних правильно визначити і розрахувати ризики, що виникають при страхуванні тієї чи іншої діяльності.

Отже, з'ясували, що представляє собою страхування, описали основні його проблеми. З вищенаведеного можна зробити висновок, що для

ефективності функціонування будь-якого бізнесу необхідно кардинально змінювати підхід до ведення та заснування бізнесу, орієнтуючись на успіх та досвід європейських країн, адже в сучасних умовах неможливо запровадити інститут страхування, який би служив «потужною стіною» для підприємств.

Література:

1 Сутність страхування : сайт URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D1%82%D1%80%D0%B0%D1%85%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D0%B5>

2. Смачило В. В. Управління кадровим потенціалом підприємства в контексті соціальної відповідальності. *Академічний огляд*. 2016. №1. С. 119–126.

МОТИВАЦІЯ ПЕРСОНАЛУ ЯК ОДНА З ПЕРЕДУМОВ ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ

*Янченко Н. В., к.е.н., доцент,
доцент кафедри економіки
Кулієвич М. Я.
студент XI курсу, магістр*

Харківський національний університет будівництва та архітектури

За визначенням Сердюка О. Д. [1], мотивація – це процес спонукання та стимулювання кожного працівника і колективу в цілому до результативної діяльності для досягнення особистих цілей та головної мети підприємства. В економічній літературі виділяють три види трудової мотивації (рис 1).

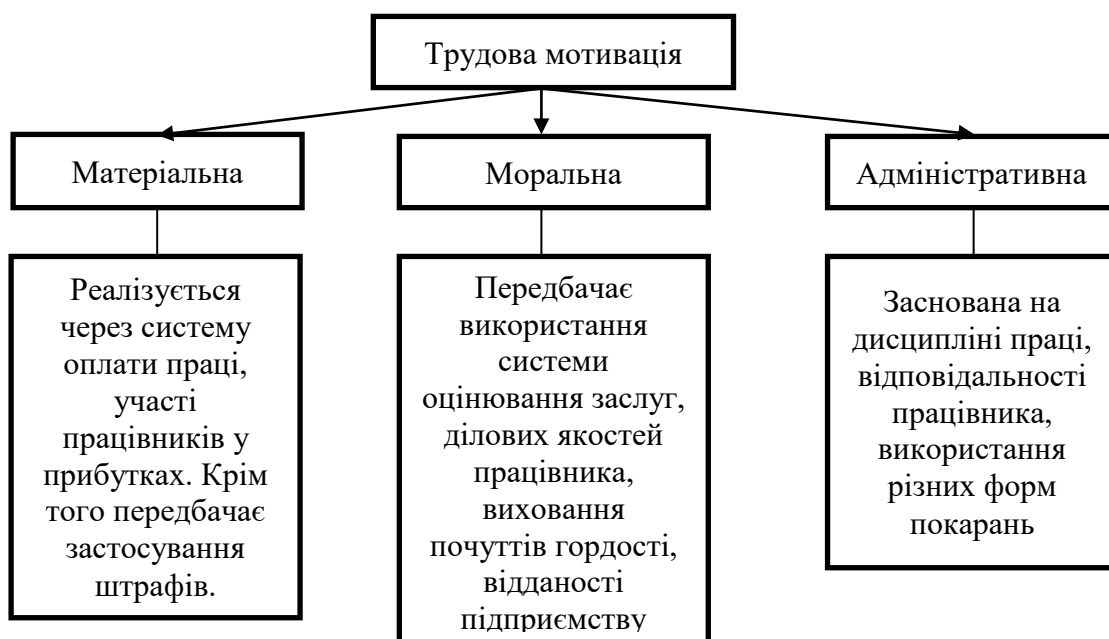


Рис. 1. Види трудової мотивації
Джерело: складено на основі [2]

В сучасних умовах конкурентної боротьби, головною умовою для сталого та ефективного функціонування підприємства є постійне вдосконалення організації праці своїх працівників. Важливу роль в організації праці належить саме мотивації персоналу, яка спрямована на підвищення результативності праці, як окремого працівника, так і усього підприємства. У свою чергу, персонал є найважливішим і найскладнішим ресурсом, який використовує підприємство у своїй діяльності. Кожен працівник керується певними цілями та бажаннями, серед яких: конкурентна заробітна плата, комфорт та безпека, кар'єрний ріст, самореалізація, справедливість та стабільність.

Методи мотивації можуть бути найрізноманітніші, які залежать від конкретної ситуації та навичок та вмінь керівника. Зазвичай, на багатьох вітчизняних підприємствах використовуються лише традиційні матеріальні методи мотивації серед яких, надбавки та премії, не використовуючи різноманіття та потенціал інших методів. Серед сучасних методів мотивації виділяють (табл. 1).

Таблиця 1 – Сучасні методи мотивації праці

| Вид | Приклади мотивації |
|-----------------------|---|
| економічні | Застосування систем преміювання, винагород для персоналу, створення бонусної системи; |
| соціальні | надання додаткового вихідного дня, відпусток, відвідування соціально - культурних місць за рахунок підприємства, корпоративи; |
| соціально-економічні | майстер класи, відвідування курсів підвищення кваліфікації, вивчення іноземних мов; |
| екологічні | розміщення квітів, ваз, та картин у приміщення та в коридорах, обладнання приміщення кондиціонерами, витяжками; |
| технологічні | впровадження нових технологій, своєчасна заміна техніки, застосування передових комп'ютерних технологій; |
| культурно-розважальні | відвідування музичних концертів, кінотеатрів, нічних клубів; |
| спортивно - активні | відвідування квест – кімнат, катків, катання на велосипедах, пейнтбол. |

Джерело: складено на основі [3]

Отже, для ефективної та стабільної діяльності підприємства є необхідним використання мотивації. Різноманіття сучасних методів мотивації допомагають керівника ефективно залучати працівників до трудової діяльності. Комбінуючи різні методи мотивації можна досягти максимальної ефективності трудової діяльності.

Література:

1. Сердюк О. Д. Теорія та практика менеджменту: навч. посібник. К. : Професіонал, 2004. 432 с.
2. Види трудової мотивації: веб – сайт. URL: <http://bibliograph.com.ua/dohody-zarplata/84.htm>.
3. Лаптев В. І. Мотивування персоналу в системі менеджменту сучасного вітчизняного підприємства. Херсон: Науковий вісник ХДУ, 2015. 127 с.

Секція 7

Діяльність у сфері фізичного виховання та спорту як підприємництво

БАСКЕТБОЛ І ПРОФЕСІЙНИЙ СПОРТ

*Алієв Р.А., ст. викладач
Харківський національний автомобільно-
дорожній університет*

У Сполучених Штатах Америки баскетбол є одним з найулюбленіших видів спорту серед численних фанатів командних ігор. Не випадково в країні діє видатна баскетбольна ліга, яка збирає під свої знамена видатних баскетболістів сучасності. НБА - це найпрестижніша баскетбольна ліга в Північній Америці. Абревіатура повністю розшифровується, як Національна Баскетбольна Асоціація. Ліга НБА має давню історію. Створена в 1946 році як чоловіча баскетбольна ліга в США, НБА донині є найбільш висококласної баскетбольною лігою в світі. Дана асоціація має 30 команд, які, в свою чергу, поділяються на дві конференції, а кожна конференція - на три дивізіони по 5 команд. Баскетбольні клуби проводять в регулярному сезоні 82 матчі, а далі йде стадія плей-офф (гри на виліт - серії до чотирьох перемог). Для того, щоб потрапити в плей-офф, необхідно увійти до вісімки найсильніших команд конференції. У фіналі ліги НБА зустрічаються переможці плей-офф конференцій. Крім спортивного інтересу в лізі мають місце заробітки великих грошей. Але і витрачає асоціація пристойні суми, так як всі баскетбольні матчі влаштовуються, як грандіозне шоу. В НБА щорічно розігруються 12 нагород, крім головного призу (звання чемпіона НБА). Всі нагороди розподіляються між командами, тренерами і менеджерами. Ці трофеї вручають за різні заслуги перед асоціацією.

Крім проведення баскетбольних матчів, НБА влаштовує вікенд всіх зірок. Він являє собою гру за участю кращих баскетболістів світу. Проводиться грандіозне шоу, яке не залишить в розчаруванні жодного любителя цього виду спорту [1].

Клуби, що об'єдналися в лігу, ведуть між собою безкомпромісну спортивну боротьбу, а у бізнесі вони партнери, співучасники одного підприємства. Професійний спорт, - як відмічав комісіонер NBA Д. Стерн, - являє собою дивовижну аномалію. Бізнес в ньому залежить від виживання конкурентів. У звичайному ж бізнесі навпаки. Виходить, на перший погляд, парадоксальна для бізнесу ситуація: власники провідних команд не зацікавлені в тому, щоб їх конкуренти були слабкими, бо глядачі перестануть ходити на матчі або дивитися їх по телебаченню, оскільки боротьба буде не надто цікавою, а результат заздалегідь відомим (Grydiel, 1976). Наприклад, на початку 1980-х років відвідуваність ігор команд NBA значно знизилась і становила в

середньому 9,5 тис. глядачів на одну гру. У більшості команд асоціації заповнюваність залів складала 40-50% при середній вартості квитків 8 доларів. Фахівці стверджували, що головна причина цього явища криється у нерівнозначності складів команд. І це мабуть було насправді так. Організаційні зміни дозволили NBA досягти наприкінці 1980-х років майже вдвічі більшої відвідуваності при дворазовому збільшенні цін на квитки (16 доларів середня вартість одного квитка). Команда-новачок ліги «Шарлотт Хорнетс» мала середню відвідуваність 23172 глядача. Команда «Сакраменто Кінгз», що грала в залі на 16517 місць, мала 100-відсоткову його наповненість на всіх іграх. Навіть остання, за показником відвідуваності, команда NBA «Вашінгтон Буллетс» мала на трибунах свого залу в середньому 9,8 тис. глядачів, що більше, ніж була середня відвідуваність ігор усіх команд NBA на початку 1980-х років (9,5 тис. глядачів). Про велику залежність відвідуваності змагань від напруженості спортивної боротьби красномовно свідчить фінал плей-офф Кубка NBA 2005 р. між командами «Сан-Антоніо» і «Детройт», де переможець визначився лише в останній сьомій зустрічі. На кожному з семи матчів побувало в середньому 20202 глядача, що стала абсолютним рекордом фіналів плей-офф NBA [2].

Таким чином, з одного боку - прибутки команди (спортсмена) зростають коли вона успішно виступає у змаганнях, а з іншого – чим нижча конкуренція з боку інших команд, тим менш цікаві змагання і тим нижчі прибутки усіх команд (спортсменів). У цьому і полягає специфіка і своєрідність спортивного бізнесу на відміну від інших видів шоу-бізнесу і бізнесу взагалі.

Література:

1. Гуськов С.И. Профессиональный спорт в США. *Спорт за рубежом*. 1990. № 8. С. 12–15.
2. Клещев К. 32 миллиона долларов. Кто больше? *Спортэкспресс*. 1997. № 8. С. 35.

ТРАНСФОРМАЦІЯ ВИЩОЇ ШКОЛИ

*Алієв Р.А., ст. викладач
Харківський національний автомобільно-
дорожній університет*

В епоху глобалізації відбувається втягування країн в єдиний цивілізаційний процес, світовий порядок, в якому все важче зберегти свою самобутню культуру і автентичність. Разом з тим, створення максимально ефективної системи вищої освіти є метою будь-якої країни і розглядається сьогодні як основа соціальної стабільності і розвитку держав і Заходу, і Сходу. Потреба в оптимізації існуючої моделі вищої школи виражається в пошуку точок зближення між системами вищої освіти різних країн. Вихід України на Європейський рівень ставить перед вітчизняною системою вищої освіти цілий ряд нових завдань, що вимагають комплексного рішення [1].

Проблема трансформації вітчизняних ЗВО найбільш актуальна на рівні тих вишів, які ступили на шлях трансформаційних перетворень лише сьогодні. Це перш за все великі університети, які позиціонують себе як провідні галузеві або «старі» класичні з розвиненими традиціями фундаментальних досліджень, яким все важче зберігати свій потенціал в ринкових умовах. Напрямок, темпи і результати трансформаційного процесу в вишах залежать від освітньої політики, прийнятих управлінських рішень, готовності професійної спільноти до змін. Застосування соціологічного дискурсу в дослідженні трансформації вітчизняних ЗВО обумовлено переоцінкою традиційних факторів її розвитку, пошуком механізмів підвищення її ефективності, інноваційності, гнучкості і динамічності, що не порушують основоположні академічних принципів. Цілісне наукове осмислення проведених і проєктованих перетворень вимагає дослідження тенденцій, закономірностей і рушійних сил трансформаційних змін [2].

Перш за все, слід позначити, що під трансформацією вищої школи слід розуміти комплекс базових (структурних, інституційних, організаційних та ін.) змін, які охоплюють, як всю систему в цілому, так і окремі її компоненти – соціальні зв'язки, відносини, властивості, характеристики, соціальні статуси.

Окрім того, слід зазначити, що трансформаційні освітні процеси є одним із проявів глибинних соціальних перетворень, що мають багатофакторний характер. Різноманітні соціальні чинники, що визначають динаміку трансформаційних процесів у вітчизняній вищій школі, класифікуються на *регульовані* (соціальне замовлення на підготовку фахівця певного профілю, розвиток вузівської науки, соціальної структури, виробництва та ін.) і *нерегульовані* (системна криза, інформаційна революція, глобалізація, демографічний фактор). При моделюванні зазначених процесів необхідний облік нерегульованих факторів, що мають в умовах російського соціуму тенденцію до наростання.

І, якщо на регульовані (що не дивно) можна якось впливати, то, зрозуміло, що нерегульовані не підконтрольні людині.

В наших силах – намагатися робити усе, щоб процес трансформації освіти в Україні був контрольованим та «йшов у ногу» з технічним прогресом у світі. Треба «тримати руку на пульсі» та стежити за інноваціями у передових світових країнах, вчитися на їхньому досвіді та робити якомога менше помилок.

Наразі в Україні неперервно ведеться трансформація освіти. Поступово проваджується студенто-центрична система освіти, освітній процес постійно «комп'ютеризується» та «відцифровується», стає дедалі легше проводити навчання дистанційно. Загальний рівень знань у студентів підвищується за рахунок постійних вебінарів та безкоштовних онлайн-ресурсів, доступних кожному [3].

Україна і самі українці стають дедалі технологічними та сучасними. Та це й не дивно, адже ми живемо в епоху четвертої технологічної революції, ми можемо ефективно використовувати віртуальну реальність та гаджети для навчання та повсякденного користування. Ми маємо можливість для

самовдосконалення і ми нею успішно користуємося.

Література:

1. Акусок А. М. Теоретичні засади формування змісту загально педагогічної підготовки майбутнього вчителя: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. пед. наук : спец. 13.00.01 «Загальна педагогіка та історія педагогіки». К., 2009. 22 с.

2. Міхель Д. О. Визначення поняття процесу «європеїзація» та його вплив на сучасне суспільство. *Політологія*. Наукові праці. 2011. Випуск 150. Том 162. С. 22–25.

3. Ярошик М. Я. Підготовка бакалаврів фізичного виховання в умовах інтеграції вищої школи України в європейський освітній простір: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. наук з фіз. виховання і спорту: 24.00.02 «Фізична культура, фізичне виховання різних груп населення», 2010. 20 с.

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ДИСТАНЦІЙНОЇ СИСТЕМИ ОСВІТИ

*Алієв Р.А., ст. викладач
Харківський національний автомобільно-
дорожній університет*

Сучасні інформаційно-телекомунікаційні технології та сервіси укупі з поширенням персональних комп'ютерів, планшетів, смартфонів та інших пристроїв, що мають можливість підключатися до глобальної мережі Інтернет, дозволили занурити людини в безперервний потік інформації, інтенсивність якого постійно збільшується. Такий стан справ породжує безліч проблем і питань, але, з іншого боку, він відкриває не меншу кількість можливостей. Відбуваються фундаментальні зміни і відхід від умов, при яких були розроблені наші нинішні системи освіти – формується нове освітнє середовище.

