

СХІДНОЄВРОПЕЙСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ РАУФА АБЛЯЗОВА
ЧЕРКАСЬКЕ ВІДДІЛЕННЯ
АКАДЕМІЇ ЕКОНОМІЧНИХ НАУК УКРАЇНИ
ДОНЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТУСА
БІЛОРУСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ (БІЛОРУСЬ)
ГОМЕЛЬСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ФРАНЦИСКА
СКОРИНИ (БІЛОРУСЬ)
UNIWERSYTET MARII CURIE-SKŁODOWSKIEJ W LUBLINIE (POLSKA)

**„МОЛОДІЖНА НАУКА У КОНТЕКСТІ
СУСПІЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ КРАЇНИ”**

IV Міжнародна учнівсько-студентська конференція

Збірник тез доповідей

15 грудня 2020 р.

Черкаси

*Східноєвропейський університет імені Рауфа Аблязова
2020*

Молодіжна наука у контексті суспільно-економічного розвитку країни: збірник тез доповідей учасників IV Міжнародної учнівсько-студентської конференції, Черкаси, 15 грудня 2020 р. Черкаси: Східноєвропейський університет імені Рауфа Аблязова, 2020. 215. [укр., рос., англ., нім., польс. мови].

Основною метою конференції є вирішення стратегічних питань розвитку науки з позиції прогресивного студентства та учнів.

Подані матеріали містять методологічні та методичні підходи, що можуть заслуговувати на увагу широкого кола фахівців.

Організаційний комітет вважає за доцільне повідомити, що не всі положення і висновки окремих авторів є беззаперечними. Разом з тим, уважаємо можливим їх публікацію з метою обговорення.

Редакція збірника не несе відповідальність за якісний зміст і оформлення авторських статей (стилістичні, орфографічні помилки тощо). Матеріали подаються у авторській редакції.

© Колектив авторів, 2020

© Східноєвропейський університет
імені Рауфа Аблязова, 2020

ЗМІСТ

<i>СЕКЦІЯ 1 ЕКОНОМІЧНІ НАУКИ</i>	10
WIRTSCHAFT UNTER DEN BEDINGUNGEN INDUSTRIE 4.0	
<i>Zadvornyykh Serhii</i>	10
MODERN FORMS OF PRUDENTIAL REGULATION OF INSURANCE ACTIVITIES IN UKRAINE	
<i>Alekseyenko Lyudmyla, Tulai Oksana</i>	12
FEATURES OF THE ISLAMIC MODEL OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY	
<i>Vakulka Sofiia</i>	15
ПЕРСПЕКТИВИ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ ТА ІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ	
<i>Булах Ірина, Шиманська Олена</i>	17
ВЛИЯНИЕ ПАНДЕМИИ COVID-19 НА ГЛОБАЛИЗАЦИЮ (ЭКОНОМИЧЕСКИЙ АСПЕКТ)	
<i>Рыбченко Д.А.</i>	20
ДЕРЖАВНИЙ БОРГ УКРАЇНИ	
<i>Малиш Інна</i>	22
ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ (НА ПРИМЕРЕ ОАО «НАФТАН»)	
<i>Крутая Карина</i>	24
СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ТОВАРНО-АССОРТИМЕНТНОЙ ПОЛИТИКИ ОАО «КОНДИТЕРСКАЯ ФАБРИКА «СЛОДЫЧ»	
<i>Сидорович Арина</i>	27
СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ РЕСУРСАМИ ПРЕДПРИЯТИЯ: ОБЩАЯ ИНФОРМАЦИЯ, ОСНОВНЫЕ РАЗЛИЧИЯ	
<i>Цецохо Елена, Плетежєва Александра</i>	29
ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСАМИ ПІДПРИЄМСТВА	
<i>Святоха Ольга</i>	32
РАССЧЕТ УВЕЛИЧЕНИЯ ВАЛОВОЙ ПРОДУКЦИИ СПК "ЗАРЯ- АГРО"	
<i>Морецкий Андрей</i>	33
ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНСТРУМЕНТОВ БЕРЕЖЛИВОГО ПРОИЗВОДСТВА ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА ПРОДУКЦИИ МАШИНОСТРОИТЕЛЬНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ	
<i>Бороздина Кристина</i>	35
THE ECONOMIC PROBLEMS OF PHYSICAL SAFETY	
<i>Anastasiia Yaremenko</i>	37
ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОГО ТОВАРНОГО АСОРТИМЕНТУ	

ПІДПРИЄМСТВА	
<i>Гончаренко Олександр</i>	39
АНАЛІЗ ТОВАРІВ ЛАТЕРАЛЬНОГО МАРКЕТИНГУ	
<i>Рожко Лілія</i>	42
РОЛЬ ГЛОБАЛЬНИХ МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЙ У СУЧАСНОМУ БІЗНЕСІ	
<i>Дробина Ігор</i>	43
ПЕРЕВАГИ І НЕДОЛІКИ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ	
<i>Полівод Вікторія</i>	45
ЦИФРОВИЙ МАРКЕТИНГ – НОВІ ВИКЛИКИ СУЧАСНОСТІ	
<i>Козоріз Ксенія</i>	46
СТАНОВЛЕННЯ НЕЙРОМАРКЕТИНГУ ЯК НАУКИ	
<i>Ляшенко Анна</i>	48
SEO ЯК ЕФЕКТИВНИЙ МЕТОД ОРГАНІЧНОГО ПРОСУВАННЯ ВЕБ-РЕСУРСУ КОМПАНІЇ	
<i>Зінькова Світлана</i>	50
LOGISTICS AS A SCIENCE AND A SPHERE OF PROFESSIONAL ACTIVITY	
<i>Honcharuk Anastasiia</i>	52
РОЗВИТОК І ПЕРСПЕКТИВИ ВІЗУАЛЬНОГО МЕРЧАНДАЙЗИНГУ	
<i>Сенюк Давид</i>	55
СВІТОВА ЛОГІСТИКА: ТРАНСФОРМАЦІЇ АРХІТЕКТУРИ МІЖНАРОДНИХ ТРАНСПОРТНИХ ЛАНЦЮГІВ ПІД ВПЛИВОМ ЕКОНОМІЧНОЇ РЕЦЕСІЇ	
<i>Фалько Катерина, Чорна Ярослава</i>	56
АНАЛІЗ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМНИЦЬКОГО СЕРЕДОВИЩА В УКРАЇНІ	
<i>Танащук Марина</i>	58
ІННОВАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ СТРУКТУР	
<i>Зюганова Жанна</i>	61
РЕСУРСОЕФЕКТИВНІ ІНІЦІАТИВИ У СУЧАСНОМУ ПІДПРИЄМНИЦТВІ	
<i>Бондаренко С.</i>	62
ЯВИЩЕ «ТОКСИЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ» НА ПІДПРИЄМСТВІ	
<i>Пігіна Юлія</i>	64
ДИВЕРСИФІКАЦІЯ ПРОДУКЦІЇ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯТЕЛЬНОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ	
<i>Заброцкая Наталія</i>	65
АНАЛІЗ АССОРТИМЕНТНОЇ ПОЛІТИКИ ПРІДПРИЯТТЯ ПРИ РАЗРАБОТКЕ СИСТЕМИ ЛОЯЛЬНОСТІ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ (НА ПРИМЕРЕ ОАО «ГЛУБОКСКИЙ МОЛОЧНОКОНСЕРВНЫЙ КОМБИНАТ»)	
<i>Кривёнок Катерина</i>	68