Система освіти повинна враховувати ці умови і бути готовою до деяких змін, щоб задовольняти вимогам часу. Дійсно, сучасні школярі і студенти, які звикли до ефективного використання гаджетів у всіх сферах життя, очікують їх застосування в сфері освіти.

Технології онлайн-навчання в даний час активно впроваджуються в освітні програми різних спрямувань. Освітня реальність змінюється під впливом цифровізації, і зараз це - головний тренд розвитку сучасної освіти.

Широке поширення інформаційних технологій, вже зараз, дало нам ряд видатних можливостей:

- можливість безперервної освіти припускає під собою отримання нових знань і освоєння різних освітніх програм не тільки в період навчання в школі і вищому навчальному закладі, а й в подальшому на протязі всього життя;

- взаємодія з викладачем дистанційно, перебуваючи в будь-якій точці земної кулі, відкриває великі можливості навчання та реалізує право на освіту

для жителів навіть найвіддаленіших куточків країни і планети в цілому;

- відносну фінансову доступність, що дозволить більшій кількості людей отримувати, знання і навички необхідні для успішної кар'єри.

Серед основних перешкод для впровадження технологій онлайн навчання можна виділити наступні:

- недостатня опрацьованість локальної нормативно-правової бази при відсутності заснованих на практиці рекомендацій на державному рівні;

- неготовність професорсько-викладацького складу з причини відсутності необхідних компетенцій;

- недоступність широко поширених готових рішень, як в технічному плані, так і в плані організації освітнього процесу;

- онлайн робота пред'являє до слухача досить серйозні вимоги в області самоорганізації.

Це дозволяє зробити висновок про те, що використання нових освітніх технологій в умовах цифровізації і мінливих вимог до професійних компетенцій є вельми перспективним.

Проведення курсу в Інтернеті вимагає організаційної та технічної підготовки. Організаційна полягає в тому, щоб чітко опрацювати матеріал курсу, види і форми його подачі, розробити контрольні завдання, встановити терміни для їх виконання, визначити критерії оцінки досягнень слухачів і т. Д. Разом з тим існує і технічна складова, яка полягає у виборі технологій і ресурсів, за допомогою яких освітній контент буде доводитися до слухачів, а також в реалізації механізмів перевірки тестових завдань і т. д.

І нехай онлайн-освіту в Україні все ще сприймається як щось незвичайне, але процес розвитку йде постійно, і з часом ставлення до дистанційного інтернет-утворення в суспільстві буде таким же, як і до традиційного класичного. Що робить можливим створення якісного освітнього продукту, доступного всім бажаючим незалежно від географічного розташування або соціального статусу і доходу.

Література:

1. Андреев А.А. Введение в Интернет-образование: учеб. пособие. М.: Логос, 2003. 45 с.

2. . Пренски М. Миру нужна новая образовательная программа. М.: ИД «Литературная учеба», 2016. 124 с.

ФІЗИЧНЕ ВИХОВАННЯ ЯК КОМПОНЕНТ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ ОСОБИСТОСТІ ФАХІВЦЯ

*Безніс О. Е., ст. викладач
Харківський національний автомобільно-
дорожній університет*

Студенти як майбутні фахівці з вищою освітою значною мірою

визначають майбутнє нашої держави, тому вони повинні мати не тільки високий рівень професійної підготовленості, але й бути фізично витривалими, працездатними, духовно і фізично здоровими. Однак спостерігається тенденція погіршення стану здоров'я студентів, які навчаються у вищих навчальних закладах. З кожним роком збільшується кількість студентів, котрі займаються у спеціальних медичних групах. Майже 90% молоді мають відхилення у стані здоров'я, а понад 50% – незадовільну фізичну підготовленість (О.Д. Дубогай, В.І. Завацький, Ю.О. Короп, 1995; О.В. Дрозд, 1998, І.В. Поташнюк, Г.Є. Іванова, 1999; А.І. Драчук, 2001).

Стан здоров'я студентської молоді – одна з найактуальніших педагогічних проблем. Нові умови життя, навчання і праці потребують певної психологічної й фізичної стійкості. Студенти як майбутні фахівці з вищою освітою значною мірою визначають майбутнє нашої держави, тому вони повинні мати не тільки високий рівень професійної підготовленості, але й бути фізично витривалими, працездатними, духовно і фізично здоровими. Але багатогодинні щоденні заняття в навчальних аудиторіях сприяють розвитку гіподинамії-малорухомості, що є тривожною хворобою нашого століття. За останніми даними у студентів спостерігається стійка тенденція до погіршення стану здоров'я і рівня фізичної підготовленості.

Традиційна фізична підготовка студентів на навчальних заняттях є не ефективною. Існуючі програми фізичного виховання не вирішують питань формування у молоді мотивів і потреб у регулярній фізичній активності як складовій частині здорового способу життя, не виконують оздоровчої функції і потребують подальшого вдосконалення.

Фізичне виховання студентів має низьку ефективність із-за низки об'єктивних причин: недостатня кількість занять за планом; низький рівень використання технічних засобів навчання під час занять фізичними вправами; недостатнє фінансування; недостатній рівень мотивації до систематичних занять фізичними вправами; низький рівень управління фізичними вихованням; у студентів не сформована потреба піклуватися про власне здоров'я; студенти покладаються на діяльність лікувальних закладів і нехтують ефективними, економічно вигідними засобами оздоровлення – засобами фізичної культури.

Зараз ведеться активний пошук нових форм і методів підвищення якості фізичного виховання майбутніх фахівців з вищою освітою. Разом з тим аналіз спеціальної літератури (О.В. Дрозд, 1998; А.І. Драчук, 2001; В.П. Краснов, 2000; А.В. Домашенко, 2003; Т.Ю. Круцевич, 2003) свідчить про те, що теперішня організація фізичного виховання у ВНЗ недостатньо ефективна для підвищення рівня фізичної підготовленості, здоров'я та інтересу значної кількості студентів до занять фізичними вправами.

У фізичному вихованні студентів існують дві основні проблеми:

– перша – як забезпечити об'єм рухової активності, необхідний їм для збереження здоров'я, розумової й фізичної працездатності і який дасть можливість ефективно засвоїти життєво-необхідні вміння, навички і фізичні якості;

– друга – як підвищити ефективність навчально-виховного процесу. Якщо перша проблема передбачає, в основному, вирішення питань організації фізичного виховання (покращання матеріальної бази, підготовку кадрів, посилення керівництва, збільшення бюджету часу на заняття фізичними вправами), то друга пов'язана з пошуком шляхів диференційованого підходу до студентів, розробкою технології навчання, використання технічних засобів навчання тощо.

Підвищення фізичного навантаження й щільності досягається:

- використанням індивідуального підходу в застосуванні засобів і методів фізичного виховання
- за рахунок скорочення часу на показ вправ та пересування під час зміни місць занять;
- регулюванням відпочинку;
- виконання вправ одночасно і поточним способом;
- застосуванням комплексного тренування.

Окрім того, педагог має відійти від тоталітарної системи фізичного виховання та впроваджувати новітні навчально-виховні моделі та технології, щоб забезпечити розвиток такого рівня свідомості, який би спонукав студента до самопізнання і само активності.

На думку Н.Ю. Борейка фізичне виховання як компонент професійної підготовки має сприяти формуванню особистості фахівця, здатного до ефективної трудової діяльності, до прийняття самостійних рішень.

Література:

1. Базильчук В. Б. Організаційні засади активізації спортивно-оздоровчої діяльності студентів в умовах вищого навчального закладу: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. наук із фізичного виховання і спорту: Львів, 2004. 43 с.
2. Бех І. Д. Особистісно зорієнтоване виховання: науково-метод. посібник. К.: ІЗМН, 1998. 204 с.
3. Гладошук О. Г. Педагогічні умови вдосконалення культури зміцнення здоров'я студентів в системі фізичного виховання у вищому навчальному закладі: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. пед. наук: К., 2008. 24 с.

ПРОБЛЕМИ ФІНАНСУВАННЯ ФІЗКУЛЬТУРНО-СПОРТИВНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

*Безніс О. Є., ст. викладач
Харківський національний автомобільно-
дорожній університет*

Незважаючи на сталий розвиток ринкової системи господарювання, фінансова політика держави у галузі фізичної культури і спорту не сприяє її динамічному розвитку. Поступово зменшується кількість населення країни яке активно займається фізичною культурою та спортом, руйнуються або

перепрофілюються спортивні споруди, не здійснюється їх поточний та капітальний ремонт, надмірно зменшилася кількість працюючих тренерів та спортивних інструкторів. Особливо вражаючими ці факти спостерігаються в сільській місцевості, що підтверджує контраст умов функціонування закладів фізичної культури і спорту.

Відповідно до Закону України «Про фізичну культуру і спорт», держава регулює відносини у сфері фізичної культури і спорту шляхом формування державної політики у цій сфері, створення відповідних державних органів, фінансового, матеріально-технічного, кадрового, інформаційного, нормативно-правового та іншого забезпечення розвитку фізичної культури і спорту, а також визнання широкого самодіяльного статусу фізкультурно-спортивного руху в Україні і комплексної взаємодії державних органів з громадськими організаціями фізкультурно-спортивної спрямованості. Держава визнає і всебічно підтримує олімпійський рух в Україні, діяльність Всеукраїнських фізкультурно-спортивних товариств, національних спортивних федерацій, інших громадських організацій фізкультурно-спортивної спрямованості [1].

За рахунок коштів державного бюджету фінансуються:

- державні програми підготовки резерву та складу національних команд та забезпечення їх участі у змаганнях державного і міжнародного значення;
- державні програми з інвалідного спорту та реабілітації;
- державні програми фізкультурно-спортивної спрямованості.

За рахунок коштів місцевих бюджетів фінансуються видатки державних програм розвитку фізичної культури і спорту: утримання та навчально-тренувальна робота дитячо-юнацьких спортивних шкіл усіх типів (крім шкіл республіканського Автономної Республіки Крим і обласного значення), заходи з фізичної культури і спорту та фінансова підтримка організацій фізкультурно-спортивної спрямованості і спортивних споруд місцевого значення.

Державне управління сферою фізичної культури і спорту забезпечує розв'язання таких питань, як визначення стратегічних напрямів розвитку фізичної культури і спорту в країні, підготовка та виконання відповідних державних програм та заходів, створення сприятливих умов для функціонування фізкультурно-спортивних організацій усіх форм власності, які мають пройти інвентаризацію та бути занесені до відповідного державного реєстру. В свою чергу, необхідно посилити процеси з демократизації та децентралізації державного управління – з чітким визначенням меж повноважень та відповідальності суб'єктів відповідного сектора сфери фізичної культури і спорту.

Місцеві органи виконавчої влади та органи місцевого самоврядування основну увагу приділяють реалізації державної політики у сфері фізичної культури і спорту з урахуванням територіальних, соціальних та інших особливостей, зміцненню матеріально-технічної бази розвитку фізичної культури і спорту, впровадженню передових технологій, забезпеченню функціонування суб'єктів державного сектора цієї сфери та створенню

сприятливих умов для відповідних суб'єктів громадського і приватного секторів, які безпосередньо і проводять фізкультурно-спортивну діяльність. Функціонування громадського сектору сфери фізичної культури і спорту є проявом реальних потреб громадян у фізкультурно-спортивній діяльності та їх самодіяльної ініціативи. Діяльність фізкультурно-спортивних товариств, спортивних федерацій та інших громадських організацій фізкультурно-спортивного спрямування забезпечує формування та реалізацію відповідних мотивацій та інтересів громадян, захист їх прав у сфері фізичної культури і спорту. Органи виконавчої влади на договірних засадах взаємодіють із суб'єктами громадського сектору сфери фізичної культури і спорту.

Пріоритетом матеріально-технічного забезпечення спорту повинно бути формування розгалуженої мережі сучасних спортивних споруд з урахуванням запитів різних соціальних, професійних груп населення, їх інтересів та рівня спортивної підготовленості. Держава має створити привабливі економічні умови для залучення приватних інвестицій у розвиток матеріально-технічної бази сфери фізичної культури і спорту.

Саме тому у нинішніх соціально-економічних умовах належить істотно змінити підходи до рівня фінансування галузі фізичної культури і спорту. З цією метою віднайти нові джерела державного фінансування та їх наповнення, змінити підходи фінансування галузі з місцевого бюджету, активізувати залучення позабюджетних коштів. Для цього потрібно, розробити та прийняти правові акти для залучення фінансових та матеріальних ресурсів у сферу фізичної культури і спорту, домогтися створення достатнього багаторівневого та багатоканального фінансування закладів фізичної культури і спорту що дасть можливість істотно покращити ефективність їх роботи та зміцнення їх фінансового стану. Аналіз чинних нормативно-правових актів, з проблем фінансової політики держави в галузі фізичної культури і спорту, вказує на те що багато складових потребують оновлення відповідно реалій сьогодення, ринкових умов. Слід виробити стратегію фінансового забезпечення цієї галузі. Посилити роль фінансового контролю у ефективності використання виділених фінансових ресурсів.

Література:

1. Про фізичну культуру і спорт: Закон України від 24.12.1993 № 3808-ХІІ. URL: <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=3808-12> (дата звернення: 22.10.2020).
2. Інна Філоненко. Фінансування спорту зменшено на 30%. *Газета «День»*. №37 від 4 березня 2019 року. URL: <http://www.day.kiev.ua/270744/> (дата звернення: 22.10.2020).

ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ У СФЕРІ ПРОФЕСІЙНОГО СПОРТУ

*Безніс О. Є., ст. викладач
Харківський національний автомобільно-
дорожній університет*

Ринок праці – є одним з динамічніших елементів економіки кожної країни. Він має особливі характеристики та складності у своєму врегулюванні, тому що товаром на ньому є робоча сила живою людиною. Ще більш специфічним є ринок праці професіональних спортсменів, тому що вимоги до кандидатів є дуже і дуже жорсткими.

Ринок праці є найбільш точним детектором соціального стану населення тієї чи іншої країни, що відображається в географії та кількості проведених турнірів [1]. Розглядаючи економічні відносини у сфері професійного спорту, необхідно відзначити особливу систему трудових відносин, існуючих на ринках праці спортсменів-професіоналів. Подібна система відносин «роботодавець–спортсмен» не має близьких аналогів для інших професій і ринків [2]. Структуру ринку характеризує число організацій, контролюючих проведення турнірів у гольфі – PGA; тенісі – ITF, ATP, WTA і організатори чотирьох турнірів «Великого шолома»; у легкій атлетиці – IAAF, Асоціація міжнародних марафонів і пробігів по шосе (AIMS), Європейська легкоатлетична асоціація (ЕАА), Легкоатлетична конфедерація Центральної Америки і Карибських островів (AthleCAC), Міжнародна асоціація понад марафону (IAU), Міжнародний легкоатлетичний фонд (IAF), Легкоатлетична асоціація Північної Америки, Центральної Америки і Карибських островів (NACAC) і Всесвітня асоціація ветеранської легкої атлетики (WMA) [1]. Деякі з них ведуть свою діяльність на території України.

Для характеристики ринку праці спортсменів-професіоналів можна виділити кілька особливостей:

1. Особливий вид товару, вибраного на ринках – спортсмени: підписуючи контракт, роботодавець отримує контроль не тільки над спортивними вміннями та знанням, але і над значною мірою над особистим життям спортсмена: право на свободу пересування, вибору розпорядку дня, раціону харчування, напоїв і багато чого іншого. Разом з укладенням контракту спортсмен-професіонал одержує цілий набір приписів та обмежень. На цей набір накладається система самообмежень з метою досягнення високого результату. Таким чином, ринок праці професійних спортсменів – особлива система відносин, при якій звичайний спектр громадянських прав індивіда обмежується.

2. Особлива система відбору і найму професійних спортсменів: ринки праці професійних спортсменів мало схожі на традиційні – на них не функціонують служби зайнятості (біржі праці), не публікуються інформаційні бюлетені з переліку відкритих вакансій і кваліфікаційних вимог. Тут все інакше. Спеціальні тренери-селекціонери з спортивних організацій різного

рівня «просіюють» ринок, відстежуючи успіхи і невдачі окремих спортсменів. Помічених перспективних спортсменів беруть на замітку, дають їм грошову оцінку і потім запрошують на роботу. У той же час спортсменів, не демонструють обнадійливих результатів, переводять у резерв або дублюючий склад.

3. Спеціальна система ціноутворення: питання про ціну того чи іншого спортсмена на професійно-орієнтованих ринках праці дуже важливий з кількох причин. По-перше, ціни на професійних спортсменів, як правило, досить високі, по-друге, потенційні таланти спортсмена і його можливості невизначені, по-третє, професійний спорт вельми ризикований в плані отримання травм та ушкоджень [2].

Література:

1. Борисова О. В. Рынок труда в современном теннисе: особенности функционирования. Киев. НУФВСУ, 2012. 375 с.
2. Галкин В. В. Экономика профессионального спорта: веб-сайт . URL: <http://vadim-galkin.ru/sport-2/sport/economics/> (дата звернення: 25.10.2020).

ОБГРУНТУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО ПРОЦЕСУ У ВИЩОМУ НАВЧАЛЬНОМУ ЗАКЛАДІ

*Безніс О. Є., ст. викладач
Харківський національний автомобільно-
дорожній університет*

Всі інновації в організації системи освіти не можуть не відбитися на зміні освітнього середовища вищого навчального закладу. Мова йде, в першу чергу, про зміну змісту освіти, яке формально має з'явитися в появі авторських освітніх програм педагогів, а також в появі індивідуальних освітніх траєкторій для слухачів. У зв'язку з цим однією з першорядних завдань є визначення педагогічних умов успішності інноваційного процесу у вищому навчальному закладі. Слід зазначити, що в довідковій літературі «умова» розуміється як: «Та обставина, від якої що-небудь залежить, правила, встановлені в якій-небудь області життя, діяльності, обставина, в якій будь-що відбувається». Виходячи з цього педагогічні умови, виступаючи як один з компонентів педагогічної системи, відображають сукупність можливостей інноваційного освітнього середовища, що впливають на суб'єкти системи, забезпечуючи її ефективно функціонування і розвиток. В роботі Н.Іпполітової і Н.Стерхової справедливо зазначено, що «в сучасних педагогічних дослідженнях, пов'язаних з проблемами вдосконалення функціонування педагогічних систем, підвищення ефективності освітнього процесу, одним з аспектів, що викликають найбільший інтерес, є виявлення, обґрунтування і перевірка педагогічних умов, що забезпечують успішність здійснюваної діяльності» [1, 2]. У зв'язку з цим необхідною умовою інноваційності освітнього середовища вищого навчального

закладу є забезпечення процесу постійного зростання її складності, тому одним з неочевидних, але обов'язкових показників моніторингу повинен стати показник «перешкоди на шляху підвищення складності системи». Це, наприклад, такі категорії, як традиційно бажані професорсько-викладацьким складом авторитарні методи управління, низький рівень компетенцій окремих викладачів, відсутність інновацій в середовищі кафедральних педагогів, небажання впроваджувати інноваційний педагогічний досвід сусідніх кафедр і підрозділів і т.п. Для оцінки показника «перешкоди на шляху підвищення складності системи» доцільно взяти за основу підхід, викладений в роботі Н. Рожкової. У своєму дослідженні вона оцінює внутрішній настрій колективу на успішне проведення інновацій. Для оцінки ступеня готовності до інновацій використовується порядкова шкала, де кожен порядок вказує на ступінь впевненості в успіху, одиниці відповідає мінімальний рівень впевненості, п'ятірці - максимальний. Як показано у роботі Н. Рожкової індекс має ряд властивостей. Він приймає максимальне значення, тоді, коли всі респонденти в групі впевнені в успішному виконанні завдання. Позитивне значення індексу говорить про те, що «впевнених» більше, ніж «невпевнених». І, відповідно, від'ємне значення з'явиться в ситуації, коли число «невпевнених» більше, ніж «впевнених». У групах з однаковою різницею (відмінною від нуля) між числом «впевнених» і «невпевнених» значення індексу буде більше в тій групі, де менше нейтральних відповідей. Якщо в групі немає респондентів впевнених, нейтральних, не надто впевнених, зовсім неувпевнених, а всі респонденти скоріше впевнені, ніж ні. Таким чином, використання даного підходу дозволяє виділити людей з числа співробітників, які впевнені в успішному виконанні поставленого завдання. Відповідно, надання їм більших можливостей для продуктивної роботи і професійного росту – одна з умов успішності інноваційного процесу. Також доцільно провести «оцінку кожного члена колективу з точки зору можливості і бажання працювати в нових умовах. Це можливо зробити за допомогою обчислення індексу його соціометричного статусу». Даний підхід передбачає оцінку співробітників з боку їхніх колег. Відповідно до цього пропонується відповісти на питання, в якому необхідно вказати, чи слід вносити свого колеги в інноваційну діяльність. Позитивне значення індексу соціального статусу дозволяє говорити про високу оцінку діяльності його власника. Слід також зазначити, що соціометричний рейтинг свідчить про авторитетність того чи іншого члена в колективі. Відповідно, надання співробітникам з високим рейтингом індексу соціального статусу великих можливостей для продуктивної роботи і професійного росту - є ще однією з умов успішності інноваційного процесу. Таким чином, з метою оцінки успішності інноваційного процесу у вищому навчальному закладі пропонується провести оцінку перешкод на шляху підвищення складності системи, а також оцінку кожного члена колективу з точки зору можливості і бажання працювати в нових умовах. Визначені у статті педагогічні умови є реальними передумовами успішності інноваційного процесу у вищому навчальному закладі.

Література:

1. Ефімов П. П. Інтерактивні методи навчання - основа інноваційних педагогічних технологій. *Інноваційні педагогічні технології*: матеріали Міжнар. науч. конф. Казань: Бук, 2014. С. 286–290.
2. Ковальчук Г. П., Присакар В. В. Педагогіка фізичної культури : навч. посібник. Кам'янець-Подільський, 2012. 423 с.

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ШВИДКОСТІ НА ЗАНЯТТЯХ ЗІ СТУДЕНТАМИ ВНЗ

*Безніс П.С., викладач
Харківський національний автомобільно-
дорожній університет*

Швидкість може проявлятися в такій формі: 1) рухові реакції на слухові, зорові і тактильні подразники; 2) швидкість окремого руху та його швидкий початок; 3) частота рухів; 4) швидкість в комплексному виявленні. Швидкість також можна розглядати як загальну та спеціальну.

Загальна швидкість – це здатність людини виконувати будь-які рухи та дії, забезпечувати рухові реакції на різні подразники з достатньою швидкістю. Загальна швидкість набувається людиною в процесі життєдіяльності, загальної та спеціальної підготовки, в результаті цілеспрямованого тренування.

Спеціальна швидкість - це здатність виконувати з необхідною, зазвичай з дуже великою, швидкістю змагальну вправу, її елементи і частини. Спеціальна швидкість, особливо максимальна, надзвичайно специфічна і відноситься лише до тих рухів та дій, в яких велось навчання і відповідне тренування, до тих подразників, з якими вона пов'язана. Зі сказаного вище витікає, що розрізняють елементарні (латентний час простих і складних реакцій на зорові, слухові, тактильні подразники; швидкість окремого руху при незначному зовнішньому опорі; частота рухів) та комплексні форми прояву швидкісних здібностей (біг, стрибки, удари, кидки) [1].

Латентний час реакції, в свою чергу, складається з декількох складових і залежить від швидкості проходження нервових процесів в кожній з них: виникнення збудження в рецепторі – передача збудження в відцентрові шляхи; вироблення відповіді в центральній нервовій системі; передача його до м'яза – збудження м'яза та виконання відповідної дії.

Розрізняють прості та складні рухові реакції. Проста реакція виявляється заздалегідь визначеним рухом на відомий та очікуваний сигнал. Прикладом цього може слугувати початковий рух бігуна на короткі дистанції за сигналом стартера. Складні реакції розподіляються на реакцію на об'єкт, що рухається, і реакцію з вибором. Реакція на об'єкт, що рухається (м'яч, суперник, партнер), найчастіше має місце в спортивних іграх. Швидкість реакції на об'єкт, що рухається, залежить від часу, за який людина зуміє побачити об'єкт, оцінити напрямок та швидкість його руху, вибрати план дії та здійснити намічену дію.

До реакції з вибором відносяться такі дії, в яких необхідно реагувати відповідно до особливостей ситуації, що склалась (наприклад, реагувати на червоний, а не реагувати на зелений сигнал, реакція фехтувальника, боксера, хокеїста). Тривалість складних реакцій довші за тривалість простої реакції за рахунок «центральної затримки», диференціювання сигналу. Друга форма швидкості – швидкість окремого руху та його швидкий початок, – як правило, спостерігається під час аналізу окремих рухових актів, наприклад, швидкість відштовхування в стрибках, виштовхування ядра у фінальному зусиллі. Ця рухова здібність знаходиться на межі швидкості та сили. Якщо рух виконується з високою швидкістю незавантаженою або малозавантаженою кінцівкою (фехтування, бокс), він відноситься до швидкості; якщо рух пов'язаний з переміщенням всього тіла (відштовхування у стрибку) або з наявністю опору, супротивника (боротьба) – ця рухова здібність в більшій мірі відноситься до вибухової сили [2].

Третя форма прояву швидкості – частота рухів; характеризується вона кількістю рухів, що повторюються в певний проміжок часу, в циклічних видах спорту - однакових за структурою, а в ациклічних видах, наприклад, в боксі, баскетболі - не завжди однакових за структурою. Частота рухів також залежить від швидкості проходження нервових процесів (від того, наскільки швидко в нервових центрах виникає сигнал на скорочення та розслаблення м'яза).

Четверта форма швидкості – комплексний прояв – визначається спроможністю долати відстань в найменший відрізок часу в циклічних спортивних вправах. Ця форма вияву швидкості складається з трьох фаз: а) початок руху; б) розгін (збільшення швидкості); в) збереження швидкості. Елементарні форми прояву швидкості незалежні одна від одної. Водночас поєднання трьох фаз зумовлює всі випадки прояву швидкості, специфічних особливостей і проявляються вони в різних величинах і багатьох співвідношеннях. Наприклад, в спринтерському бігу результат залежить й від реакції на старті, й від швидкості кожного окремого руху, й від розвинутого на дистанції темпу рухів [3].

Між вказаними формами швидкості є зв'язок, але немає прямої залежності; швидкість виявляється в єдності зі структурою руху. Швидкість, яка розвинута в бігу на короткі дистанції, може не вплинути суттєво на швидкість рухів боксера або борця. Таким чином, перенос швидкості виникає в основному в структурно схожих рухах. Отже, основною умовою розвитку швидкості є оволодіння досконалою технікою конкретного руху.

Швидкість всіх елементарних форм обумовлюється, в основному, двома факторами: оперативною діяльністю нейромоторного механізму і здатністю до швидкої мобілізації всіх складових рухової дії. Перший фактор залежить від генетичних особливостей і майже не поліпшується. Встановлено, що час простої реакції в осіб, які не займаються спортом, як правило, коливається в межах 0,2–0,3 с, а у висококваліфікованих спортсменів – 0,1–0,2 с. Ці дані підтверджують давньо відому істину: навіть в процесі наполегливих тренувань час реакції, як правило, не може зрости більш ніж на 0,1 с. Другий фактор

піддається тренуванню і тому головним напрямком й основним резервом підвищення швидкості конкретної рухової дії є пристосування моторного апарату до конкретних умов та оволодіння раціональною м'язовою координацією, яка спонукає до повноцінного використання індивідуальних можливостей нервово-м'язової системи, що властиві даній людині.

Література:

1. Бондарчук А. П. Тренировка легкоатлета. Киев: Здоров'я, 1986. 158 с.
2. Верхошанский Ю. В. Основы специальной физической подготовки спортсменов. Москва: Физкультура и спорт, 1988. 331 с.

ВДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНОГО ПРОЦЕСУ ФІЗИЧНОГО ВИХОВАННЯ

*Безніс П. С., викладач
Харківський національний автомобільно-
дорожній університет*

В останні роки істотно зросла зацікавленість фахівців до проблеми фізичного виховання дітей, підлітків та учнівської молоді. Фізична культура в цілому і всі її види покликані за допомогою раціонально організованої рухової активності, використовуючи природні ресурси і духовні сили, максимально реалізувати можливості організму і особистості для повноцінного життя, самовиявлення і творчості

В сучасних умовах розвитку суспільства виникла гостра потреба переходу від традиційно сформованих схем змісту і організації системи фізичного виховання осіб, які навчаються в освітніх установах до інноваційної педагогічної технології цього процесу, яка буде ефективно вирішувати завдання збереження і зміцнення здоров'я підростаючого покоління країни. Освітньо-виховний процес в області фізичної культури розглядається як система формування у тих хто займається навичок і потреб у саморозвитку, самовдосконаленні, самоосвіті та самоорганізації, провідними компонентами якого є: забезпечення єдності навчально-тренувального процесу, медико-педагогічного обстеження, аналізу ефективності фізичного виховання і самодіагностики; діагностика, корекція стану здоров'я й оптимізація форм, засобів, методів фізичної культури; підготовка фахівців, здатних до сприйняття нової інформації, до розробки і впровадження педагогічних технологій оздоровлення на основі нових наукових даних [1].

Взагалі кажучи, фізичне виховання у ВНЗ має на меті вирішення наступних завдань:

1. Всебічна фізична підготовка студентів.
2. Виховання у студентів високих моральних, вольових і фізичних якостей, готовності до високопродуктивної праці.

3. Збереження і зміцнення здоров'я студентів, сприяння правильному формуванню і всебічному розвитку організму, підтримка високої працездатності протягом всього періоду навчання.

4. Виховання у студентів переконаності в необхідності регулярно займатися фізичною культурою і спортом.

5. Придбання студентами необхідних знань з основ теорії, методики і організації фізичного виховання і спортивного тренування.

6. Професійно-прикладна фізична підготовка студентів з урахуванням особливостей їх майбутньої трудової діяльності [2].

Для того щоб система фізичного виховання була ефективною, вона повинна бути безперервною для різних вікових груп учнівської молоді на всіх рівнях освіти-від дитячих садків до вищих навчальних закладів. Безперервність і спадкоємність фізичного виховання учнівської молоді в системі освіти забезпечуються:

- єдиної законодавчої нормативно-правової бази у сфері фізичної культури, спорту та освіти;

- сукупністю спадкоємних примірних навчальних програм різних рівнів освіти з фізичної культури;

- систематичним використанням засобів фізичної культури у режимі навчальної та позанавчальної години;

- поєднанням різних форм занять фізичними вправами, спортом і туризмом протягом навчального тижня;

- системою гігієнічного навчання і виховання учнівської молоді, формування навичок здорового способу життя;

- дотримуватися вимог щодо контролю динаміки фізичної підготовленості учнівської молоді в освітніх установах [2].

В останні роки в системі освіти спостерігається різке погіршення стану здоров'я і фізичної підготовленості учнівської молоді. Високий відсоток відхилення від норми постави першокурників, що свідчить про низький рівень умов навчально-виховного процесу та санітарно-гігієнічного виховання в школах. Знижена функціональна діяльність серця і фізична працездатність у дітей, які проживають в умовах загазованого повітря, великий відсоток дітей, які страждають хронічними захворюваннями, говорять про необхідність вдосконалення процесу фізичного виховання, так як стратегія забезпечення здоров'я дітей, підлітків та молоді шляхом лікування та медикаментозної профілактики захворювань є пасивною, не в повній мірі відповідає сучасним уявленням про підвищення і збереження високого рівня здоров'я.

Очевидно, що необхідно розробити і впровадити на уроках фізичного виховання в навчальних закладах комплекс обов'язкових вправ по корекції і профілактиці сколіозів і розвитку грудної клітини. Слід не тільки відновити рівень санітарно-гігієнічного виховання минулих років, а й значно посилити його у навчальних закладах, враховуючи наявну екологічну обстановку. Необхідно з першого класу виробляти у дітей навички та вміння фізичного самовиховання і самовдосконалення, оскільки головна роль у вирішенні

завдань відновлення і корекції здоров'я дітей, підлітків та учнівської молоді належить саме саморозвитку, самовдосконалення, самоосвіти і самоорганізації [3].