БАНКРУТСТВО ЯК МЕХАНІЗМ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ	
<i>Басанець Ірина</i>	70
ФІНАНСОВА КРИЗА НА ПІДПРИЄМСТВІ: СИМПТОМИ ТА ЧИННИКИ, ЩО ЇЇ СПРИЧИНЯЮТЬ	
<i>Савва Дмитро</i>	73
ФАКТОРИ ФОРМИРОВАНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОРГАНІЗАЦИИ	
<i>Сень Анастасія</i>	74
ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ОЦІНКИ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВ	
<i>Карпенко Аліна</i>	77
ІННОВАЦІЙНА АНТИКРИЗОВА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА	
<i>Кифоренко Людмила</i>	78
БЮДЖЕТУВАННЯ ЯК ФУНКЦІЯ ФІНАНСОВОГО КОНТРОЛІНГУ	
<i>Ляшко Андрій</i>	81
КРЕДИТНІ ВІДНОСИНИ БАНКІВСЬКИХ УСТАНОВ З ПІДПРИЄМСТВАМИ	
<i>Златьєва Валерія</i>	82
СПЕКУЛЯТИВНІ ОПЕРАЦІЇ НА ВАЛЮТНИХ РИНКАХ	
<i>Григор'єва Олександр</i>	85
ДЕЯКІ АСПЕКТИ ФІНАНСОВОГО МЕХАНІЗМУ КРЕДИТНО-ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	
<i>Алексєєнко Максим</i>	86
ОСОБЛИВОСТІ МОДЕЛЮВАННЯ В УПРАВЛІННІ КРЕДИТНИМИ РИЗИКАМИ	
<i>Гурська Тамара</i>	89
РАЗВИТИЕ БАНКОВСКОГО СЕКТОРА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ (НА ПРИМЕРЕ ОАО «БЕЛАГРОПРОМБАНК»)	
<i>Кириленкова Кристина</i>	91
РОЗВИТОК ТА ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ БАНКІВСЬКИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ	
<i>Андрійчук Андрій</i>	93
ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЯ В БЮДЖЕТНІЙ СФЕРІ УКРАЇНИ	
<i>Луценко Наталія</i>	95
ПРОДВИЖЕНИЕ ИНТЕРЕСОВ КАК ФОРМА ТЕНЕВЫХ РЕНТНЫХ ОТНОШЕНИЙ	
<i>Казарян Арман</i>	97
ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ В ОБЛАСТИ ФИНАНСИРОВАНИЯ ОБРАЗОВАНИЯ	
<i>Морецкий Артем, Морецкая Алла</i>	99
ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ ТРАНСФЕРА ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В НАУЧНО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ СФЕРЕ	
<i>Сазонова Виктория</i>	101

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНІ ДЕТЕРМІНАНТИ ЕНЕРГОЕФЕКТИВНОГО РОЗВИТКУ УНІВЕРСИТЕТУ	
<i>Маслій Мар'яна</i>	104
ЗАСТОСУВАННЯ ЕМПІРИЧНИХ ОЦІНОК ДЛЯ ВИЗНАЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОЄКТІВ У СФЕРІ «ЗЕЛЕНОЇ» ЕНЕРГЕТИКИ	
<i>Попов Владислав, Мартим'янов Артем</i>	106
КЛАСТЕРНИЙ РОЗВИТОК УКРАЇНИ: СУЧАСНИЙ СТАН	
<i>Романська Оксана</i>	109
СТРАТЕГІЇ ПОВЫШЕННЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТІ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ	
<i>Победенко Владислав</i>	111
ІНОЗЕМНЕ ІНВЕСТИВАННЯ В УКРАЇНІ	
<i>Хлівнюк Олександр</i>	114
МІЖНАРОДНИЙ ФІНАНСОВИЙ РИНОК	
<i>Кміть Ганна</i>	115
ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ СВІТОВОГО РИНКУ ЗОЛОТА	
<i>Івасів Андрій</i>	117
ФІНАНСОВА ПОЛІТИКА ОКУПОВАНИХ ТЕРИТОРІЙ	
<i>Сарана Вікторія</i>	119
ТЕХНОЛОГІЧНИЙ ПРОРИВ ЯК ОСНОВА СУЧАСНОГО ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ КРАЇНИ: ДОСВІД ЛИТВИ	
<i>Цебенога Анна</i>	121
СУЧАСНІ ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В МЕНЕДЖМЕНТІ	
<i>Ливенко Аліна</i>	123
ОСНОВНІ ФОРМИ МІЖНАРОДНОЇ ПЕРЕДАЧІ ТЕХНОЛОГІЇ	
<i>Корпан Дмитро, Гнатюк Назар</i>	125
ВПЛИВ ТЕХНІЧНОГО ПРОГРЕСУ НА МІЖНАРОДНУ ТОРГІВЛЮ	
<i>Дмитрів Анастасія, Затхей Ганна</i>	127
ФОРМИ ТА МЕТОДИ СУЧАСНОЇ МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ	
<i>Вишинська Мар'яна, Бесараб Микола</i>	129
ОЦІНКА ДИНАМІКИ УМОВ ТОРГІВЛІ ДЛЯ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ В 2000-2010 РР.	
<i>Верон Іванна, Вихрест Марія-Діана</i>	132
ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ ПРОТЕКЦІОНІЗМУ В УКРАЇНІ	
<i>Кійко Остап, Николяк Віталій</i>	134
ПРОБЛЕМИ ТА ШЛЯХИ ПОДОЛАННЯ БІДНОСТІ В УКРАЇНІ	
<i>Куліш Анастасія</i>	137
СОЦІАЛЬНІ РИЗИКИ	
<i>Мовчан Ігор</i>	138
ALTERNATIVE EMPLOYMENT AS A DRIVING FACTOR OF PROFESSIONAL DEVELOPMENT	
<i>Ivan Davidzenka</i>	139

ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ МІЖНАРОДНОЇ ТРУДОВОЇ МІГРАЦІЇ <i>Галишин Юрій, Муль Роман</i>	141
ОСОБЛИВОСТІ ДИСТАНЦІЙНОЇ РОБОТИ ОФІСУ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ: ЕФЕКТИВНІСТЬ ТА МОТИВАЦІЯ <i>Крушинська Марія-Олена</i>	143
ОСОБЛИВОСТІ ПРОЦЕСУ ПРОФЕСІЙНОГО ВИГОРАННЯ В УМОВАХ ДИСТАНЦІЙНОЇ РОБОТИ <i>Вакуленко Валерія</i>	145
КОНЦЕПЦІЯ ДОГОНЯЮЩЕГО РОЗВИТТЯ <i>Горновская Оксана</i>	146
АНАЛІЗ РЕСУРСНОЇ БАЗИ ТВЕРДИХ ГОРЮЧИХ ПОЛЕЗНИХ ИСКОПАЕМЫХ БЕЛАРУСИ И ВОЗМОЖНОСТИ ИХ ДАЛЬНЕЙШЕГО ПРИМЕНЕНИЯ <i>Самусев Артур</i>	149
ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СОВРЕМЕННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ДЛЯ ПРЕДОТВРАЩЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ КАТАСТРОФ <i>Терешин Даниил</i>	152
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО КАК ОСНОВА ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ <i>Горбаченко Антон</i>	154
ПЕРВИННИЙ ДОКУМЕНТ: РОЛЬ В ОБЛІКУ ТА ВИМОГИ ДО ОФОРМЛЕННЯ <i>Циганкова Ольга</i>	157
<u>СЕКЦІЯ 2 ДЕРЖАВА ТА СУСПІЛЬСТВО</u>	160
МІСЦЕВЕ САМОВРЯДУВАННЯ В УКРАЇНІ: ВІД РЕТРОСПЕКТИВИ ДО СУЧАСНОСТІ <i>Боднарчук Уляна</i>	160
ОСОБЛИВОСТІ САМООРГАНІЗАЦІЇ НАСЕЛЕННЯ ТА ЇЇ ВПЛИВ НА РОЗВИТОК ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД <i>Баляс Яна</i>	162
ИСТОРИЧЕСКАЯ ПОЛИТИКА КАК ОСНОВНОЙ ИНСТРУМЕНТ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ <i>Надольская Виктория</i>	165
ФІЗИЧНА КУЛЬТУРА ТА СПОРТ В СИСТЕМІ ПАТРІОТИЧНОГО ВИХОВАННЯ СТУДЕНТІВ <i>Разгонов Максим</i>	167
ВПЛИВ АКТИВНОЇ МОЛОДІ НА РОЗВИТОК ТА МАЙБУТНЄ УКРАЇНИ <i>Миронець Дар'я</i>	169
ПОСЛЕВОЕННЫЕ ПЕРИОДЫ ВОССТАНОВЛЕНИЯ АРХИВА Г. ПИНСКА <i>Гончар Илья</i>	172

<u>СЕКЦІЯ 3 МОЛОДІЖНІ ДОСЛІДЖЕННЯ</u>	174
ОСОБЛИВОСТІ РОБОТИ МЕНЕДЖЕРА З ТУРИЗМУ	
<i>Шугайло Сандріна</i>	174
КОЛІР ЯК КЛЮЧОВИЙ ІНСТРУМЕНТ У МАРКЕТИНГОВІ ТУРИЗМУ	
<i>Колісниченко Вікторія</i>	175
ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ МАРКЕТИНГА	
<i>Жуков Даниил</i>	178
ОБОСНОВАНИЕ ПРОДВИЖЕНИЯ ПРОДУКЦИИ СТРОИТЕЛЬНОГО СЕКТОРА НА ОСНОВЕ ИНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГИЙ	
<i>Башура Евгений</i>	180
ВІТАМІНИ, ЇХ РОЛЬ ДЛЯ ЖИТТЯ	
<i>Шиманська Поліна</i>	182
ПРОБЛЕМИ БІОЛОГІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ХХ І СТОЛІТТЯ	
<i>Шаталова Ксенія</i>	185
ОКРЕМІ ПИТАННЯ ПОПЕРЕДЖЕННЯ РОЗПОВСЮДЖЕННЯ ГОСТРИХ РЕСПІРАТОРНИХ ХВОРОБ ПІД ЧАС НАВЧАЛЬНОГО ПРОЦЕСУ У ЗВО	
<i>Сергійчук Каріна, Анісімов Дмитро</i>	187
ВПЛИВ МЕДІА ОСВІТИ НА СТУДЕНТІВ, ЯКІ ВИВЧАЮТЬ ІНОЗЕМНУ МОВУ	
<i>Бахчева А.</i>	189
ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ЮРИДИЧНОЇ ЛІНГВІСТИКИ	
<i>Серга Дар'я</i>	191
ВПЛИВ ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ НА ПСИХІЧНИЙ РОЗВИТОК МОЛОДИХ ЛЮДЕЙ	
<i>Суркова Емілія</i>	193
ФРАЗЕОЛОГІЧНИЙ СКЛАД У НАРОДНИХ КАЗКАХ АНГЛІЇ	
<i>Лапшина Вероніка</i>	195
<u>СЕКЦІЯ 4 ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ</u>	197
ROSYJSKA PROPAGANDA POLITYCZNA W DYSKURSIĘ MEDIALNYM FEDERALNEJ AGENCJI INFORMACYJNEJ "REGNUM"	
<i>Waldemar Żak</i>	197
ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ В СИСТЕМІ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА	
<i>Ветушка Сергій</i>	199
ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИБОРУ ТЕХНОЛОГІЧНИХ РІШЕНЬ	
<i>Гузар Мар'яна</i>	201

ІНТЕРАКТИВНИЙ ІНСТРУМЕНТ МАРКЕТИНГУ В QR-КОД СЕРЕДОВИЩІ	
<i>Бабушко Сергій, Шеремет Сергій</i>	203
НЕВИДИМОЙ НИТЬЮ СВЯЗАНЫ: ПРОБЛЕМА ПРОДУКТИВНОСТИ И ВОВЛЕЧЕННОСТИ НА УДАЛЕНКЕ	
<i>Наркевич Наталья</i>	205
ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ	
<i>Петренко Олег</i>	207
ІНФОГРАФІКА В ЕКОНОМІЦІ	
<i>Молчанова Олена</i>	208
WIN32 / STUXNET ЯК ОДИН З НАЙНЕБЕЗПЕЧНІШИХ КОМП'ЮТЕРНИХ ВІРУСІВ	
<i>Козак Олексій</i>	210
ВІБРОДІАГНОСТИКА ТЕХНІЧНОГО СТАНУ ПРОМИСЛОВОГО ОБЛАДНАННЯ	
<i>Голдиш Марія</i>	212

СЕКЦІЯ 1
ЕКОНОМІЧНІ НАУКИ**WIRTSCHAFT UNTER DEN BEDINGUNGEN INDUSTRIE 4.0***Zadvornykh Serhii,**Philosophy doctor in economics,**Manager of foreign economic activity Municipal institution**“Institute of Drohobych” of Drohobych City Council*

Mit der Zeit wird Digitalisierung von größerer und größerer Bedeutung. So heutzutage digitaler Wandel ist gut in allen Bereichen des menschlichen Lebens beobachtet. Auch Wirtschaft ist keine Ausnahme. Natürlich gibt es mehrere Zweige deren Entwicklung Wirtschaftstransformation fördert, aber darunter den bedeutendsten Einfluss Entwicklung der Industrie 4.0 hat. Darum lohnt es sich Haupttrends der Industrie 4.0 zu erforschen.

Jetzt ist es so, dass um im Wettbewerb zu bestehen, die Unternehmen die Digitalisierung vorantreiben müssen. Am wichtigsten und auch am schwierigsten ist es zu definieren was eigentlich Digitalisierung ist und welche Maßnahmen man durchführen muss, um zu profitieren.

Natürlich verstehen alle, dass die Unternehmen und andere Beteiligte digital werden müssen, wenn sie heutzutage ausleben möchten. Aber für allen ist schon selbst die Frage der Digitalisierung zweifelhaft. Aus einer Seite handelt es sich ständig um Digitalisierung als industrieller Kern aller Ländern. Darum sieht man vor damit verbundene grundlegende Veränderungen, die neues Wachstum, Wohlstand für breite Bevölkerungsschichten und eine höhere Ressourcenproduktivität verheißen, andererseits spricht man von hohen Verlusten der Weltmarktführerschaft für mehreren Unternehmen, Arbeitslosigkeit und andere Problemen, Digitalisierung braucht entsprechende Transformation, die die Volkswirtschaften von unterschiedlichen Ländern und auch Bunden, wie z. B. EU, mit dem radikalen Strukturwandel konfrontieren und deswegen nach gemeinsamen Aktionen von Ländern verlangen wird, was oft problematisch wegen Interessenkonflikte ist.

Experten aus verschiedenen Ländern, und auch aus Europa, haben versucht die Situation zu modellieren und mehr oder weniger Verlust oder Gewinn in unterschiedlichen Branchen zu kalkulieren. Solche Forschungen haben zweifelhafte Ereignisse gezeigt, wenn die Verluste hoch sind, aber auch Gewinn bedeutend ist. Am interessantesten aber ist es, dass die Alternative, also die Möglichkeiten der potentielle Gewinn sehr hoch sind, was für meisten Unternehmer so attraktiv ist. Aber um zu profitieren und diese Möglichkeiten zu benutzen, muss man wirksames Modell der Unternehmung entwickle und es ständig entsprechend den modernen Bedingungen korrigieren.

In jedem Fall, wird die Digitalisierung sich weiterentwickeln. Wie hat Vorstandsvorsitzender Daimler AG Dieter Zetsche bemerkt: „Die Entwicklung der digitalen Vernetzung wird weiter massiv an Dynamik gewinnen. Der globale Wettbewerb wird heute nicht mehr nur in der realen, sondern auch in der digitalen Welt gewonnen“ [1]. Darum muss man besser dieses Problem erforschen, um negative

Einflüsse und oben gezeigte Verluste zu verhindern.

Unter den modernen Bedingungen in Bezug auf Industrie versteht man unter digitaler Transformation durchgängige Vernetzung aller Wirtschaftsbereiche und Anpassung der Akteure an die neuen Gegebenheiten der digitalen Ökonomie [2]. Entscheidungen in vernetzten Systemen verlangen umfassenden Datenaustausch und -analyse, Berechnung und Bewertung von Optionen sowie Initiierung von Handlungen und Einleitung von Konsequenzen. Das bedeutet – man muss ein neues System und damit auch Werkzeuge erschaffen, die schon viele etablierte Geschäftsmodelle und Wertschöpfungsprozesse grundlegend verändern werden. Dann wird negativer Einfluss von der Entwicklung der Digitalisierung an Wirtschaft gemildert.

Das zeugt dafür, dass man ein System der Implementierung und Durchführung der Digitalisierung in Industrie entwerfen muss, um negative Wirkungen zu vermeiden, das aus solchen zentralen Handlungsfeldern bestehen muss:

- **digitale Reife.** Digitale Reife hat die höchste Priorität und wirkt an der Sensibilisierung und Aktivierung der Unternehmen.
- **gemeinsame Standards.** Sie sollen Unternehmen schnell vereinigen, um gemeinsam geeignete Plattformen für den Austausch von Ideen, Wissen und Erfahrung zu schaffen.
- **leistungsfähige Infrastruktur.** Sie bildet Basis für Entwicklung und Durchführung der Digitalisierung.
- **welt- oder regionweite Koordination.** Ermöglicht gleiche Möglichkeiten für alle zu schaffen und fairen Handel zu ermöglichen.