Література:

1. Андриющенко Л. Б. Спортивно ориентированная технология обучения студентов по предмету «Физическая культура». *Теория и практика физической культуры*. 2002. № 2. С. 47–53
2. Данченко И. П. Физическое воспитание студентов. М.: МГУ, 1990. 168 с.
3. Завидівська Н., Ополонець І. Шляхи оптимізації фізкультурно-спортивної діяльності студентів вищих навчальних закладів. *Фізичне виховання, спорт і культура здоров'я у сучасному суспільстві: збірник наукових праць*. 2010. № 2(10). С. 50–54.

ФОРМУВАННЯ СУЧАСНОГО СПЕЦІАЛІСТА ЕКОНОМІЧНИХ ПРОФЕСІЙ ЗАСОБАМИ РУХОВОЇ АКТИВНОСТІ

*Безніс П. С., викладач
Харківський національний автомобільно-
дорожній університет*

Добре відомо, що правильно організована рухова активність – найважливіший чинник формування здорового способу життя та зміцнення здоров'я людини незалежно від її віку. Це тим більше справедливо по відношенню до підростаючого покоління, для яких процеси росту і розвитку є тим морфофункціональним фоном, на якому вплив адекватної рухової активності особливо значимий. Крім того, спортивна підлітків служить ключовим інструментом організації їх дозвілля, що багато в чому визначає їх резистентність до наркогенного зараження та іншими соціально значущими несприятливими впливами навколишнього середовища .

Якщо людина обмежена у цій природній потребі, її природні задатки поступово втрачають своє значення. Бездіяльність губить, і душу, і тіло! Обмеження рухової активності призводить до функціональних і морфологічних змін в організмі і зниження тривалості життя [1].

Тісний зв'язок стану здоров'я та фізичної працездатності з образом життя, обсягом і характером повсякденної рухової активності доведена численними дослідженнями вчених (М.М. Амосов, Г.Л. Апонасенко, В.К. Бальсевич, Л.П. Матвеев та ін.), які свідчать про те, що оптимальна рухова активність у поєднанні із раціональним харчуванням і способом життя є найбільш ефективною в подоланні серцево - судинних захворювань, попередженні їх, а також збільшенні тривалості життя.

Здоров'я людини визначається безліччю чинників, проте вирішальне значення серед них належить руховій активності, яка залежить від людини і

може бути перетворена нашою волею та наполегливістю. Цей фактор – основний засіб, що використовується у фізичному вихованні та спорті.

Недостатнє рухове навантаження є одним із наріжних каменів у попередженні серцево-судинних та інших захворювань, що включають ішемічну хворобу серця, інсульт, підвищення артеріального тиску, інсулінозалежний діабет, остеопороз. Низька рухова активність або сидячий спосіб життя є доведеним чинником ризику їх виникнення та розвитку.

Для організму рухова активність – це фізіологічна потреба. Кожний прояв рухової активності індукує утворення метаболітів, які необхідні для нормального функціонування організму. Для компенсації недостатньої рухливості використовуються оздоровчі фізичні вправи [2].

Щоб фізична культура надавала позитивний вплив на здоров'я людини, необхідно дотримуватись певних правил:

1) засоби і методи фізичного виховання повинні застосовуватися тільки такі, які мають наукове обґрунтування їх оздоровчої цінності;

2) фізичні навантаження повинні плануватися відповідно з можливостями займаючихся;

3) у процес використання всіх форм фізичної культури необхідно забезпечувати регулярність і єдність лікарського, педагогічного та самоконтролю [3].

Принцип оздоровчої спрямованості зобов'язує спеціалістів з фізичного виховання і спорту так організовувати процес навчання, щоб він виконував і профілактичну і розвиваючу функції. За допомогою фізичного виховання необхідно:

- удосконалювати функціональні можливості організму, підвищуючи його працездатність і опірність несприятливим факторам;

- компенсувати недолік рухової активності, яка виникає в умовах сучасного життя.

Провідна роль відводиться проектуванню різних форм фізкультурно - оздоровчих систем на основі науково обґрунтованих і адекватних співвідношень зовнішніх і внутрішніх факторів розвитку людини.

Найбільш часто профілактично - оздоровчий ефект пов'язують із застосуванням вправ помірної (аеробної спрямованості) інтенсивності (К.Купера). У зв'язку з цим отримали широке розповсюдження рекомендації до використання з оздоровчою метою циклічні вправи (біг, їзда на велосипеді, плавання, ходьба та ін). Циклічні вправи втягують в роботу найбільш великі м'язові групи, що вимагають значної кількості кисню і тому розвивають переважно серцево-судинну і дихальну системи.

Вибір тих чи інших занять з оздоровчою спрямованістю співвідноситься з реальною обстановкою, можливостями, запитамі і є справою смаку та інтересу.

Оздоровчий ефект фізичних вправ спостерігається лише тільки в тих випадках, коли вони раціонально збалансовані за обсягом, потужністю і можливостям займаючихся. Заняття фізичними вправами активізують і удосконалюють обмін речовин, покращують діяльність центральної нервової

системи, забезпечують адаптацію серцево -судинної, дихальної та інших систем до умов м'язової діяльності .

Фізичні навантаження потрібні людині протягом усього життя. Без них людина швидше старіє, набуває букет хвороб. Регулярне застосування фізичних вправ і гуртуючих факторів підвищують життєвий тонус організму, його природний імунітет, покращують функції вегетативних систем, працездатність і попереджує передчасне старіння.

Рухова активність людини, повинна бути систематичною, але помірної дії, без великих перевантажень і напруг.

Рекомендована частота, тривалість та інтенсивність вправ повинні відповідати можливостям кожної конкретної людини і залежати від вихідного рівня його тренуваності. Ті, хто веде сидячий спосіб життя і неактивні фізично, повинні починати повільно (але регулярно) з нетривалих та не дуже інтенсивних вправ, поступово підвищувати свою тренуваність.

Література:

1. Научные основы физической культуры и здорового образа жизни/ под общ. ред. Д. Н. Давиденко. СПб.: СПбГТУ, БПА, 2001. 360 с.
2. Фомин Н. А., Вавилов Ю. Н. Физиологические основы двигательной активности. М.: Физкультура и спорт, 1991. 224с.
3. Психология здоровья / под ред. Г. С.Никифорова. СПб.: Питер, 2006. 607 с.

ВИХОВАННЯ КУЛЬТУРИ ЗДОРОВ'Я СЕРЕД СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ

*Євдокимова І.С., викладач
Харківський національний автомобільно
дорожній університет*

На жаль, в даний час в Україні у просвітницькій і практичній роботі спостерігаються негативні тенденції стану фізичного, психічного, духовного і морального здоров'я. Рівень життя і доходів українців теж має велике значення на формування здорового образу життя.

В зв'язку з цим виникає необхідність удосконалювати цю діяльність як у системі освіти, так і в сім'ї . Значну роль при цьому має сформованість глибоких, міцних знань про здоровий спосіб життя і здоров'я взагалі у студентів, їх батьків, викладачів. Багато відсотків населення розуміють вплив спорту на організм людини, але брак вільного часу (більша частина часу приділяється заробітку грошей) є основною причиною. В ряду основних гуманістичних категорій в педагогіці, як ключовий термін, сьогодні виділяється - здоровий спосіб життя [1].

На основі узагальнюючого системно-логічного підходу встановлено, що вплив несприятливих соціально-гігієнічних чинників під час навчання

призводить до негативних тенденцій у стані здоров'я студентів різних країн.

У студентському віці завершується фізичне дозрівання організму. Цей період характеризується розвитком фізіологічних потенціалів. До 17-18 років процес всебічного вдосконалення рухової функції близький до завершення. Також спостерігається збільшення максимальних показників сили, швидкості рухів та інших показників, що свідчить про розвиток організму в цілому.

Спосіб життя безпосередньо впливає на здоров'я нації, і в той же час умови життя. Від стану здоров'я студента залежить його успіх у навчанні, професійній та творчій діяльності. Той, хто має серйозні відхилення у стані здоров'я, а також веде неправильний спосіб життя, не може максимально реалізувати свої потенційні творчі, фізичні та інтелектуальні можливості. Нажаль наші підлітки не замислюються над проблемою здоров'я (немає потреби в його збереженні та зміцненні) і лише пізніше, втративши його, розпочинають відчувати велику потребу у ньому. Звідси зрозуміло, наскільки важливо, розпочинаючи із самого раннього дитинства, виховувати у дітей свідоме відношення до особистого здоров'я, розуміння того, що здоров'я – найбільша цінність. Встановлено, що лише 2.8% студентів мають чітке уявлення про стратегію виховання культури здоров'я у дітей та лише 11.9% готові власним прикладом прищеплювати їм здоровий спосіб життя [2].

Загальновідомо, що стан здоров'я залежить від: спадковості, умов навколишнього середовища, рівня розвитку галузі охорони здоров'я; способу життя людини, фінансових можливостей, пропаганди з боку держави.

Враховуючи відносно низький відсоток студентів, які регулярно займаються спортом у позанавчальний час, було проаналізовано ряд об'єктивних та суб'єктивних причин, які перешкоджають їм займатися, а це: – брак часу (67–88 % дівчат, 67–100 % юнаків); – відсутність матеріальної бази (12–18 % дівчат), (15–18 % юнаків); – слабкість мотивації (2–11 % дівчат), (1–5 % юнаків). Багато студентів намагаються знайти заробіток у вільний час, ставлячи заняття спортом на друге місце.

Проблема здорового способу життя серед студентської молоді має соціально-політичну значимість. Дослідження вчених в нашій країні і за кордоном свідчать про те, що на сьогоднішній день в умовах демократії молоді люди цілком можуть вибрати той спосіб життя, якому вони віддадуть більше переваги. Головне, щоб він був обраний правильно і не суперечив правилам і нормам моральності, максимально сприяв фізичному та духовному розвитку і самовдосконаленню, допомагав би кожній людині стати повноцінним громадянином своєї країни.

Необхідними рекомендаціями вважаємо: є скринінг населення з визначенням "груп ризику" серед практично здорових людей, пропаганда та впровадження здорового способу життя, поліпшення екологічної ситуації, умов праці та збільшення рівня життя людей. більшість з цих заходів вимагають вагомих матеріальних витрат і систематичної програми з боку держави.

Література:

1. Амонашвили Ш. А. Педагогика здоровья. Москва: Просвещение, 1989. 249 с.
2. Круцевич Т. Ю. Рекреация у фізичній культурі різних груп населення: навч. посібник. Київ. Олімпійська література, 2010. 248 с.

МОДЕЛІ УПРАВЛІННЯ СПОРТОМ

*Євдокимова І.С., викладач
Харківський національний автомобільно
дорожній університет*

Довгий час в спорті панували непрофесійні ідеали, які обмежували його економічне використання.

Зараз спорт і фізична культура стали важливою частиною економіки будь-якої країни, в тому числі і України. Так постійно розробляються й удосконалюються нові моделі управління спортом і його фінансування. Посилюється тенденції комерціалізації та професіоналізації спорту, значно зростає конкуренція навколо бюджетних коштів. Все це свідчить про те, що спорт повинен самостійно навчитися отримувати прибуток з наявних у нього в розпорядженні ресурсів [1].

Оскільки спорт у багатьох своїх проявах дуже чітко класифікується з економічної та управлінської сторін, то дуже багато чого з економічної теорії та теорії управління може бути застосовано в спорті.

Можна виділити наступні стрімко розвиваються сьогодні спортивні ринки:

- ринок орієнтованих на прибуток продавців спорту, представлений численними оздоровчими, танцювальними, гімнастичними студіями і спортивними школами;

- ринок товарів для спортивного туризму, тобто туризму з використанням технічних приладів та пристроїв за наявності відповідної інфраструктури (гірські лижі, серфінг, гольф);

- ринок продавців спортивних тренажерів, обладнання, одягу. Цей ринок розвивається не тому, що збільшується інтерес до спорту, а тому, що спортивність, спортивний стиль – невід’ємні складові сучасного життя;

- ринок спортивних заходів; програм в засобах масової інформації;

- ринок комерційно організованих спортивних подій, що проводяться клубами, федераціями, Олімпійським комітетом (Олімпійські ігри, чемпіонати, турніри, меморіали і т. п.);

- ринок спортивного спонсорства і реклами;

Так можна спостерігати, як відбувається стрімке проникнення законів ринку в спорт, і одночасне збільшення пропозиції спорту як товару.

Внаслідок цих процесів починаєш розуміти, що спорт потребує не тільки в професійних спортсменів і тренерів, але і в професійних економістів,

управлінців, юристів, соціологів. І це стосується всіх його сфер: спорту для глядачів, масового спорту, професійного, спортивних спілок і клубів, і т.д. [2].

Зацікавленість українців фітнес-послугами і здоровим способом життя з року в рік все більше зростає. На жаль, попит на фітнес-послуги в Україні, особливо у менших містах, поки є значно більшим за пропозиції. Фітнес-індустрія зростає не такими швидкими темпами, як це сьогодні потрібно українцям. Тому держава має докласти усіх зусиль для того, щоб бізнес значно охочіше інвестував у фітнес-галузь, в тому числі і малий та середній бізнес, який може охопити фітнес-послугами райони та менші міста. Йдеться і про скасування ПДВ, і про пільги на комунальні послуги, і про нижчі ставки на оренду земельних ділянок. Зі свого боку, гравці ринку мають зробити усе для того, аби надавати фітнес-послуги відповідно до найкращих світових стандартів.

Література:

1. Галкин В. В. Экономика спорта и спортивный бизнес : учеб. пособие. Москва, 2006. 320 с.

2. Любимов С. В., Любимова Г. И. Экономическая эффективность занятий оздоровительной физической культурой. *Теория и практика физической культуры*. 1999. № 4. С. 6–7.

ВПЛИВ ФІЗИЧНОГО ВИХОВАННЯ НА СУЧАСНЕ СУСПІЛЬСТВО

*Євдокимова І.С., викладач
Харківський національний автомобільно
дорожній університет*

Процес фізичного виховання може дати бажані результати тільки результати тільки в тому випадку, якщо він буде постійно вдосконалюватися, враховуючи теоретичний та практичний досвід. Одним із пріоритетів фізичного виховання є формування, якщо він буде постійно вдосконалюватися, враховуючи теоретичний та практичний досвід, формування культури здоров'я.

В кожному виді спорту головну роль грає фізична підготовка, яка створює сприятливі умови для вдосконалення усіх сторін підготовки. Вона ділиться на *загальнофізичну і спеціальну підготовку*. Ціль фізичної підготовки заключається в забезпеченні використання фізичної готовності до оволодіння технічним арсеналом, до ефективного його, до стійкому перенесенню фізичних навантажень, нервово-психічних напруженнях і несприятливих факторів екстремальних ситуацій. Фізична підготовка також повинна сприяти вихованню дисциплінованості, відповідальності, підтягнутості, а у разі колективних занять – товариської взаємодопомоги та взаємної поваги.

Процес фізичного виховання може дати бажані результати тільки в тому випадку, якщо він буде постійно вдосконалюватися, враховуючи теоретичний та практичний досвід. Одним із пріоритетів фізичного виховання є формування,

якщо він буде постійно вдосконалюватися, враховуючи теоретичний та практичний досвід, формування культури здоров'я.

Фізична підготовка передбачає різносторонній розвиток фізичних якостей, функціональних можливостей і систем організму людини, узгодженість їх проявлення в процесі м'язової діяльності. В сучасному спортивному тренуванні загальна фізична підготовленість пов'язує не з різностороннім фізичним удосконаленням взагалі, а з рівнем розвитку якостей і здібностей, що надають вплив на спортивні досягнення загально. Засобами загальної фізичної підготовки являються фізичні вправи, які впливають загальні дії на організм і особу спортсмена. До їх числа відносяться різноманітні пересування - біг, ходьба на лижах, плавання, рухливі та спортивні ігри та ін.

Загально фізична підготовка повинна проводитись протягом усього річного циклу тренування [1].