Deswegen müssen unter solchen Bedingungen Industrie, Wirtschaft und Digitalisierung zusammenwirken. Davon zeugt auch, zum Beispiel, dass die EU-Kommission im Herbst 2012 das ehrgeizige Ziel formuliert hat, den Industrieanteil in Europa bis 2020 von 16 auf 20 Prozent der Gesamtwirtschaftsleistung zu steigern. Dabei wurde festgestellt: Ohne Digitalisierung keine Reindustrialisierung [3]. Industrie braucht IT-Lösungen für Optimierung der Produktion. Dafür zeugen auch Wirtschaftler und Unternehmer. So, nach den Worten von CEO Airbus Group Tom Enders, müssen die Möglichkeiten der digitalen Revolution genutzt werden. Dazu gehört, dass die Konzeption, Entwicklung und Herstellung der Produkte wesentlich effizienter und schneller werden. In der Luft- und Raumfahrt erlebt man derzeit dabei neue Konkurrenz, die man bisher nicht gekannt hat [4]. Wenn die Industrie sich erlauben wird von der Spitzenposition bei der Wertschöpfung zu abstrahieren und den Unternehmen zu erlauben, die Hoheit über die Kundenschnittstelle und ausgezeichnete Daten-Know-how zu eignen, richtigen Platz zu besitzen, werden bedeutende Reduzierungen bei Wertschöpfung und Margenentwicklung sichtbar.

Wie es schon am Anfang betont wurde, um Verluste in der Zukunft zu vermeiden, müssen Unternehmen und Regierung zusammen und ausgewogen in der Richtung der Digitalisierung arbeiten. Leider noch heute scheint es so, als ob weder die Unternehmen, noch die Regierung nicht genug gerüstet für die Herausforderungen der digitalen Transformation sind. Leider entwickelt sich die Digitalisierung heutzutage auch oft mit riesigen Diskrepanzen und etwa wild. Das bedeutet, dass man sich nicht immer um Harmonie und Regeln kümmert und das fördert nicht die Entwicklung von

Industrie und auch Wirtschaft 4.0. In der Industrie ist es möglich mehr oder weniger schnell solche Situation zu verändern. Dafür müssen die Unternehmen ihre digitale Reife zu erhöhen, um wegen der digitalen Transformation nicht zu verlieren, sondern zu profitieren. Am kompliziertesten ist es, dass die Unternehmen selbst das verstehen und realisieren müssen, dabei wenn sie in Kooperation mit den anderen arbeiten werden – wird solche Zusammenarbeit schon als Koordinationsinstrument dienen. Solche Herausforderungen wird es leichter unter Zusammenarbeit mit Wissenschaft zu überwinden unter enger Kooperation mit der Wissenschaft.

Auch muss es behauptet werden, dass die digitale Transformation sehr teuer ist und nicht immer alles nur von den Unternehmen abhängt und nicht alles können die Unternehmen selbst machen. Also, der Staat für eine ständige und harmonische Entwicklung der Digitaltransformation nicht nur Regeln durchsetzen, aber auch finanziell unterstützen muss. Mindestens in Kernzweigen. Es ist auch deswegen notwendig, weil Einstig von Ausgaben an Digitalisierung Wachstum von Preisen an Gütern und Wahren bedeutet und an die Bevölkerung kann das negativ in der Perspektive wirken.

References

1. *Digitalisierung: Endlich verständlich erklärt Sieben Faktoren für den erfolgreichen Wandel* (2017). *LexWare*. Retrieved from <https://www.lexoffice.de/wp-content/uploads/ebook-digitalisierung-einfach-erklart-steuerberater-lexoffice-rechnungsprogramm-buchhaltungssoftware.pdf>.
2. Schallmo D. R. A. (2016) *Digitale Transformation von Geschäftsmodellen*. In: *Jetzt digital transformieren. essentials*. Springer Gabler, Wiesbaden. Retrieved from https://doi.org/10.1007/978-3-658-14569-9_2.
3. *Industrie 4.0 und Digitale Wirtschaft Impulse für Wachstum, Beschäftigung und Innovation* (2015). *Bundesministerium für Wirtschaft und Energie*. Retrieved from <https://www.bmwi.de/Redaktion/DE/Downloads/I/industrie-4-0-und-digitale-wirtschaft.html>.
4. Dietmar Vahs: *Organisation. Ein Lehr- und Managementbuch*. Schäffer-Poeschel Verlag für Wirtschaft Steuern Recht GmbH (Stuttgart) 2012. 8., überarb. und erweiterte Auflage. 633 Seiten.

MODERN FORMS OF PRUDENTIAL REGULATION OF INSURANCE ACTIVITIES IN UKRAINE

Alekseyenko Lyudmyla, Dr. of Econ., Prof.

*Chief of the Department of Management and Administration,
Ivano-Frankivsk Research and Development Institute of Management
West Ukrainian National University*

Tulai Oksana, Dr. of Econ., Prof.

*Professor of the Department of Finance named after Serhiy Yuriy
West Ukrainian National University*

The COVID-19 epidemic dealt an unprecedented blow to the global financial markets: the prices of risky assets fell sharply, and the cost of borrowing increased significantly (especially in high-risk credit markets); emerging economies and border economies experienced a sharpest reversal in portfolio capital flows in the history of

official observations; fiscal, monetary and financial policies have been developed to support the economies of countries affected by the pandemic [1].

The international nature of financial activity causes a unification of approaches to the activities of financial market participants. In international practice, the basic principles of effective banking supervision have been developed by the Basel Committee on Banking Supervision. The objectives and principles of securities regulation are developed by the International Organization of Securities Commissions. Basic insurance principles and methodologies developed by the International Association of Insurance Supervisors [2; 3; 4; 5].

Banks have large amounts of capital and liquidity, and have also undergone stress testing, and liquidity support from central banks has helped reduce financing risks, putting them in a more favorable position than at the beginning of the global financial crisis. However, the stability of banks can be tested in some countries in the face of large market and credit losses, and this may make them reduce the volume of loans to the economy, which will increase the slowdown in activity.

Financial services are defined in international treaties. Financial markets are divided into three sectors: banking services; securities market services; insurance services. Insurance services sometimes include the services of private pension funds.

In the formation of the unified insurance market in Europe, the signing of the Rome Agreement of 1957 was done. This agreement served as the basis for the formation of a single insurance space and uniform national insurance legislation of the countries of the European Union.

The adopted Directives of the European Union (from 1973-2020) established:

- the creation of a single conceptual toolkit (for the formation of a single insurance law for the approximation and harmonization of the laws of the Member States of the European Union);
- the principle of dividing insurance companies into life insurance companies and companies dealing with risky types;
- common legal grounds that determine the procedure and conditions for the establishment of insurance organizations (requirements for the size of the authorized capital, business plans, personnel of insurance organizations);
- a unified classification of types of insurance for licensing and insurance supervision;
- unified rules and composition of the formation of insurance reserves (investment, unified rules for assessing and controlling the financial stability of insurance companies);
- determination of the functions of supervisory authorities, differentiation of powers between the supervisory authorities of the Member States of the European Union;
- removal of control of supervisory authorities in the field of pricing and development of insurance products.

The rules of a single license for insurance activity (single license), valid in any member state of the European Union, were also introduced.

The alterations to the Solvency 2 appointed guideline intend to make better motivations for assures to put resources into those activities: 1) under the new guideline, “qualifying foundation ventures” will shape an unmistakable resource class and will profit by a fitting, lower risk adjustment; interests in European Long-Term Investment Funds (ELTIFs) and values exchanged on multilateral exchanging offices (MTFs) will likewise profit by lower capital charges; 2) further to the progressions on “foundation ventures”, Delegated guideline (EU) 2017/1542 presented another class (“infrastructure corporates”) in the advantages that can profit by a lower risk alignment; 3) further to the progressions on “foundation ventures”, Delegated guideline (EU) 2017/1542 presented another class (“infrastructure corporates”) in the advantages that can profit by a lower risk alignment.

Specifically, the new standards will supplant the current qualification between “type 1” and “type 2” securitisation with the differentiation among STS and non-STS securitization; supplant the part explicit arrangements on due perseverance and risk maintenance with references to the orchestrated STS structure; present risk touchy capital prerequisites for senior and non-senior tranches of STS securitization; accommodate transitional standards concerning interests in securitisation that were given before utilization of the STS system.

The global macroeconomic dynamics significantly affects the strategy and activities of insurance companies in Ukraine. In the segment of prudential supervision of insurance activities, the following was gradually introduced: stress testing and disclosure of information on key risks, which will be conducted by insurers (order of Natskomfinposlug dated from 13.02. 2014 No. 484); introduction of the insurance company’s passport with the help of tools and data of the “Integrated Information System”, which contains all the necessary information about the financial institution (data on the founders, key performance indicators, applied measures of influence, etc.); setting of stricter requirements for insurers’ assets and changing of the investment policy of insurers to preserve real assets.

In Ukraine, state regulators paid special attention to improve the system of prudential supervision of insurance companies: they changed regulations in the field of insolvency of insurers (Methods of forming insurance reserves in accordance with types of insurance other than life insurance; Regulations on mandatory criteria and standards of sufficiency, diversification and quality of the insurer’s assets; Methods of insurance reserves’ forming in accordance with type of insurance, other than life insurance and others).

The changes were made to the methods of forming of the reserve for unearned premiums; supplementing of the list of methods of forming the reserve of unearned premiums by the method of “loss ratio”; methods of forming of the reserve of declared but unpaid losses; increase in actuarial methods, which allow the formation of a provision for losses that arose but were not declared; methods of formation of the reserve of losses fluctuations; establishing a methodology for verifying the adequacy of insurance liabilities in accordance with the requirements of IFRS.

Reference

1. *Global Financial Stability Report. April 2020. URL: <https://www.imf.org/en/Publications/GFSR/Issues/2020/04/14/global-financial-stability-report-april>*

2020 (дата звернення: 09.12.2020).

2. *Risk management and supervision of insurance companies (Solvency 2)*. URL: https://ec.europa.eu/info/business-economy-euro/banking-and-finance/insurance-and-pensions/risk-management-and-supervision-insurance-companies-solvency-2_en (дата звернення: 09.12.2020).

3. *International Financial Reporting Standards* : official website. URL: <https://www.ifrs.org/issued-standards/list-of-standards/> (дата звернення: 09.12.2020).

4. *International Association of Insurance Supervisors* : official website. URL: <https://www.iaisweb.org/home> (дата звернення: 09.12.2020).

5. *committee of European Insurance and Occupational Pensions Supervisors* : official website. URL: https://europa.eu/european-union/about-eu/agencies/eiopa_en (дата звернення: 09.12.2020).

FEATURES OF THE ISLAMIC MODEL OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

*Vakulka Sofiia Vasylivna, 4th year student
specialty 292 "International Economic Relations"
Lviv Polytechnic National University*

*Scientific adviser: Doctor of Economics, Professor Nataliia Stepanovna Stanasyuk
Professor of the Department of Management and International Entrepreneurship, NU "LP"*

In recent decades, the concept of corporate social responsibility (CSR) has become an important basis for public policy of economic development in many countries. Recently, there has been a growing focus on the vision of corporate social responsibility in the countries of the Islamic religion, which are successfully adopting the concept of CSR imported from the West.

With this in mind, we set ourselves the task of forming answers to the following questions: 1) how the values of Islam relate to the principles of CSR; 2) what in practice is the specifics of the manifestation of social responsibility of business in Islamic countries.

A significant number of works by domestic and foreign scientists are devoted to the study of the peculiarities of the concept of corporate social responsibility and models of its implementation. The most significant contribution was made by F. Kotler, E. Carnegie, M. Porter, M. Kramer, A. Carroll, M. Friedman, K. Davis and a number of other scientists.

Note that CSR, according to the Islamic approach, is a moral and religious initiative based on the belief that a company should be "good", regardless of its financial performance. This does not mean that Islam is against making a profit. The challenge of Sharia and the reflection of such a paradigm in business means that the entrepreneur no longer works only on the principle of profit maximization, but in order to achieve ultimate happiness in this life and in the future. He acknowledges his social and moral responsibility for the well-being of others. The responsibility of companies to society is a manifestation of such a paradigm, which also reflects their understanding of Islamic principles such as governorship or care and justice.

The Islamic model aims to comply with the principles of socio-economic justice of Islam, which are enshrined in the Qur'an and Sunnah. The business of Islamic countries, having adopted the concept of CSR, adapts it to their cultural traditions. Among the main ways to implement CSR policy are the following most common: interest-free loans to employees, the creation of a charity fund for the poor, the construction of schools and mosques. [1]

To confirm the concept of sustainable development, Islamic scholars cite suras and hadiths, which speak of the need to care for the environment, condemn waste, explain the need for care for water, the importance of charity through zakat (tax on property and income of Muslims, which is mandatory for Sharia). Professors of the Malay Branch of Nottingham University J. Zinkin and J. Williams noted that some suras and hadiths resonate with the principles of the UN Global Compact. [2]

It should be noted that large companies, banks, as well as various funds play an important role in the implementation of CSR. Companies have included a CSR section in their annual reporting. Islamic banks see their role in society and demonstrate social responsibility, in addition to their core business, through the provision of services in the form of charitable loans. The Organization of Accounting and Auditing in Islamic Financial Institutions has issued a "Guide «7 CSR for Islamic Financial Institutions», which lists mandatory and recommended indicators for disclosure. Islamic funds are a type of ethical fund or, as they are also called, socially responsible investment funds. Funds should be invested in various projects in accordance with Sharia principles.

The national specificity of social responsibility of business is manifested in the religious regulation of activities, the key tools of which are compliance with the ban on certain activities, namely: gambling; production, processing and sale of pork; production and sale of alcohol; activities in the porn industry, etc. Islamic business ethics, based on five tenets: the exclusive role of God, balance, free will, accountability to God for one's actions and charity, is closely intertwined with corporate responsibility and requires high standards of stakeholder relations. We propose to consider the main characteristics of the Islamic model of CSR, presented in table 1.

Table 1 – Characteristics of the Islamic model of CSR

Form of CSR	Прихована
Economic responsibility	Focus on compliance with the principles of socio-economic justice of Islam, enshrined in the Qur'an and Sunnah
Legal liability	Priority of religious factor and company status. Organizations can only exist as long as a society recognizes their legitimacy
Ethical responsibility	The priority of the state of human relations in economic life, the prosperity of Islamic society as a whole
Charity	Propaganda of Islam, religious-educational and charitable activities.
The main stakeholders	Society, companies, state
The driving forces of CSR	Norms of the Koran, corporations
The role of non-governmental / non-profit organizations	Insufficiently developed. The largest CSR promotion centres (CSR Asia, CSR Malaysia, The Dubai Centre for Corporate Values, CSR Development center (Iran), CSR Association of Turkey).
Trends in social reporting	At the stage of development given the economic backwardness of most countries

Source: compiled by the author based on the source [2]

The role of the state in motivating business to socially responsible behaviour is reduced to individual actions and the use of indirect tools. In Malaysia, attempts to have been made to oblige listed companies to provide CSR reports. However, as this led to an outflow of companies on the Hong Kong Stock Exchange, this requirement was abolished. Currently, Turkey has adopted a law on CSR, which was presented to the general public in 2010 [3].

Thus, considering the main characteristics of the Islamic model of corporate social responsibility, we can see that in this model there is a priority of the religious factor. In general, Islamic countries are guided in their activities by the Qur'an, which is a sacred book and at the same time a book of laws. The main advantages of the Islamic model of CSR include:

- religious basis, as many of the provisions of CSR coincide with religious beliefs. Thus, it is easier to integrate this policy into society;

- the priority of mutual assistance and justice, and only then to make a profit.

Among the disadvantages of this model are the following:

- insufficient awareness. It is implied that people live by their established Sharia law and have a simplified list of key CSR policies;

- optional non-financial reporting. This shortcoming does not allow to fully assess the effectiveness of CSR policy and to follow certain development trends.

References

1. *Islamic Work Ethics and Corporate Social Responsibility in Business Organizations*. URL: <https://www.abacademies.org/articles/islamic-work-ethics-and-corporate-social-responsibility-in-business-organizations-issues-and-challenges-7075.html>.

2. *Kharakterystyka islamskoi modeli KSV*. URL: <https://research-journal.org/economical/sravnitelnyj-analiz-modelej-korporativnoj-socialnoj-otvetstvennosti/>.

3. *Petrashko L. P. (2013) Korporatyvna vidpovidal'nistj: kros-kul'turni modeli ta biznes-praktyky. Ownership. Kyjiv. KNEU, 193-196 [in Ukraine]*.

ПЕРСПЕКТИВИ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ ТА ІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ

Булах Ірина Іванівна, Шиманська Олена Володимирівна

Відокремлений структурний підрозділ

Уманський фаховий коледж технологій та бізнесу

Уманського національного університету садівництва

Економічна «глобалізація» – це історичний процес, що є результатом новаторства у суспільстві і технічного прогресу. Цим терміном називають узростаючий ступінь інтеграції країн в усьому світі, обумовлений, насамперед, торговельними і фінансовими потоками. Іноді під ним мається на увазі також рух людей (праці) і знань (технологій) через міжнародні кордони. Глобалізації властиві також більш широкі культурні, політичні й екологічні параметри.