Спеціальна фізична підготовка характеризується рівнем розвитку фізичних здібностей, можливостей органів и функціональних систем, безпосередньо визначаючих досягнення, в обраному виді спорту. Основними засобами спеціальної фізичної підготовки являються змагальні вправи: і спеціально підготовчі вправи.

Фізична підготовка – це педагогічний процес, направлений на виховання фізичних якостей і розвиток функціональних можливостей. Культура здоров'я або фізична культура – діяльність людини, направлена на укріплення здоров'я, розвиток фізичних здібностей є частиною загального виховання людини, а також частиною культури суспільства. Фізична культура і спорт – це один із засобів боротьби зі шкідливими звичками, курінням та вживанням алкоголю. Основні показники стану фізичного виховання в суспільстві: рівень здоров'я і фізичного розвитку людини; ступінь використання фізичного виховання в сфері виховання і освіти, виробництва, побуту, в організації вільного часу; характер системи фізичного виховання, розвиток масового спорту, великі спортивні досягнення та ін. Фізична культура і спорт в суспільстві нейтралізують негативні впливи на людину, підтримують його на оптимальному рівні психофізичного стану.

Основні елементи фізичного виховання: фізичні вправи, змагання, загартовування організму, гігієна праці і побуту, активно – рухові види туризму, фізична праця як форма активного відпочинку. Процес фізичного виховання може дати бажані результати тільки в тому випадку, якщо він буде постійно вдосконалюватися, враховуючи теоретичний та практичний досвід.

Аналізуючи відповіді на запитання анкети нами було встановлено, що 45% зовсім не орієнтується у цьому питанні, 30% наполовину розуміють про що йде мова, 25% достатньо усвідомлюють користь фізичного виховання та спорту в сучасному суспільстві. В термін «спорт» вкладається професійна і комерційна система, що надає ефективність спортсменів і тренерів, людей більш професійно підготовлених, чим спеціалістів з фізичної культури. Але протягом останніх років спостерігається зниження показників фізичного розвитку та фізичної підготовки, тривалості життя населення, підвищення

показників захворювання, інвалідності. Це потребує необхідність рішення комплексу соціальних проблем в числі яких проблеми фізичної культури и спорту займають важливе місце. В даний час формується активний інтерес до здорового образу життя. Забезпечуючи гармонічний фізичний розвиток, фізкультура і спорт сприяє посиленню природної захисної сили організму підвищення його опірності більшості хвороб. Таким чином, в результаті занять фізкультурою і спортом збільшується кількість здорових працівників в різних сферах трудової діяльності.

Також немаловажний і зовнішній вид співробітників. Інколи це являється одним із визначальним фактором при прийомі на роботу. Здорові працівники більш працездатні, їхній зовнішній вид та внутрішнє здоров'я може позначатися на результатах діяльності підприємств, організацій або інших установ [2].

Спортивний рух набуває все більшої автономності із збереженням діалектичної взаємодії з різними складовими суспільної діяльності. Функціонування його інфраструктури залежить від рівня розвитку та координованості державного, громадського та приватного секторів. У світі існують різні національні моделі організації сфери фізичної культури і спорту – залежно від ролі держави в суспільстві. Стрімкий розвиток спорту для всіх залучення до нього всіх соціальних вікових верств населення будь-яких обмежень, поява нових організаційних форм та видів оздоровчої рухової активності, захоплення підлітків і молоді спортом.

Фізична культура – життєво необхідна кожній людині і всьому суспільству потреба. Під впливом систематичних занять фізичною культурою та спортом виникає високий ефект в збереженні і підвищенні розумової працездатності. Не менше ефективні щоденні самостійні заняття фізичними вправами в загальному режимі життя.

Література:

1. Кузнецов А. К. Фізична культура в житті суспільства: Москва, 1995. 130 с.
2. Бех І. Д. Особистісно-зорієнтоване виховання: науково-метод. посібник. Київ: ІЗМН, 1998. 204 с.

АГЕНТИ УКРАЇНСЬКОГО ФУТБОЛУ

*Зайцев С.С., викладач
Харківський національний автомобільно-
дорожній університет*

В Україна на початку 1990-х років стосунки клубів з футболістами регулювалися переважно усними домовленостями, а сторони навіть не укладали контрактів. Почасти втручався у справи і криміналітет, який мав великий вплив на спорт на пострадянському просторі.

Разом з великими коштами у середині 2000-х років прийшли агенти й в український футбол. Зараз вже важко знайти відомого гравця в якого не було б власного агента. Принесли посередники й чимало негативу.

Коли українські клуби «смітили» грішми до них привозили чимало іноземних футболістів сумнівного рівня. Менеджмент клубів банально нагрівав руки, отримуючи від агентів відкати за ці трансфери.

Попервах не надто рахували гроші й вітчизняні гравці. За словами російського агента Кахора Мумінова, деякі українські футболісти свого часу співпрацювали з його відомим ізраїльським колегою Деннісом Лахтером на кабальних умовах. Вони віддавали йому 30 відсотків своїх заробітків. А клієнтами Лахтера були Андрій Ярмоленко, Роман Зозуля, Олександр Алієв.

Зараз найвпливовішим українським футбольним агентом є Вадим Шаблій, який веде справи більшості футболістів збірної України – в тому числі й Андрія Ярмоленка, трансферна вартість якого оцінюється у 19 млн євро, Тараса Степаненка, Євгена Хачеріді. А от Євген Коноплянка співпрацює з іспанською агенцією Promoesport BCN.

Втім, вплив українських агентів переважно обмежується внутрішнім ринком. Вони здатні ефективно вести переговори з власниками клубів та вибивати для своїх клієнтів вигідні умови контрактів, проте влаштувати футболістів у топові закордонні клуби неспроможні.

Приміром, той же Ярмоленко наприкінці 2015 року підписав новий контракт з "Динамо" з неймовірною для України зарплатнею у \$5 млн на рік, проте у свої 27 років досі не отримав реальної пропозиції від жодного європейського топ-клубу.

Агенти здатні не лише вибити для своїх клієнтів «казкові» контракти, але й зруйнувати футболістам кар'єру. Показовий приклад із Романом Зозулею, якого його агент Володимир Кузьменко влаштував у іспанський клуб «Райо Вальєкано», де українець, що належить «Бетису» мав грати на правах оренди. З'ясувалося, що проти цього переходу виступають ліворадикально налаштовані фани "Райо", які звинуватили Зозулю у неонацизмі через його волонтерську діяльність та підтримку української армії.

Звичайно, футболіст у Мадриді не залишився та повернувся до «Бетису», але до кінця чемпіонату за цей клуб не може грати через те, що вже здійснив впродовж сезону три дозволені регламентом переходи.

А коли ФІФА врешті дозволила українцеві перейти в один з чемпіонатів, який розпочинається навесні, його агент виявився нездатним його працевлаштувати,

Аж ніяк не всі українські зірки футболу пов'язані контрактами з агентами. Так, справи Чигринського веде його брат, Коноплянки – батько. Втім, що один, що інший делегують право пошуку клубів і переговорів різним агентам, так що витримати на 100% принцип «все – в сім'ю» в цій справі складно. Серед найвпливовіших агентів українського ринку – Андрій Головаш, який зробив собі ім'я на вдалих трансферах Вороніна. Зараз серед його клієнтів також Хачеріді, Гармаш, Рибка, Юрченко, Олійник, брати Яковенко. На ЧС-

2006 у складі збірної України було 8 гравців Шандора Варги. З тих пір це представництво збідніло. Проте його вага в нашому футболі і раніше значний. Варга веде Ротаня. Його клієнта Блохіна біля керма «Динамо» змінив його ж клієнт – Ребров. За деякими даними, зараз Шандор консультує власника «Металіста» Курченка. Тим часом набирає обертів агентська компанія у складі Онищенко, Панкова і Шаблія. Перехід Мілевського в «Хайдук» – їхня робота. Серед їхніх клієнтів також Гусєв, Громов, Селін, Фомін, Бабатунде.

Література:

1. Николаенко В. В. Системный подход к разработке проблемы оптимизации многолетней подготовки футболистов. *Теория и методика физического воспитания и спорта*. 2013. № 1. С. 16–20
2. Такмаков А. В. Матрица футбола. Краснодар : ООО «Касп-плюс», 2009. 114 с.

ВДОСКОНАЛЕННЯ ТЕХНІКИ БІГУ СЕРЕД СТУДЕНТІВ

*Зайцев С.С., викладач
Харківський національний автомобільно-
дорожній університет*

При навчанні та вдосконаленні техніки бігу на короткі дистанції слід звернути увагу на ліквідацію найбільш характерних помилок, яких припускаються студенти, а також збільшити обсяг засобів при розв'язанні цих складних завдань.

В методиці розвитку швидкості можна виділити два напрямки: 1. цілісне виховання швидкості у відповідному русі; 2. аналітичне вдосконалення окремих факторів, які впливають на максимальну швидкість руху. Тому до самостійних занять з розвитку швидкості можна переходити лише після оволодіння технікою бігу з середньою швидкістю, оскільки техніка спринтерського бігу має багато схожого з бігом на середні дистанції [1].

Починаючи підготовку з удосконалення спринтерського бігу, потрібно враховувати методичні поради, які суттєво впливають на ефективність тренувального процесу.

1. Головними засобами розвитку швидкості є короткочасні вправи, які виконуються з максимально можливою швидкістю і з граничною частотою рухів. Тобто інтенсивність є вирішальним фактором при розвитку швидкості. Однак потрібно знати, що темп рухів збільшується до тих пір, поки не виникає зайва напруженість. Тому підвищення швидкості повинно йти у відповідності до рівня оволодіння технікою. Тривалість таких вправ не повинна перевищувати 3–10 с, а довжина відрізка – 20–80 м. Заняття слід організовувати так, щоб швидкісним вправам не передувала будь-яка утомлива робота.

2. Відрізок часу між виконанням повторних навантажень повинен

забезпечити оптимальне відновлення працездатності. Відрізок відпочинку не повинен бути тривалим, щоб збудження нервової системи не встигло згаснути. Всяка наступна вправа повинна виконуватись в період підвищеної працездатності. Встановлено, що цій фазі відповідає період відновлення ЧСС до 105–115 за 1 хв. Якщо підготовка знаходиться на достатньому рівні, то загальну кількість повторень треба виконувати серійно.

3. Загальний обсяг навантаження, як в одній вправі, так і в серії повинен бути невеликим і виконуватись до тих пір, поки сам темп виконання тренувальних вправ не почне знижуватися. Тобто, всі вправи повинні виконуватись при оптимальній працездатності центральної нервової системи. При цьому тренуватися потрібно лише доти, поки не настала втома.

4. В кожному наступному тренуванні, в кожній спробі, в кожному повторенні вправи за рахунок вольової мобілізації потрібно намагатись показати найкращий результат, перевершити свою максимальну швидкість.

5. Вправи повинні бути настільки добре засвоєні, щоб під час руху основні вольові зусилля були направлені не на спосіб, а на швидкість виконання. Разом з тим, швидкість рухів можна значно покращити за рахунок розвитку сили м'язів. Цей показник буде підвищуватися лише тоді, коли більш продуктивно використовуватимуться еластичні якості м'язів, пам'ятаючи, що попередньо оптимально розтягнутий м'яз скорочується з більшою силою та швидкістю. В зв'язку з цим, корисним буде виконання вправ у поєднанні розтягування м'язів з наступним їх напруженням і скороченням. При цьому потрібно також навчити студентів розслабляти м'язи антагоністи, які не задіяні в активній роботі [2].

Розвиток швидкості потребує також правильного використання таких методів:

1. Багаторазового повторення вправ на заняттях в нормальних умовах (так званий основний метод розвитку швидкості). При його використанні розрізняють два варіанти: а) використання вправ з поступово наростаючою швидкістю, яка досягає до максимально можливої; б) збільшення максимальної інтенсивності робочих зусиль одразу ж на початку виконання вправ.

2. Виконання вправ в ускладнених умовах (біг вгору, біг з обтяженнями, біг по піску тощо).

3. Виконання вправ в полегшених умовах з більшою швидкістю, в більш високому темпі (біг скороченими і частішими кроками, біг за допомогою тяги, біг на місці в упорі, виконання бігу по доріжці з нахилом 2–3 тощо).

Техніка бігу на короткі дистанції має свої відмінності. Вона характеризується максимальною інтенсивністю, короткочасністю та потужністю роботи рухового апарату. Добра реакція на старті дозволяє одразу розвинути швидкість, а добра фізична підготовка – підтримати її на дистанції без уповільнення на фініші. Для цього застосовують ряд спеціальних підготовчих вправ, які за своїм характером і руховою структурою близькі до бігу, або ж відтворюють окремі елементи бігових рухів. Доступність, емоційність та практична цінність цих вправ робить їх незамінними засобами

для більш правильного оволодіння технікою бігу. Тому основним завданням при вдосконаленні техніки спортивного бігу є правильний підбір, послідовність застосування спеціально підготовчих вправ.

Література:

1. Грибан Г. П. Волевая подготовка бегунов на средние и длинные дистанции. Киев: Здоров'я, 1993. 216 с.
2. Опанасюк Ф. Г., Грибан Г. П. Розвиток швидкості в процесі самостійних занять студентів: метод. розроб. для виклад. кафедр фіз. вих. і студентів. Житомир: ДАУ, 2004. 29 с.

МАРКЕТИНГ В ІНДУСТРІЇ СПОРТА

*Кірсанов М.В., ст. викладач
Харківський національний автомобільно-
дорожній університет*

Маркетинг в спортивній індустрії – потужний інструмент стратегічного планування для вирішення важливих завдань, які стоять перед виробниками продуктів і послуг, командами і навіть окремими спортсменами. Сьогодні світ спорту вже неможливо уявити без реклами, яка приносить її творцям і рекламодавцям величезні гроші і має велике значення для розвитку індустрії в цілому.

Спортивний маркетинг зародився близько 30 років тому, в Україну ж він потрапив приблизно 15 років тому. Це сталося відразу ж після того, як багато спортивних клубів абсолютно самостійними.

Розвитком спортивного маркетингу послужило те, що сфера споживання спортивних товарів і послуг почала стрімко зростати, а боротьба за покупців і клієнтів різко збільшилася. Щоб виділятися на тлі численних конкурентів, виробникам довелося вдаватися до маркетингових заходів.

Відзначимо, що до впровадження маркетингу спорт не приносив грошей. Більш того, до його появи змагання були надто витратними. Факт того, що маркетингові інструменти перетворили спорт в джерело заробітку для багатьох людей, яскраво свідчить про їх діяльність.

Сьогодні маркетинг в спортивній індустрії є самостійною дисципліною. Практика показує, що стандартні способи просування далеко не завжди приносять бажаний ефект в сфері спортивних змагань. Важливо розуміти, що термін «спортивний маркетинг» сильно відрізняється від «маркетингу в спорті», адже другий передбачає використання інструментів просування з інших областей.

Завдання спортивного маркетингу.

Маркетинг в спортивній індустрії ставить перед собою наступні цілі:

1. Вразити глядача, змусити його відчувати емоційне переживання, зробити так, щоб він вибрав чиясь сторону, спонукати інтерес до

подальшого розвитку подій.

2. Залучити спонсора, розвинути лояльне ставлення, породити в ньому почуття прихильності до спортивного клубу. Паралельно з цим важливо викликати у глядачів асоціативний зв'язок зі спонсором, його брендом і продуктом.
3. Влаштувати інфопривід. При цьому важливо не тільки передати в ЗМІ свіжі новини, а й спровокувати їх на прийняття боку клубу або, навпаки, на схвалення дій суперників.
4. Отримати з спортивної події прибуток як для клубу, так і для спонсора.
5. Взяти під контроль враження уболівальників.
6. Розвинути співпрацю з якомога більшою кількістю культурних установ, сформувані «ефект присутності» [1].

Пропоную розглянути успішні рекламні ходи на прикладі плавання.

Київський дизайнер і арт-директор Артем Плужаров розробив креативну друковану рекламу для фітнес клубу Sport Life зі слоганом «Water fits you» – можна перекласти, як «Вода робить тебе стрункішим». Креатив і неординарність торгової марки Arena в рекламній кампанії Water Instinct. Arena успішно використовує атлетичну фігуру плавця і властивий йому «водний інстинкт» для просування товарів, призначених для спортивного плавання.