За рейтингами міжнародних економічних організацій Україна за рівнем конкурентоздатності посідає одне з останніх місць. Курс уряду на лібералізацію зовнішніх відносин не виправдав покладених на нього надій і не реалізував

конкурентні переваги нашої держави. Доцільність лібералізації зовнішньоекономічних відносин мала б бути досліджена на перших етапах відкриття кордонів, оскільки далеко неоднакові умови та розбіжності обумовлювали суттєву різницю між економічними системами України та високорозвинених країн. Показники розвитку української економіки порівняно із найбільшими торговельними партнерами свідчать про недоречність беззастережного відкриття кордонів. Виробничо-промисловий комплекс України нездатний адаптуватися до попиту на світовому ринку, про що говорить досить низький ВВП на душу населення. [1].

Попри реальні проблеми, що стоять перед нами, досить сміливими виглядають цілком конкретні терміни, визначені нашими політиками для інтеграції України в європейське співтовариство. Адже поки у нас немає навіть загально визнаних національних лідерів, обізнаних із теорією і, головне, практикою ринкових відносин в умовах пануючої в міжнародному середовищі жорсткої конкуренції, що володіють навиками культурного, етичного ведення бізнесу і знанням відповідних правил бізнес-комунікації, процесів, що є суттю глобалізації.

Вплив глобалізації на національну економіку досить складний та суперечливий. Існують як позитивні, так і негативні аспекти. Позитивні очевидні: по-перше, це можливість брати активну участь в обговоренні режимів регулювання міжнародних економічних відносин, а не бути осторонь, як це спостерігається нині. По-друге, відбудеться скорочення витрат на здійснення зовнішньоекономічних операцій, що є дуже важливо, оскільки загальне підвищення цінової конкурентоспроможності українських виробників – найактуальніше питання сьогодення. Цим самим наша країна виконає одну з головних умов поглиблення відносин з Європейським Союзом та отримас можливість захисту національних інтересів та підприємств відповідно до міжнародних форм та процедур, що мінімально залежать від коливання політичних відносин з тією чи іншою країною. Забезпечення інвестиційної привабливості України для іноземних інвесторів за рахунок приєднання країни до загальноприйнятих у світі регулятивних норм також є однією із позитивних сторін, оскільки сучасне становище держави вимагає змін. Іноземні інвестори не довіряють політичній та економічній нестабільності в країні і тому забирають свої капіталовкладення, а це негативно впливає на розвиток промисловості. [2].

Позиція, яку зараз підтримує Україна, приведе до збільшення можливостей входження країни до великих міжнародних коопераційних проектів, що в перспективі можуть забезпечити істотне підвищення конкурентоспроможності та розширити можливості більш вільного доступу до зарубіжних ринків за рахунок зменшення тарифних і нетарифних перешкод. Але для України стратегічно важливою метою має стати стимулювання структурних реформ усередині країни, спрямованих на забезпечення конкурентоспроможності у відкритому ринковому середовищі, що є стратегічно важливою метою.

На жаль, на сьогодні Україна недостатньо залучена до цих процесів, оскільки вона:

– значно відстає від провідних держав світу в галузі інформатизації та розвитку інформаційних технологій;

– перебуває лише на початку формування власних ТНК, конкурентоспроможних на глобальному рівні й здатних до здійснення глобальної стратегії розвитку;

– досить непослідовно запроваджує економічну лібералізацію;

– не звертає належної уваги на координацію своєї зовнішньоекономічної політики з іншими пострадянськими й постсоціалістичними країнами, що розвиваються, – це робить політику малогнучкою та послаблює зовнішні позиції загалом. [3].

Покращити становище України на світовому ринку можливо завдяки застосуванню ефективної інноваційної та зовнішньоекономічної політики. На наш погляд, головним завданням інноваційної політики держави в епоху поширення глобалізаційних процесів має стати забезпечення збалансованої взаємодії наукового, технічного і виробничого потенціалів, удосконалення механізму активізації інноваційної діяльності суб'єктів підприємництва, поширення інновацій в усіх сферах економіки. Об'єктом інноваційної політики виступають не лише і не стільки окремі наукові чи виробничі підприємства, але також налагодженість та стабільність їхнього взаємозв'язку, системність взаємодії в процесі створення інновацій. Досвід західних країн показав, що при інтенсивному освоєнні інновацій більшість учасників інноваційного циклу перебувають здебільшого у відносинах організаційної спорідненості. Одним з пріоритетів зовнішньоекономічної політики є вступ України до СОТ, що розглядається як системний фактор розвитку національної економіки, лібералізації зовнішньої торгівлі та залучення іноземних інвестицій.

Оптимальний розвиток зовнішньоекономічних зв'язків ґрунтується, передусім, на принципових змінах у структурі національної економіки. Тому важливим стає питання реформування зовнішньоекономічного сектору України, інтеграції її господарської системи у міжнародну економіку, створення розгалуженої інфраструктури, яка б забезпечувала швидку реалізацію ринкових перетворень, перш за все, у зовнішньому секторі економіки. Від трансформації останнього залежать подальший економічний розвиток країни, ефективність і результативність підприємницької діяльності, місце України в системі світового господарства.

Література

1. Косарева І. П. Загальні підходи щодо збалансованості соціально-економічного розвитку України [Електронний ресурс. Ефективна економіка. 2016. № 12. Режим доступу : <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=5308>

2. Федірко В. В. Банківська система України в умовах глобалізації світової економік. Економічний форум. 2011. № 2. С. 117-121.

3. Романова Т. В. Оптимізація структури економіки як чинник зростання конкурентоспроможності держави в умовах інтеграційних процесів. Вісник Одеського національного університету. Серія : Економіка. 2016. Т. 21. Вип. 1. С. 73-76. Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vonu_econ_2016_21_1_18

**ВЛИЯНИЕ ПАНДЕМИИ COVID-19 НА ГЛОБАЛИЗАЦИЮ
(ЭКОНОМИЧЕСКИЙ АСПЕКТ)**

*Рыбченко Д. А., магистрант кафедры мировой экономики
ГГУ имени Ф. Скорины, Гомель, Республика Беларусь*

Научный руководитель: к. э. н., доцент Западнюк Евгений Александрович

Глобализация оказала значительное влияние на жизнь миллиардов людей. Данные процессы оказали весомый вклад в развитие всех сфер общественной жизни, например, уменьшилась стоимость перевозки товаров, людей, услуг и т.д. Вместе с тем именно это и оказалось одним из факторов распространения Covid-19. Фактически, именно это и стало одной из причин падения мировой экономики в 2020 году [1], так как коронавирусная пандемия значительно отличалась от происходивших в последнее время.

Как верно, указывают в своей совместной статье Фудзита и Хамагути [2], что в отличие от предыдущих инфекционных заболеваний, которые, как правило, были связаны с плохой окружающей средой, эпицентром пандемии COVID-19 стали самые богатые мегаполисы промышленно развитых стран.

Как показывает многоавторское исследование [3], введение локдаунов и ограничения на поездки повсеместно затронули рабочую силу. Около 62% мировой занятости приходится на неформальную экономику, характеризующуюся отсутствием социального обеспечения, льгот, доступа к здравоохранению, гарантированного дохода или возможности работать удаленно; таким образом обнажая наиболее уязвимую группу. Среди наиболее уязвимых на рынке труда почти 1,6 миллиарда работников неформальной экономики серьезно пострадали от мер изоляции. Наиболее затронутые отрасли, такие как производство, жилье, общественное питание и розничная торговля, включают около 54% работодателей во всем мире и обеспечивают 30% среднего ВВП. Ожидается, что рабочее время сократится на 10,5% по сравнению с кварталом, предшествующим пандемии, который составляет 305 миллионов рабочих мест с полной занятостью. Ожидается, что в Северной и Южной Америке, Европе и Центральной Азии будут наблюдаться значительные потери рабочего времени. Наибольшая потеря рабочего времени ожидается в странах с низким и средним уровнем дохода. То же исследование [3] показывает, что COVID-19 оказал значительное влияние на пищевую промышленность и сельское хозяйство. Так, Великобритания, США, Австралия, Канада и Новая Зеландия сообщили о сильном воздействии перебоев в производстве и поставках.

Интересно, что эти страны слабо испытывают влияние шока на спрос из-за COVID-19.

Страны, в которых большую часть ВВП составляет сельское хозяйство, такие как Бангладеш, продемонстрировали низкую подверженность влиянию предложения, но высокую подверженность шокам спроса. Кроме того, первоначальный спад в сфере услуг и потребления в ведущих пищевых цепочках в значительной степени способствовал сбоям в пищевой промышленности. Это было связано с тем, что многие предприятия закрывались из-за введения локдаунов. Хотя сообщалось об ограниченных перебоях в поставках, на

европейских рынках было закрыто множество франшиз.

По-прежнему остается актуальным вопрос дальнейших действий стран по преодолению коронавирусного кризиса. Так, уже упомянутые выше Фудзита и Хамагути [2] рассматривают два возможных сценария развития событий в период коронавируса. Первый сценарий рассматривает ситуацию, когда страх перед еще более острыми потрясениями предложения товаров первой необходимости побуждает богатые страны стремиться накопить такие товары отечественного производства. Выход из глобальной цепочки поставок будет представлять собой провал для всего процесса глобализации. Второй сценарий рассматривает ситуацию, когда мировая экономика приспосабливается к жизни социальн коронавирусом. Одним из ключевых вопросов в этом сценарии является продвижение революционных ИКТ (Информационно-коммуникационные технологии) в целях сокращения личных контактов и увеличения числа удаленных встреч без потери эффективности в области коммуникации. Еще одним актуальным вопросом является создание надежной глобальной системы поставок для медико-фармацевтической промышленности.

Таким образом можно сделать несколько выводов. С одной стороны, пандемия COVID-19 негативным образом сказалась на мировой экономике по причине снижения деловой активности по всему миру, введения ограничений на перемещения между странами введением локдаунов во многих странах мира и нанесением значительного социального и экономического урона в бедных странах, где правительства не в состоянии оказать помощь населению. Вместе стоит отметить вероятность дальнейших укрепления взаимосвязей, связанных, с одной стороны, с необходимостью развития информационно-коммуникационных технологий и связанной с этим потребностью в высококвалифицированных специалистах и редких ресурсах, а также необходимости в международной борьбе с пандемией, что также вызывает потребность в специалистах и ресурсах, что в любом случае потребует сохранения сложившихся международных отношений.

Література

1. GLOBALIZATION AND PANDEMICS Pol Antràs Stephen J. Redding Esteban Rossi-Hansberg

Working Paper 27840/ NATIONAL BUREAU OF ECONOMIC RESEARCH 1050 Massachusetts Avenue Cambridge, MA 02138 September 2020

2. Globalisation and the COVID-19 pandemic: A spatial economics perspective Masahisa Fujita, Nobuaki Hamaguchi/ VOX, CEPR Policy Portal August 2020

3. The impact of COVID-19 on globalization Nistha Shrestha, Muhammad Yousaf Shad, Osman Ulvi, Modasser Hossain Khan, Ajlina Karamehic-Muratovic, Uyen-Sa D. T. Nguyen, Mahdi Baghbanzadeh, Robert Wardrup, Nasrin Aghamohammadi, Diana Cervantes, Kh. Md Nahiduzzaman, Rafdzah Ahmad Zaki, Ubydul Haque/Publication: One Health/Publisher: Elsevier October 2020.

ДЕРЖАВНИЙ БОРГ УКРАЇНИ

*Малиш Інна Сергіївна, студентка 5 курсу
спеціальності «Фінанси, банківська справа та страхування»
Східноєвропейського університету імені Рауфа Аблязова
Науковий керівник – д.е.н., доцент Гордієнко Людмила Анатоліївна*

Управління державним боргом є одним з найважливіших елементів державної фінансової політики. Систему управління боргом розглядають як взаємозв'язок бюджетних, фінансових, облікових, організаційних і інших процедур, спрямованих на ефективне регулювання заборгованості й зниження впливу боргового навантаження на економіку країни. Система управління державним боргом містить у собі стратегічні й поточні (оперативні) елементи.

Розвиток державного боргу, зумовлений стабілізаційними процесами, вплинув на високі рівні інфляції початку трансформації, стримуючи при цьому реформування економіки. Перебуваючи в межах макроекономічної політики, боргові заходи призвели до істотного зростання споживання. При цьому інвестиційна напруженість, значні потреби у капіталі для технологічного оновлення, стагфляційна пастка та інші фактори зумовили подальше зростання державного боргу.

Так, основними факторами виникнення державного боргу в Україні вважають залучення прямих кредитів НБУ та надання державних гарантій щодо іноземних кредитів підприємницьких структур (1991-1994 рр.)[1].

Новою редакцією Бюджетного кодексу України, зокрема, п. 20 ст. 2 визначено: «державний борг – загальна сума боргових зобов'язань держави з повернення отриманих та непогашених кредитів (позик) станом на звітну дату, що виникають внаслідок державного запозичення»[2], а відповідно, державні запозичення здійснюються з метою покриття бюджетного дефіциту на державному і регіональному рівнях, цільового фінансування різноманітних програм, поповнення необхідних резервних активів, а також для рефінансування раніше здійснених державних запозичень.

Управління державним боргом здійснюється Міністерством фінансів України в межах повноважень, визначених законодавством України. Право на здійснення державних запозичень в межах, визначених законом про Державний бюджет України, належить державі в особі Міністра фінансів України за дорученням Кабінету Міністрів України. З метою оздоровлення системи державних фінансів та забезпечення фінансової стабільності на валютному і банківському ринку, Міністерство фінансів працює над зменшенням обсягу державного боргу України.

Одночасно державний борг виступає як об'єкт управління, коли органи влади встановлюють всі необхідні практичні аспекти його функціонування. Так, органи влади визначають співвідношення між різними видами боргової діяльності, регулюють структуру державного боргу за термінами обігу і прибутковістю боргових зобов'язань, встановлюють порядок випуску та обігу державних позик, надання і повернення державних кредитів і державних гарантій, а також виконання фінансових зобов'язань за ним.

Щоб знизити боргове навантаження, Міністерство фінансів України: здійснює заміщення старих боргів на нові більш дешеві фінансові інструменти та реструктуризовує борги з власниками комерційних зовнішніх зобов'язань країни:

Варто відзначити, що сам по собі обсяг державного боргу в абсолютному вираженні не дає повної інформації про стан економіки держави та її платоспроможність. Значна частина європейських країн із метою оцінки здатності країни-позичальника виконувати свої зобов'язання з погашення та обслуговування накопиченого боргу використовують, так звані, боргові коефіцієнти. До таких показників доцільно віднести співвідношення зростання розміру ВВП та обсягу державного боргу, що дозволяє визначити рівень боргового навантаження на економіку країни, і відображає її потенційні можливості з виконання своїх боргових зобов'язань, граничним вважається 50% позначка.

Варто зазначити, що державний борг є невід'ємною складовою більшості фінансових систем держав світу. У світовій практиці сформувалася стійка система поточного й стратегічного управління державним боргом, підсистемами якої є:

- інфраструктура (інституціональна підсистема);
- правове забезпечення (правова підсистема);
- економічне оперативне регулювання (підсистема параметрів боргу);
- технології (торговельна підсистема);
- підсистема врегулювання боргу[3].

Традиційно основною метою управління державним боргом прийнято вважати:

- підтримка обсягу боргу на економічно безпечному рівні;
- забезпечення своєчасного виконання боргових зобов'язань у повному обсязі;
- мінімізація вартості боргу

Світова практика, адаптована до українських реалій, при управлінні державним боргом використовує низку основних методів:

1) рефінансування – погашення основного боргу й відсотків за рахунок розміщення нових позик і одержання кредитів;

2) уніфікація – об'єднання декількох раніше випущених позик, а також обмін раніше випущених облігацій і сертифікатів на облігації й сертифікати нових позик;

3) конверсія – зміна прибутковості за позиками, отриманими державою як позичальником;

4) консолідація, що припускає зміну умов запозичень у частині збільшення строків боргових зобов'язань, тобто припускає перенесення погашення на більше пізній строк;

5) анулювання державного боргу, тобто відмова держави від усіх раніше взятих на себе боргових зобов'язань;

6) реструктуризація, що припускає підписання угоди про припинення

боргових зобов'язань, що становлять державний або місцевий борг, із заміною їх на інші боргові зобов'язання з іншими умовами обслуговування й погашення тощо.

Отже, державний борг впливає на розвиток різних сфер економіки країни. Однак за останні роки державний борг постійно зростає, відтак уряду країни необхідно зосередити увагу саме на системі та інструментах управління державним боргом.