Наприклад, в США існує організація «Плавання сьогодні» (www.usaswimming.org – офіційний сайт), яка поряд з підтримкою олімпійської збірної намагається збільшити кількість молодих людей в світі спортивного плавання за допомогою державної рекламної та рекламної кампанії. Велика кількість рекламних роликів направляє глядачів на веб-сайт SwimToday.org, де вони докладають зусиль, і просувають хештег #funnestsport.

Тому можна зробити такі висновки, що грамотний маркетинг в індустрії спорту приносить клубу і його спонсорам наступні вигоди:

1. Глядачі не тільки радіють перемогам команди, а й переживають в разі програвів.
2. Спортивний клуб роздобувати вірну аудиторію, яка повертає до нього нових уболівальників з числа родичів, друзів, колег.
3. У спонсора з'являється можливість впливати на глядачів, в тому числі впливати на споживання ними свого продукту.
4. У зв'язку зі зростаючою популярністю клубу про нього починають частіше згадувати по телебаченню, в газетах, по радіо, в Інтернеті, що сприяє притоку нових уболівальників і спонсорів [2].

Резюмуючи, варто відзначити, що маркетингові інструменти можуть бути дуже продуктивними як для просування окремо взятого спортивного клубу, так і для просування товарів і послуг компаній, які прямо або побічно пов'язані зі спортивною тематикою. Але кінцевий результат роботи цих інструментів безпосередньо залежить від правильного застосування стратегічного планування.

Література:

1. Сколько зарабатывают известные пловцы. Звезда Ру: веб-сайт. URL: <https://zvezda-fc.ru/47070-skolko-zarabatyvayut-izvestnye-plovczy.html#>(дата звернення: 30.10.2020).
2. 10 креативных примеров спортивной рекламы. Z and G.Branding: веб-сайт. URL: https://zg-brand.ru/statiy/top-10/10_kreativnyh_primerov_sportivnoj_reklamy/ (дата звернення: 31.10.2020).

ВИБІР ЗАСОБІВ ФІЗИЧНОГО ВИХОВАННЯ ЗІ СТУДЕНТКАМИ ТЕХНІЧНИХ ВУЗІВ

*Кірсанов М.В., ст. викладач
Харківський національний автомобільно-
дорожній університет*

Фізичне виховання у ВНЗ є основною ланкою організації фізкультурно-оздоровчої та спортивно – масової роботи серед студентів. У зв'язку з цим величезне значення набуває правильна організація занять на кафедрах фізичного виховання. Підростаюче покоління особливо потребує ефективних засобів оздоровлення. У молоді є величезна потреба в русі, у фізичних навантаженнях, в самоствердженні, спілкуванні і проведенні вільного часу в колі однолітків та друзів, потреба в рухових іграх, розвагах, відпочинку та емоційній розрядці.

У зв'язку з вищесказаним стає очевидною потреба внесення змін у процес фізичного виховання - вдосконалення навчального процесу засобами певного виду рухової активності (В.І. Платонов, 1990; Л.І. Лубишнва, 1993).

На сьогоднішній день популярністю користуються різні види гімнастики танцювальної спрямованості, що є одним з ефективних засобів залучення студентської молоді в систематичні заняття фізичними вправами. Слід зазначити, що ставлення студенток до різних танцювальних напрямків характеризується позитивною мотивацією, помітно зростає інтерес до занять, задоволеність ними. Цю особливість навчального процесу підкреслюють багато авторів.

Але, незважаючи на ряд досліджень в області різних видів гімнастики танцювальної спрямованості, на думку Т.С. Лисицької і Л.В.Сідневой (2002), на сучасному етапі потрібно пошук нових методик, подальший розвиток і розширення науково - дослідних програм. Таким чином, при роботі зі студентками актуальними є дослідження, орієнтовані на вивчення привабливих, нових, нетрадиційних для технічних вузів, але досить популярних, доступних і ефективних видів рухової активності, що застосовуються в практиці фізичного виховання [1].

1. При аналізі та узагальненні даних науково-методичної літератури виявлено, що для створення освітнього середовища в галузі фізичного виховання необхідно здійснювати фізичне виховання у вузі з урахуванням

рівня фізичного розвитку, фізичної та функціональної підготовленості студентів. Вибір засобів фізичного виховання повинен здійснюватися з урахуванням інтересів і потреб студенток, їх ціннісних орієнтацій. Також встановлено, що різні види гімнастики танцювальної спрямованості є найбільш привабливими і цікавими засобом фізичного виховання у студенток .

2. Аналіз показників відвідуваності занять студентками з 1 по 3-ій курси показав, що за період навчання в університеті від курсу до курсу інтерес до занять з фізичного виховання знижується. Так, наприкінці навчального року на 1-му курсі відвідуваність становила 89%, на 2-му курсі – 71% , на 3-му знизилася до 58%. Даний факт свідчить про нерозуміння студентами ролі фізичної культури в їх життєдіяльності. У той же час встановлено підвищений інтерес до занять гімнастичними видами танцювальної спрямованості серед молоді. Провідними мотивами до занять є: навчитися красиво рухатися, отримати видимий результат від занять, бажання змінити параметри своєї фігури.

3. Виявлені показники фізичного розвитку, фізичної підготовленості студенток першого курсу в цілому відповідають віковим нормам. Однак встановлено зниження рівня швидко-силових здібностей (11,2 % , загальної витривалості (70%), розвитку м'язів верхнього плечового поясу (57%), м'язів черева (40 %), також було виявлено, що 63 % обстежуваних мають низький рівень працездатності .

4. У зв'язку з потребою підвищення рівня здоров'я у студентської молоді, формування у них усвідомлених потреб у заняттях фізичними вправами і підвищення рівня здоров'я рекомендується враховувати і формувати позитивну та стійку мотивацію до систематичних занять руховою активністю [2].

Література:

1. Азарова И. В. Особенности формирования у студентов устойчивой мотивации к занятиям физической культурой. Организация и содержание физического воспитания в вузе: материалы межвуз. науч.-прак. конф. Омск, 2003. С. 20.

2. Афонская О. А. Эффективность методики формирования основных приемов оздоровительной аэробики у студентов в процессе физического воспитания: автореф. дис. канд. пед. наук. Тула, 2004. 19 с.

ПРОБЛЕМИ ВІДНОВЛЕННЯ СПОРТИВНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ

*Курилко М.Ф., доцент
Харківський національний автомобільно-
дорожній університет*

Згідно із статичними даними, лише близько 15 % населення України залучено до занять фізичною культурою і спортом. В значній мірі це обумовлено тим, що в Україні забезпеченість населення спортивними залами

втричі нижча, а плавальними басейнами – аж в 30 разів нижча, ніж у розвинених країнах світу. Тому питання про визначення, стан та розвиток спортивної інфраструктури країни зараз набуло неабиякої популярності в розвинених країнах Європи. Щодо України, то на сьогоднішній день в питанні про спортивну інфраструктуру України є підведені узагальнені підсумки тільки на прикладі державного рівня, але не повністю конкретизовано визначені на регіональних, а тем паче на локальних рівнях.

Саме ж поняття спортивна інфраструктура на сьогодні містить в собі не стійке наукове визначення. Кожен автор дає визначення в залежності від своїх пріоритетів та наукової спрямованості, але спільним автори виявляють те, що вона включає в себе сукупність всіх спортивних об'єктів певної території призначених для заняття фізичною культурою включаючи в собі всі види спорту. Спортивна інфраструктура є складовою соціальної інфраструктури. Оскільки соціальна інфраструктура це – сукупність всіх галузей і підприємств, що функціонально забезпечують нормальну життєдіяльність населення, то розвиток та ефективне функціонування об'єктів, що входять в соціальну інфраструктуру, а значить і спортивних також, їх доступність населенню – це важлива умова підвищення рівня і якості життя основної маси населення країни та підвищення престижу країни в цілому. І тому визначення спортивної інфраструктури на локальних та регіональних рівнях є більш ніж актуальним, що дадуть достовірні данні для створення загальної концепції спортивної інфраструктури України, що в майбутньому додасть пріоритетів в створенні престижу країни.

В Україні для забезпечення нинішніх потреб вітчизняного спорту та створення належних умов для його подальшого розвитку катастрофічно не вистачає об'єктів спортивної інфраструктури.

Проте протягом останніх років в державі йдуть потужні процеси з відновлення та розвитку даної інфраструктури.

Проблема зі спортивною інфраструктурою в Україні - це проблема, що накопичувалася навіть не роками, а десятиліттями. «За ці десятиліття стара інфраструктура або вийшла з ладу, зносилася, або морально і фізично застаріла. І за ці десятиліття, за виключенням кількох точкових моментів, нової спортивної інфраструктури в нашій країні не було побудовано чи відновлено», – заявив перший заступник міністра.

За його словами, нинішній процес відновлення спортивної інфраструктури в Україні породжений двома складовими. Одна з них – запровадження спеціальної програми в Державному фонді регіонального розвитку. «Це система надання допомоги областям з Державного бюджету. Так от, ця спеціальна програма передбачає, що 10% від всіх грошей, які надходять в регіони, мають спрямовуватися виключно на відновлення чи будівництво спортивної інфраструктури. І завдяки цьому ми побачили дуже серйозний ривок в даному напрямку, і практично за два роки в Україні зроблено більше, ніж за останні щонайменше 20, а то і більше років», – наголосив перший заступник міністра.

Можливість розвивати свою спортивну інфраструктуру за рахунок коштів держбюджету мають зараз всі області України, і більшість з них успішно це робить. Проте, є також і факти, коли ці державні кошти в регіонах витрачаються не на будівництво потужних спортивних об'єктів, а розпилюються на невеликі спортивні майданчики. Адже пріоритети витрачання цих грошей наразі визначають і ухвалюють самі області.

«Ці невеликі спортивні майданчики, невеликі спортивні об'єкти могли б зробити і територіальні органи влади своїм власним коштом. Тому що друга складова цих змін у відновленні і розвитку спортивної інфраструктури – це процес децентралізації, який відбувається в країні, і наслідком цього процесу є суттєве збільшення, збільшення в рази, місцевих бюджетів. У першу чергу, виграш отримують міста, і відповідно, вони мають змогу щонайменше невеличкі спортивні об'єкти будувати своїм власним коштом. І тут знову виникає питання наявності чи відсутності волі, наявності чи відсутності таких пріоритетів: є міста, які ухвалюють такі рішення, і є міста, які поки що не ухвалюють цих рішень», – наголосив перший заступник міністра молоді та спорту.

Як він зазначив, наразі держава достатньо багато зробила для того, щоб ситуація із спортивною інфраструктурою докорінно змінилася на краще загалом по всій Україні. «Що ж стосується окремих областей і міст, то це вже, швидше за все, політика, яка реалізується на місцях, і відповідно, по-перше, – це вміння скористатися тими можливостями, які надає держава, і по-друге, – це виділення коштів на те, що дійсно є пріоритетом», – сказав Гоцул.

Література:

1. Офіційний сайт державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 11.10.2020)
2. Офіційний сайт Міністерства молоді та спорту України. URL: <http://dsmsu.gov.ua/index/ua> (дата звернення: 11.10.2020)
3. Державна програма розвитку фізичної культури і спорту в Україні. К., 1996. 26 с.

ФІНАСУВАННЯ У ЛЕГКІЙ АТЛЕТИЦІ

*Курилко М.Ф., доцент
Харківський національний автомобільно-
дорожній університет*

Для отримання високих спортивних результатів під час турніру та забезпечення високої конкуренції важливо здійснювати ефективну підготовку під час сезону, цим питанням займаються професійні легкоатлетичні клуби, а також федерація легкої атлетики України. Більш складним та недостатньо вирішеним залишається питання організаційно-фінансового забезпечення

організації та проведення на високому рівні професійних легкоатлетичних турнірів.

Основні елементи ресурсів (фінансові, матеріально-технічні, кадрові, науково-інформаційні) пред'являють особливі вимоги до їх формування залежно від особистісних потреб, видів фізичної активності, часу, простору та інших факторів, обумовлених, насамперед, специфікою послуг і обслуговування.

Фінансові ресурси. Внутрішні: включають доходи від реалізації товарів і послуг, позареалізаційні доходи, доходи від проведення спортивних заходів, інші внутрішні доходи; зовнішні: фінансування з державних, муніципальних бюджетів, податкові пільги, спонсорські внески, добровільні пожертвування, інші зовнішні джерела.

Найбільш важливим джерелом формування фінансових ресурсів Федерації легкої атлетики України є фінансова підтримка з державного бюджету (40%). Наступними за значущістю джерелами фінансування були визначені гранти від партнерів Федерації (30%), спонсорська допомога (25%), добровільні внески та пожертвування від членів Федерації, підприємств, окремих громадян, юридичних і фізичних осіб (5%). Тенденцією для розвитку сучасної ФСО має стати змішаний характер фінансування, тобто надходження коштів як із державного бюджету, так і від залучення позабюджетних коштів.

Найбільш суттєвою проблемою фінансово-економічного забезпечення є рівень державного фінансування (45% респондентів), 30% визначили зміну структури доходів бюджетів фізкультурно-спортивних організацій усіх рівнів і 25% – ієрархію пріоритетів у державній та місцевій органах влади.

За даними фахівців в області управління фізичною культурою і спортом на сьогоднішній день ФЛАУ одною зі стратегічних завдань є забезпечення виду спорту кваліфікованими кадрами (20%).

У ході проведення соціологічного опитування респондентами було визнано, що найбільш суттєвою проблемою у кадровому забезпеченні є організація та проведення підвищення кваліфікації. Участь у міжнародних семінарах, симпозиумах, прослуховування лекцій були визначені як найоптимальніші форми підвищення кваліфікації кадрів ФЛАУ (60% відповідей), участь у науково-методичних конференціях (30%), курси підвищення кваліфікації при ВНЗ, федерації (10%).

Серед проблем, які існують у матеріально-технічному забезпеченні 45% опитаних визначають відсутність продуманої політики щодо зберігання, створення і оновлення матеріально-технічної бази, нераціональне використання існуючої матеріально-технічної бази обрали 35 % та 20% визнали проблему кількісно-якісних показників спортивних споруд.

75% опитаних зазначають, що на ефективність розвитку системи ресурсного забезпечення ФЛАУ в сучасних умовах розвитку вітчизняного фізкультурного руху впливає фактор недосконалість системи фінансування діяльності фізкультурно-спортивних організацій, 18% респондентів відзначили відсутність політичної стабільності в країні і 7% – часту зміну керівництва

галузі «Фізична культура і спорт».

Література:

1. Кузьменко О. О. Сучасний стан державного управління фізичною культурою та спортом в Україні та Європі URL: http://archive.nbuv.gov.ua/Portal/soc_gum/Dtr_du/2011_3/files/DU311_07.pdf (дата звернення: 15.10.2020).
2. Офіційний сайт Федерації легкої атлетики України. URL: <http://www.uaf.org.ua/> (дата звернення: 15.10.2020)
3. Христенко Л. М. Особливості ресурсного забезпечення діяльності підприємства. *Економіка і регіон*. №6. 2015. С.115–119.

ОРГАНІЗАЦІЯ ТРЕНУВАЛЬНОГО ПРОЦЕСУ ПІДГОТОВКИ ЮНИХ СПОРТСМЕНІВ

*Курилко М.Ф., доцент
Харківський національний автомобільно-
дорожній університет*

Важливою частиною проблеми сучасного спортивного тренування є необхідність вдосконалення методики технічної підготовки спортсменів, яка обумовлюється зростанням спортивних результатів, а також вдосконаленням засобів і методів тренувального процесу на різних етапах багатолітньої підготовки.

Високий рівень сучасного спорту вимагає поряд зі змінами в методах і засоби тренувального процесу більш поглиблено індивідуального підходу, заснованого на комплексному вивченні здібностей і можливостей спортсмена, виділення ознак і властивостей, розвиток яких в Найбільшою мірою сприяє досягненню високих спортивних результатів. Характерним при цьому є те, що в міру зростання спортивних результатів, вимоги до індивідуалізації тренувального процесу різко підвищуються.

Індивідуальний підхід передбачає виявлення індивідуальності, тобто того особливого, неповторного, що відрізняє одну людину від усіх інших і включає природні і соціальні, фізичні і психічні, вроджені та набуті властивості. Індивідуальний підхід, який розглядається в педагогіці як один з найважливіших принципів навчання і виховання, визначається як діяльність тренера, що припускає тимчасове зміна найближчих цілей щодо сторін змісту, методів і організаційних форм навчально-виховної роботи з урахуванням індивідуальних особливостей особистості учня для реалізації найуспішнішого розвитку її соціальної типовості і індивідуального своєрідності [1].

На підставі узагальнення досвіду передової спортивної практики, аналізу наукової методичної літератури доцільно виділити наступні етапи:

- попередньої підготовки (9-11 років, I);
- початкової спортивної спеціалізації (12-13 років, II)

- поглибленої тренування в обраному виді (юнаки 14-16 ,дівчата 14-15, III)
- спортивного вдосконалення (юнаки 17-20 років, дівчата 16-19 років, IV)
- вищої спортивної майстерності (чоловіки 21 -26 років, жінки 19-25 років, V).

Етап початкової спортивної спеціалізації. Включає перші два роки перебування дітей (12-13 років) в дитячо-юнацькій школі, в цьому віці добре вдосконалюється нервово-м'язова координація рухів, що обумовлює більш ефективне прояв швидкісно-силових якостей.

Основні завдання етапу – зміцнювати здоров'я і всебічно розвивати фізичні якості дітей, проводити різні види легкоатлетичної підготовки і поступово переходити до цілеспрямованого тренування в бігу на короткі дистанції.

Існують сприятливі передумови у дітей цього віку ефективно розвивати швидкість і швидкісно-силові якості. Швидкість підвищується за рахунок збільшення бігових кроків навіть при деякому зменшенні їх частоти.

Етап поглибленої тренування. В обраному виді (14-16 років) базовий для остаточного періоду майбутньої спеціалізації. У юнаків і дівчат в цьому віці в основному завершується функціональних систем, що забезпечують високу працездатність організму. Основні завдання - зміцнювати здоров'я і всебічно розвивати фізичні якості юних спортсменом, підвищувати рівень швидкісно-силової підготовленості з урахуванням формування основних рухових навичок, необхідних спринтер, швидкість бігу підвищується в основному за рахунок збільшення довжини кроків. На етапі поглибленої тренування підвищується обсяг і інтенсивність тренувальних навантажень, проводиться спеціалізована робота по вихованню фізичних якостей і вдосконалення спортивної техніки, зростає кількість змагань, тобто тренувальний процес, незважаючи на значну частину загально-фізичної підготовки, набуває рис поглибленої спортивної спеціалізації. Навантаження на цьому етапі повинні бути, з одного боку адекватні віковим особливостям юних спортсменів, а з іншого - орієнтований на рівень характерний для вищої спортивної майстерності.

У порівнянні з етапом початкової спортивної спеціалізації обсяги тренувальних навантажень зростають на 100-150, спортивні результати поліпшуються на 5-9% силові якості різних м'язових груп збільшуються на 40-80%, швидкісно-силові - на 20 - 50%.

Розглядаючи тренувальний процес як розвивається динамічну систему, потрібно пам'ятати про те, що він являє собою сукупність компонентів, які виконують специфічні для кожного компонента завдання і є складною по організації структурою, яка представляє єдине ціле. За останні три десятиліття написано багато праць на предмет структурної організації тренувального процесу як вітчизняними, так і зарубіжними фахівцями в області теорії і методики фізичної культури і спорту. У той же час багато авторів постійно знаходяться в пошуку шляхів подальшого розвитку теорії спортивного тренування. Тренувальний процес являє собою єдину структуру супідрядних

ланок і в залежності від часу його реалізації може являти собою мікро, мезо, і макроструктуру.

Структурна організація тренувального процесу не є постійною ланцюжок з одних і тих же послідовних ланок. Крім мікро, мезо і макроциклів існують такі елементи, як період і етап, тренувальне заняття і його елементи, тренувальні вимоги. У річному циклі підготовки виділяють 3 періоди: а) підготовчий період, б) змагальний період; в) перехідний період [2].

Організм спортсмена також як і сам тренувальний процес являє собою систему, що складається з елементів. Використовуючи дедуктивний метод виділення приватного на основі загального, можна як зруйнувати систему, так і домогтися більш ретельного вивчення окремих ланок, підвищення ефективності функціонування всередині динамічної системи, будь то організм спортсмена, або сам тренувальний процес [3].

Література:

1. Волков Л. В. Вікова періодизація тренувальних навантажень в спортивній підготовці дітей і підлітків: навч. посібник. Переяслав-Хмельницький, 1990. 25 с.
2. Платонов В. Н. Професійний спорт: навч. посібник. Київ: Олімпійський спорт, 2001. 253 с.
3. Фомін Н. А., Філін В. П. Вікові особливості фізичного виховання :Москва. ФК і спорт, 1972. 176 с.

ЕМОЦІЙНИЙ ФАКТОР СПОРТИВНИХ ЗМАГАНЬ

*Павленко Т.В., к.п.н., доцент
Харківський національний
автомобільно-дорожній університет*

У межах обов'язкового курсу фізичного виховання в ВУЗІ використання змагальних форм занять підпорядковане передусім логіці педагогічного процесу, інтересам його якості, розв'язанню освітніх і виховних завдань. Тут змагальні форми занять – не стільки спосіб досягнення спортивної перемоги або значного спортивно-технічного результату, скільки форма емоційного наповнення спілкування, здорового відпочинку і розваги. Беручи участь у змаганнях, студенти збагачуються новими враженнями, глибше пізнають себе і своїх товаришів, переживають радість перемог і гіркоту поразок. Атмосфера змагань дає змогу усвідомити важливість занять фізичними вправами.

У масовому розвитку спорту велику роль відіграє емоційний фактор спортивних змагань. Гостра спортивна боротьба, яка відбувається під час змагань, бажання спортсменів швидше пробігти, вище й далі стрибнути, підняти якомога більшу вагу і т. п. розвивають у молоді любов до спорту, відповідають її прагненням до здорового, сильного, красивого, а це обумовлює необхідність систематично тренуватись, зміцнювати своє здоров'я,

загартовуватись, набувати «бойового» досвіду спортивної боротьби.

Спортивні змагання не тільки сприяють вихованню у студентів таких важливих рис характеру, як наполегливість, воля до перемоги, сміливість, колективізм, дружба, але й мають вирішальне значення в організаційному зміцненні та пожвавленні всієї діяльності колективів фізкультури і, насамперед, сприяють залученню нових верств населення до систематичних занять спортом. Участь у спортивних змаганнях стимулює спортсменів удосконалювати свою майстерність, краще оволодівати спортивною технікою, безперервно підвищувати рівень всебічного фізичного розвитку, а це, в свою чергу, створює необхідні умови для досягнення високих спортивних результатів.

Головне в плануванні спортивних змагань з будь-якого виду спорту – домогтись того, щоб вони не мали епізодичного характеру, а провадились протягом року, багаторазово, по турах [1].

Дуже важливо, щоб до проведення змагань на першість колективу фізкультури або інших змагань з того чи іншого виду спорту за участю команд усіх фізкультурних організацій, були організовані змагання на першість університету, факультету, групи і т. д. їх цінність полягає в тому, що відчуття відповідальності перед товаришами спонукає кожного учасника сумлінно готуватися, виявляти максимум зусиль і наполегливості у процесі підготовки до змагань і участі в них. А також, вони сприятимуть залученню нових студентів до систематичних тренувань, забезпечуватимуть певні умови відбору найсильніших спортсменів для комплектування університетської команди.

Календарні плани спортивних заходів з окремих видів спорту входять до загального річного плану колективу фізкультури. Цілком очевидно, що проведення великої кількості змагань протягом року вимагає великої роботи до створенню й утриманню в належному порядку учбово-спортивної бази, інвентаря, обладнання тощо.

Спортивні змагання будь-якого масштабу не можуть бути проведені без Положення, яке визначає умови і порядок їх проведення. Дуже важливо, складаючи Положення про змагання, забезпечити однакові умови для всіх учасників і команд тим, щоб визначення особистої та командної першості стимулювало особисту зацікавленість кожного учасника в досягненні хороших результатів [2].

Важко переоцінити значення змагань, як головного спортивного атрибуту у фізичному вихованні студентів. Використання елементів змагань у навчальній діяльності відкриває широкі можливості для підвищення емоційного тону й активності студентів. Не випадково в Америці особлива увага надається змаганням. Викладачі, батьки переконані, що змагання – це школа життя, лабораторія формування особистості. У жодній країні світу не влаштовується стільки змагань, як у США. Практично всі діти займаються у спортивних секціях при школі чи ВУЗі, а не просто відвідують уроки фізкультури. Узагалі, «спортивна честь ВУЗу» – це оригінальне, чисто американське, варте наслідування явище. Дух змагання культивується з дитинства.

Література:

1. Ведмеденко Б. Ф. Виховання в учнів звички займатися фізкультурою та спортом. *Педагогіка і психологія*. Київ. 1998. №1. С. 81–94.
2. Круцевич Т. Ю., Петровский В. В. Физическое воспитание как социальное явление. *Наука в олимпийском спорте*. НУФВСУ. 2001. №3. С. 14–21.

ФУТБОЛЬНІ АГЕНТИ У СПОРТИВНІЙ ЕКОНОМІЦІ

*Плотніков Є.К., ст. викладач
Харківський національний автомобільно-
дорожній університет*

Футбол є найпопулярнішим видом спорту, який до того ж ще і високооплачувана. Саме тому багато хлопців з дитинства мріють стати футболістами, але це не єдиний варіант, що дозволяє отримати прибуток у цьому виді спорту. Є така посада, як футбольний агент, завдання якого полягає у представленні інтересів футболіста. У кожного відомого гравця є свій представник, наприклад, агент Кріштіану Роналду займає другу сходинку в рейтингу найбагатших агентів за версією «Forbes».

Для початку хотілося б поговорити про обов'язки агента, яких досить багато. Основні напрямки в роботі наступні:

1. Пошук підходящої команди, супровід угоди та підготовка договору між підопічним і клубом.
2. Підбір та укладення різних контрактів на рекламу і спонсорство.
3. Вирішення усіх фінансових і юридичних питань.
4. Загалом, агент займається всіма справами, щоб нічого не відволікало футболіста від його основної діяльності.

Під час трансферного вікна, коли в клубах з'являються новачки, на перші ролі виходять футбольні агенти. Зараз кожен поважаючий себе гравець користується послугами таких фахівців, а останні, в свою чергу, добре заробляють на клієнтах. У відносинах агент-футболіст діє правило: чим краще знайдеш умови для гравця в клубі - тим більше заробиш.

Зараз без футбольних агентів складно уявити спортивний бізнес. Проте, вони стали невід'ємним явищем найпопулярнішого у світі виду спорту лише в останні 20 років, коли у футбол прийшли великі гроші. Суми трансферів стали захмарними, а зарплати футболістів стрімко зросли.

Якщо раніше умови гравцям диктували клуби, то після того, як у середині 1990-х було запроваджено правило Босмана і гравці почали після закінчення контракту отримувати статус вільного агента, все стало навпаки.

Тепер вже футболісти можуть "викручувати" руки клубам, а найняті та юридично освічені посередники їм у цьому допомагають. До того ж великі зарплати дали гравцям можливість позбутися необхідності самостійно шукати варіанти для продовження кар'єри та вникати у тонкощі контрактів.

Зараз цією рутиною займаються агенти, а футболістам залишається поставити лише підпис. Хоча беруть ділки за свої послуги чимало – клієнти віддають їм 5-10% своїх заробітків [1].

Дуже швидко футбольне посередництво стало популярним бізнесом. Спочатку ФІФА видавала ліцензії агентам самостійно, але у 2001 році переклала ці функції на національні федерації. Вплив агентів на футбол став відчутним.

Вони та їхні фірми пачками скуповували перспективних футболістів, по суті перетворюючи їх на свою власність. ФІФА це терпіла до 2015 року, коли нарешті заборонила третім особам купувати права на гравців – зараз ними можуть володіти виключно клуби.

Легальними залишилися лише компанії-посередники, які ведуть справи футболістів, але в жодному разі не володіють правами на їхній продаж. Також обмежено розмір комісійних, який не може перевищувати \$2 млн, або 3% від розміру річної зарплати гравця [2].

Навіть попри штрафи, які вже отримали за порушення нових норм регламенту ФІФА чимало клубів, футбольний трансферний ринок все ще залишається сірим. Посередники використовують при переходах офшорні компанії та всіляко маскують порушення.

Література:

1. Люкшинов Н. М. Искусство подготовки высококлассных футболистов : научно-метод. пособие. М. : Сов. спорт, ТВТ Дивизион, 2006. 432 с.
2. Николаенко В. В. Системный подход к разработке проблемы оптимизации многолетней подготовки футболистов. *Теория и методика физического воспитания и спорта*. 2013. № 1. С. 16–20.

ПРОБЛЕМИ ПРОФЕСІЙНОГО ТЕНІСУ В УКРАЇНІ

*Плотніков Є.К., ст. викладач
Харківський національний автомобільно-
дорожній університет*

У тенісі необхідне поєднання реакції і уваги, мозок швидко керує тілом, рішення про відповідні реакції повинно прийматися за частки секунди. Для людей нетренованих 3 місяці регулярних занять дадуть результат технічно перебивати м'яч через сітку з тренером, але гра з партнером навряд чи можлива. Якщо Ви займалися до цього ігровими видами спорту, наприклад футболем, баскетболом або волейболом, то ви маєте хорошу базу для великого тенісу. Зазвичай це відмінна робота ніг, почуття майданчика і реакція на м'яч. Тренер з тенісу звичайно ж бачить здатності юних спортсменів. Ключовий фактор талановитості – здатність працювати до тих пір, поки не зітреться грань між природною обдарованістю та майстерністю. Школа тенісу для дітей – це

можливість спробувати грати і вчитися техніки тенісу з дитинства.

Великий теніс діти люблять за непередбачуваність, за відчуття, коли виходить елемент над яким довго працював, коли виграєш тенісний турнір, то – яскраві емоції, які відчувають маленькі тенісисти залишаються назавжди.

Експерти впевнені, що заради успіху потрібно відмовитися від багатьох задоволень. Дитяча школа тенісу – це новий світ для дитини, в якому з'являться нові друзі, наставники і можливість проявити свій талант [1].

В Україну теніс завезли англійські купці, які в 1890 створили тенісні клуби в Одесі і Таганрозі; згодом теніс поширився і по інших містах України, а в 1913 відбулися тенісні змагання у Києві. У 1920-их роках відбулися спершу показові тенісні матчі в Одесі, з 1930 року розпочалися змагання за першість України; їх продовжують і після 1945 року в категоріях командної першості, особистої – чоловіків, жінок, змішаних пар; влаштовуються також зимові змагання, змагання молоді тощо.

Дуже популярним в Україні стає великий теніс. В 2018 році українські тенісистки створюють сенсацію за сенсацією і стабільно піднімаються в світовому рейтингу: Еліна Світоліна (4 місце), Леся Цуренко (стабільно в топ-40) і дуже впевнено крокує молодь: 15-ти річна Марта Костюк вже 133-й номер, Ангеліна Калініна – 137-й. Молода 17-ти річна лучанка Катаріна Завацька зразу стрибнула на 63 (!!!) позиції і увійшла в топ-200, займає 197-ме місце рейтингу.

Жіночий теніс сьогодні популярний, як ніколи. Тенісистки привертають до себе увагу не тільки перемогами та високими результатами, а й своїми зовнішніми даними. Професійний теніс означає солідні гроші та великі контракти. Проте потрапити до тенісної еліти наразі дуже складно. Шлях нагору супроводжується багатьма труднощами.

Основний заробіток професійних тенісисток зараз не призові, які вони одержують за свої виступи на турнірах. Їх основний дохід надходить від рекламних контрактів. Це спортсменки, які постійно на виду.

Загалом, для того, щоб потрапити в ряди тенісних професіоналів, потрібно пройти довгий і тернистий шлях від турнірів та чемпіонатів на аматорському рівні до другорядних турнірів нижчої категорії. Адже відрив між аматорським та професійним тенісом, як у будь-якому спорті, існує значний. Для того, щоб потрапити до сотні найкращих світового тенісу потрібно пройти неймовірно важкий шлях. І тут молодим тенісисткам дуже важко витримати, насамперед у психологічному плані. Адже можеш усюди програвати, а участь у турнірах буде забирати і забирати великі гроші

Найкраща тенісистка України та 5-й номер світового рейтингу Жіночої тенісної асоціації Еліна Світоліна розповіла, що її доходи від реклами наближаються до доходів від призових за 2017 рік Світоліна заробила рекордні для себе 3 263 316 доларів в якості призових. Також Світоліна зізналася, що зі світових брендів найбільші контракти у неї з компаніями Nike і Wilson [2].

Для того, щоби відрядити молодих тенісисток на великий шлях до професіоналів, потрібно вкласти досить багато коштів. До того ж, якщо однозначно поставити тільки на спорт, робити це в нинішній ситуації досить

ризиковано. Крім того, існує і загроза травм, які, фактично, зводять нанівець усі зусилля молодих тенісисток. Але проблема не тільки в цьому. Існує гостра потреба у тенісних кортах, адже переважна більшість з тих, що є в країні, будується та використовується у приватних цілях.

Література:

1. Основы тенниса: пособие / под редакцией Л. С. Зайцевой. М.: Педагогика, 1980 г. 180 с.
2. Профессиональный спорт / под общ. ред. С. И. Гуськова, В. Н. Платонова. К. : Олимпийская литература, 2000. 378 с.

ЗДОРОВ'ЯЗБЕРІГАЮЧІ ТА СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЇ У ФІЗИЧНОМУ ВИХОВАННІ

*Плотніков О.І., ст. викладач
Харківський національний автомобільно-
дорожній університет*

Людина це найважливіша цінність суспільства. Проте з кожним роком в рази збільшується кількість чинників, що негативно впливають на якість життя людини та її здоров'я. Здоров'я дітей та підлітків – це одне з основних джерел щастя, радості і повноцінного життя не тільки батьків та вчителів але й суспільства в цілому. Головною проблемою для України є збереження і зміцнення здоров'я дітей та молоді. Дана проблема яка пов'язана з майбутнім усієї держави. Турботу викликає різке погіршення стану фізичного та розумового розвитку підростаючого покоління, зниження рівня народжуваності й тривалості життя, зростання смертності, особливо дитячої.

Відомо наскільки шкідливим, навіть небезпечним, і для окремої людини, і для суспільства загалом є вживання тютюну, алкоголю й наркотиків. Як свідчить практика, інформаційно-просвітницький підхід, що домінував упродовж багатьох років, виявився неефективним щодо розв'язання завдань профілактики тютюнокуріння, вживання алкоголю, наркотиків, розповсюдження ВІЛ-інфекції. Нині альтернативою є формування в школярів особистісно зорієнтованого ставлення до власного здоров'я [1].

Для вирішення поставленої мети дослідження було використано метод вивчення та аналізу наукових та літературних джерел як головний метод у дослідженні.

Поняття «здоров'язберігаючих освітніх технологій» з'явилося у педагогічному вжитку лише в останні 2-3 роки. Проте, значення даного терміну є різним. Багато педагогів вважають, що це одна або декілька нових педагогічних технологій, альтернативних всім іншим, і тому можна вибирати: працювати за технологіями, наприклад, Л. Занкова, С. Френе, В. Зайцева, М. Монтессорі і т. д. або згідно з «технологією здоров'я збереження». Але це не так. Метою освітньої технології є досягнення того чи іншого освітнього

результату в навчанні, вихованні, розвитку. Здоров'я збереження не може виступати в якості основної та єдиної мети освітнього процесу, а може виступати тільки у якості умови, однієї із задач досягнення головної мети.

Визначити поняття «здоров'язберігаючі освітні технології» представляється коректним, виходячи з «родового» поняття «Освітні технології». Якщо останні відповідають на питання «як учити?» (В.В. Гузєєв, 2000), то логічною буде відповідь: так, щоб не завдавати шкоди здоров'ю суб'єктів освітнього процесу – учнів і педагогів. Тоді і інші особливості технології від методики – відтворюваність, стійкість результатів, відсутність багато «якщо» (якщо талановитий вчитель, талановиті діти, багата школа) відображають пріоритет принципу «Не нашкодь!». Технологія проектується виходячи з конкретних умов і орієнтуючись на заданий, а не передбачуваний результат. Тому проектування здоров'язберігаючого освітнього середовища ми розглядаємо як найважливіший елемент роботи по збереженню і зміцненню здоров'я учнів.

Для третини дітей закінчують початкову школу з порушенням постави, у 80% учнів 5-6-х класів виявляється розлад нервової системи, у кожній третій дитини 14 років виникає хронічна патологія. Закінчення школи половина учнів зустрічають короткозорими, 30-40% страждають на серцево-судинні захворювання, 20-30% – на нервово-психічні розлади. Погіршення стану здоров'я пов'язане із суттєвим зменшенням рухової активності школярів та збільшенням об'єму навчальних навантажень. Учні перебувають в умовах суворої регламентації шкільного режиму, тому, як правило, не можуть задовольнити своєї потреби в рухах та раціональному харчуванні [2].

Структура захворюваності дітей характеризується домінуванням патологій опорно-рухової та нервової систем, шлунково-кишкового тракту та органів травлення.

У навчальному закладі найбільш доцільними є технології, які:

- мають за основу комплексний характер збереження здоров'я;
- беруть до уваги більшість факторів, що впливають на здоров'я;
- враховують вікові та індивідуальні особливості учнів;
- контролюють виконання настанов, зміст яких має здоров'язберігаючий та профілактичний характер;
- забезпечують запровадження цілей та змісту політики освітнього закладу зі зміцнення здоров'я учнів та формування здорового способу життя;
- постійно покращують санітарно-гігієнічні умови навчального закладу, матеріально-технічну та навчальну базу, соціально-психологічний клімат у колективі відповідно до сучасних вимог;
- здійснюють періодичну оцінку ефективності технології;
- формують позитивне ставлення учнів, взаємоповагу та взаєморозуміння між учителями й учнями та учнів між собою;
- залучають батьків до збереження та зміцнення здоров'я дітей;
- заохочують учнів до участі в плануванні оздоровчої діяльності навчального закладу та до аналізу виконаної роботи;

- практикують особистісно – орієнтований стиль навчання та стосунків з учнями;
- обґрунтовують умови послідовності в реалізації технології;
- створюють освітнє середовище, що забезпечує комфортні та безпечні умови життєдіяльності учнів і вчителів.

Література:

1. Смирнов Н. К, Здоровье сберегающие образовательные технологии в современной школе. М. : АПК и ПРО, 2002. 121 с.
2. Яловенко М. М. Организационно-педагогические условия управления процессом валеологизации образования на муниципальном уровне: автореф. дис. канд. пед. наук: 13.00.08. Калининград, 2002. 15 с.

САМОСТІЙНА РОБОТА СТУДЕНТІВ З ФІЗИЧНОГО ВИХОВАННЯ, ЯК ЗАСІБ ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ПІДГОТОВКИ ФАХІВЦЯ

*Плотніков О.І., ст. викладач
Харківський національний автомобільно-
дорожній університет*

Фізичне виховання студентів вищих навчальних закладів є складовою освіти й виховання, а також одним із важливих засобів різнобічного та гармонійного розвитку студентської молоді.

Сьогодні серед студентів часто спостерігається несерйозне ставлення до особистої фізичної підготовки, стану свого здоров'я. Близько 50% студентів вищих навчальних закладів мають відхилення в стані здоров'я, фізичному розвитку та фізичній підготовленості. Більшість з них, склавши залік з фізичного виховання, надалі не використовують засоби фізичної культури.

Самостійні заняття студентів фізичною культурою повинні спрямуватися на зміцнення здоров'я, підвищення працездатності, оволодіння уміннями та навичками, удосконалення професійної діяльності, формування соціальної активності та свідомості [1].

Велике значення для успішного оволодіння навчальним матеріалом, підвищення рівня життєдіяльності має правильна організація праці та відпочинку, здоровий спосіб життя, який поряд з заняттями фізичними вправами передбачає відмову від багатьох шкідливих звичок.

Залучення студентської молоді до фізичної культури – важливий додаток у якісному формуванні підготовки фахівця. Поряд з удосконаленням організованих форм занять фізичною культурою, самостійні заняття фізичними вправами відіграють значну роль. Вони дозволяють збільшити загальний обсяг рухової діяльності, сприяють кращому виконанню програми, прискорюють процес фізичного вдосконалення, є одним із шляхів впровадження фізичної культури в побут студентів. У зміст самостійних занять входить вивчення окремих питань з літературних джерел, виконання спеціальних вправ,

спрямованих на усунення недоліків у фізичному розвитку; виховання певних фізичних якостей; розучування комплексів з гігієнічної гімнастики і т.д. Самостійні заняття можуть носити і тренувальний характер. У період екзаменаційних сесій і канікул з їх допомогою забезпечується безперервність занять фізичними вправами [2].

Існують об'єктивні і суб'єктивні чинники, що визначають потреби, інтереси і мотиви включення студентів в активну рухову діяльність. До них відносяться стан здоров'я, технічний стан та оснащеність спортивної бази, особистість викладача, частота, тривалість і емоційність занять і ін. Зміщення акценту уваги на нормативні показники фізкультурно-спортивної діяльності в певній мірі знижують освітньо-виховний ефект роботи. У вузі формування мотивів, що переходять в потребу занять фізичними вправами, покликані вирішувати лекції з фізичної культури, практичні заняття, спортивно-оздоровчі заходи. Якщо мотиви для занять фізичними вправами сформовані, визначаються мета і завдання занять. Метою самостійних занять можуть бути зміцнення здоров'я, корекція форм тіла, активний відпочинок, досягнення спортивних результатів та ін.

Самостійна фізична підготовка в навчальному процесі спрямується на зміцнення здоров'я, підвищення рівня фізичного розвитку, профілактику порушень постави, розвиток фізичних якостей, формування рухових умінь і навичок, удосконалення індивідуальної системи допоміжних засобів і прийомів підвищення працездатності та прискорення її відновлення при різноманітних видах праці фахівців [3].

Засвоєння головного практичного матеріалу оздоровчого компонента програми базується на використанні ідей, принципів, засобів і методів оздоровчого тренування, що передбачає підвищення якості підготовки фахівців.

Література:

1. Тулайдан В. Самостійна робота студентів з фізичного виховання. Львів, «ФестПрінт», 2015. 123 с.
2. Раєвський Р. Т. Концепція національної системи фізичного виховання дітей, учнівської і студентської молоді України. *Початкова школа*. 1994. № 8. С. 75.
3. Гужаловский А. А. Основы теории и методики физической культуры. М. : Физкультура и спорт, 1986. 366 с.

ІННОВАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ У ФІЗИЧНОМУ ВИХОВАННІ

*Ступак І.К. ст. викладач
Харківський національний
автомобільно-дорожній університет*

Студенти як люди, які отримують вищу освіту, в значній мірі визначають майбутнє нашої держави, тому вони повинні мати не тільки високий рівень професійної підготовки, а й бути витривалими, працездатними, духовно і

фізично здоровими. Однак спостерігається тенденція погіршення стану здоров'я молоді, яка навчається у вищих навчальних закладах. З кожним роком збільшується кількість студентів, що займаються в спеціальних медичних групах. І ця тенденція є актуальною проблемою сучасного суспільства.

Переконливо аргументовано той факт, що, чималу роль серед причин захворюваності молодих людей має спадкова схильність до патологій, при цьому захворіє людина чи ні, визначається умовами життя і власним ставленням до свого здоров'я. У процесі набуття професійних знань, фізичне виховання як важлива складова всього комплексу існуючих організаційних форм і засобів, як загальної, так і спеціальної підготовки, впливає на що формуються особистісні характеристики майбутнього фахівця. Як навчальна дисципліна, яка характеризує загальну фізичну культуру, при цьому входить в обов'язкову програму для всіх спеціальностей, фізичне виховання служить цілям збереження і зміцнення здоров'я студента, його фізичному та духовному вдосконаленню [1].

Навчально-трудова діяльність студентів вузів характеризується постійним зростанням обсягу інформації, високою інтенсивністю процесу навчання, наявністю стресових ситуацій, тому питання підвищення їх рухової активності стають вельми актуальними. Тому потрібно збалансувати підвищення навантаження на розумову діяльність з необхідним обсягом і інтенсивністю рухової діяльності і позитивним емоційним фоном.

Освіта за своїм змістом базується на таких складових, як навчання (дидактична підсистема), виховання (педагогічна підсистема освіти) і стає вагомим фактором у формуванні соціально активної, фізично і духовно здорової особистості, яка відповідає створенню майбутнього професійно-трудового потенціалу нації. Отже, принципово важливим стає впровадження нововведень і здійснення інноваційних процесів у фізичному вихованні студентської молоді.

Основу інноваційних процесів у фізичному вихованні складають такі важливі моменти:

- створення на навчальних заняттях умов, що сприяють розробці і закріпленню освітніх інновацій, що сприяють підвищенню рухової активності студентів;
- оволодіння студентами методологією і технологією інноваційних впроваджень, базуються на етнорегіональних особливостях місця проживання, навчання;
- формування особистості студента, яка здатна засвоювати і творчо втілювати в повсякденне життя засоби і методи фізичного виховання для гармонійного розвитку.

Модернізація освіти в Україні потребує активного пошуку нових форм, методів та засобів навчання, спрямованих на вдосконалення навчального процесу та його інтенсифікацію, підготовку підрастаючого покоління до життя в умовах ринкової економіки. «В сучасних умовах навчально-виховний процес студентів повинен бути спрямований на виконання нового соціального замовлення – формування самостійної ініціативної, творчої та здорової

особистості». Надання студентам можливості вільного вибору виду рухової діяльності та орієнтація на їх мотиви, потреби, інтереси і життєві плани сприяє вихованню позитивного ставлення студентської молоді до фізичного виховання і власного здоров'я, активізує фізкультурно-оздоровчу діяльність [2].

Отже, фізичне виховання у вищому навчальному закладі є невід'ємною частиною формування загальної і професійної культури особистості сучасного фахівця, системи гуманістичного виховання студентів. Як навчальна дисципліна, обов'язкова для всіх спеціальностей, воно є також засобом формування всебічно розвиненої особистості, оптимізації фізичного і фізіологічного стану студентів у процесі професійної підготовки. За час навчання важливо сформувати у студентів розуміння необхідності постійно працювати над собою, вивчаючи особливості свого організму, раціонально використовувати свій фізичний потенціал, ведучи здоровий спосіб життя, постійно засвоювати цінності фізичної культури.

Література:

1. Віленський М. Я. Фізична культура і здоровий спосіб життя студента: навч. посібник. Київ. 2008. 155 с.
2. Стасюк Р. М. Проблеми та шляхи підвищення ефективності фізичного виховання ВНЗ. *Педагогіка, психологія та медико-біологічні проблеми фізичного виховання і спорту*. НУФВСУ. Київ. 2006. 57 с.

МАТЕРІАЛИ
XIV Міжнародної науково-
практичної конференції
«ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ
ПІДПРИЄМНИЦТВА»

27 листопада 2020 р.

Відповідальна за випуск

В.В. Блага

Підписано до друку _____ Формат _____ Папір офсетний.
Гарнітура Times New Roman Суг. Віддруковано на
ризографі Ум.друк. арк. __ Обл.-вид. арк. _____

ВИДАВНИЦТВО

Харківського національного автомобільно-дорожнього університету

Видавництво ХНАДУ, 61002, Харків-МСП, вул. Ярослава Мудрого,
25.

Тел. /факс: (057)700-38-64; 707-37-03, e-mail: rio@khadi.kharkov.ua

Свідоцтво Державного комітету інформаційної політики,
телебачення та радіомовлення України про внесення суб'єкта
видавничої справи до Державного реєстру видавців, виготівників
і розповсюджувачів видавничої продукції, серія ДК № 897 від
17.04 2002 р.