Література

1. <http://www.minfin.gov.ua/news/bjudzhet> – Офіційний сайт Міністерства фінансів України.
2. Бюджетний кодекс України від 08.07. 2010 № 2456-VI. [Електронний ресурс]. Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2456-17>.
3. Хоминич И. Государственный кредит в условиях финансовой. М. : Финансы и статистика ; Инфра-М, 2010. 256 с.
4. Sukach O. National debt: current realia and outlook for management in Ukraine. *Konzeptuelle Grundsätze des Wirtschaftswachstums bei der Globalisierung : kollektive Monographie / herausgegeben vom Doktor der Wirtschaftswissenschaften, Professor W.Jatsenko. Verlag SWG imex GmbH Nürnberg, Deutschland, 2016. С. 228-235.*

ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ (НА ПРИМЕРЕ ОАО «НАФТАН»)

*Крутая Карина Алексеевна, студентка 4 курса
специальности «Менеджмент (международный)»
Белорусского государственного университета*

*Научный руководитель: д. э. н., профессор Карпенко Елена Михайловна
заведующий кафедрой международной менеджмента*

Развитие внешнеторговых отношений и освоение новых рынков сбыта – залог успешного экономического развития не только белорусского предприятия, но и Республики Беларусь в условиях процессов глобализации в мировой экономике в целом. О высоком уровне открытости белорусской экономики свидетельствует география внешнеторговых отношений белорусских предприятий. Так, по данным Национального статистического комитета Республики Беларусь, в январе-сентябре 2020 г. степень географической концентрации экспортных поставок составила 2320 против 1955 в январе-сентябре 2019 г. Рост показателя обусловлен увеличением удельного веса Российской Федерации в общем объеме белорусского экспорта [1] (рис 1). В январе-сентябре 2020 г. зарегистрированы объемы экспортно-импортных операций с 203 странами мира. Товары поставлялись на рынки 171 государства, импортировалась продукция из 178 стран. В январе-сентябре 2019 г. экспортно-импортные операции осуществлялись со 198 странами мира, товары поставлялись на рынки 171 государства, импортировалась продукция из 182 стран [1].

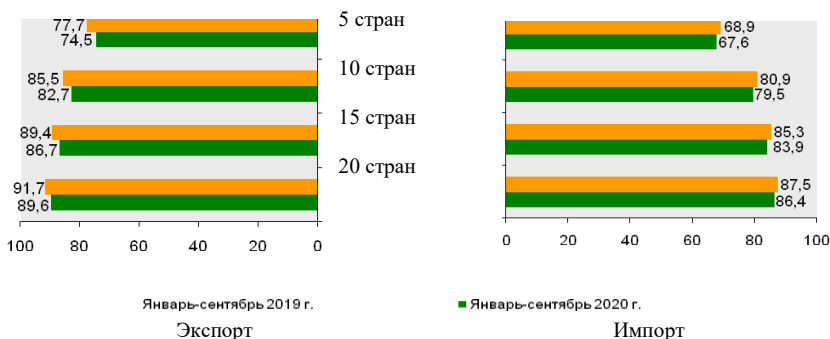


Рисунок 1 – Концентрация экспорта и импорта Республики Беларусь по странам – основным торговым партнерам (в % к общему объему экспорта и импорта)

Примечание: источник – [1].

Очевидно, что изучение внешнеэкономической активности является важным и актуальным направлением экономического анализа. Однако, в связи с непредсказуемой геополитической ситуацией и стремительно развивающимися событиями, вызванными распространением вируса COVID-19, оценить эффективность внешнеэкономической деятельности предприятия и факторов, которые на него влияют, может быть достаточно трудно. При этом уже очень давно существуют внутренние структурные проблемы, которые тянут показатели экономического развития государственных предприятий и Республики Беларусь в целом вниз.

По статистическим данным, объем внешней торговли товарами и услугами Беларуси (по методологии платежного баланса) в январе-сентябре 2020 г. (в % к январю-сентябрю 2019 г.) составил 82,9 %, что на 16,8 % меньше значения объема внешней торговли товарами и услугами в январе-сентябре 2019 г. (в % к январю-сентябрю 2018 г.) [1]. Согласно прогнозу Министерства экономики Республики Беларусь, экспорт товаров и услуг в январе-сентябре 2020 г. должен был составить 31944,2 млн. долл. США, фактическое же значение – 26318,5 млн. долл. США. Аналогичная ситуация и с импортом товаров и услуг, прогнозируемое значение в январе-сентябре 2020 г. – 31150,2 млн. долл. США, фактическое – 24815,7 млн. долл. США [2] (рис 2).

В ходе проведенных исследований, были выявлены основные проблемы, ставшие причиной низких показателей в 2020 г. Наиболее острой проблемой является зависимость Республики Беларусь от Российской Федерации, а именно сырьевая, торговая и финансовая зависимость. Во многих источниках особое внимание уделяется сложившейся ситуации с нефтью. Сначала Беларусь пострадала от поступления «грязной» российской нефти, затем – от прерывания ее поставок и сложностей в переговорах. Финансовая зависимость также проявляется в прямом финансировании, которое получает Беларусь от России.

На втором месте оказалась неэффективность государственного сектора. Около половины рабочих мест приходится на госсектор. Таким образом, государство по-прежнему играет доминирующую роль в экономике страны. Также немалое количество неконкурентоспособных предприятий получают государственную поддержку, что в итоге становится неудачной попыткой сохранения этих госпредприятий и в целом свидетельствует о недейственности механизмов управления.

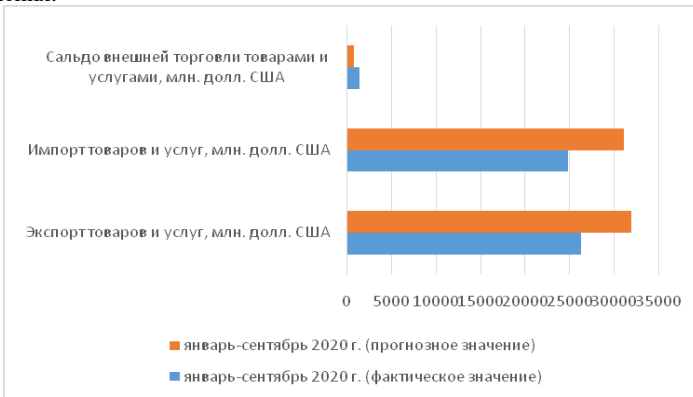


Рисунок 2 – Прогнозные и фактические значения экспорта и импорта товаров и услуг Республики Беларусь в январе – сентябре 2020 г.

Примечание: источник – собственная разработка на основе [1] и [2].

Выделенные проблемы, это те области, на которые стоит обратить внимание в первую очередь при принятии мер по повышению конкурентоспособности белорусских предприятий и белорусской экономики. Этими мерами являются диверсификация экономических и политических связей Беларуси с целью повышения независимости отечественной экономики и реформы сектора госпредприятий.

Литература

1. О социально-экономическом положении Республики Беларусь в январе-октябре 2020 г. // Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. 2020 г. Режим доступа: https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/publications/izdania/public_bulletin/index_18461/. Дата доступа: 02.12.2020 г.
2. Постановление Министерства экономики Республики Беларусь о расчетных балансовых показателях социально-экономического развития Республики Беларусь на 2020 г. // Министерство экономики Республики Беларусь [Электронный ресурс]. 2020 г. Режим доступа: <https://economy.gov.by/uploads/files/macro-prognoz/postanovlenie-Ministerstva-ekonomiki-ot-30-janvarja-2020-g.-1.pdf>. Дата доступа: 02.12.2020 г.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ТОВАРНО-АССОРТИМЕНТНОЙ ПОЛИТИКИ ОАО «КОНДИТЕРСКАЯ ФАБРИКА «СЛОДЫЧ»

*Сидорович Арина Юрьевна, студентка 4 курса
специальности 1-26 02 02-05 «Менеджмент (международный)»*

Белорусского государственного университета

*Научный руководитель: д. э. н., профессор Карпенко Елена Михайловна
заведующий кафедрой международной менеджмента*

Успех деятельности предприятия во многом зависит от его способности создавать товары и услуги, соответствующие потребностям динамично развивающегося рынка. Ассортиментная политика является наиболее важным инструментом, при помощи которого предприятие осуществляет свою деятельность на рынке. Нерациональная структура ассортимента ведет к снижению уровня прибыли предприятия, а также к потере своих конкурентных позиций на перспективных товарных рынках. От правильности разработки и реализации ассортиментной политики на предприятиях, со сложной структурой ассортимента, во многом зависит обоснованность принимаемых решений. Основная задача ассортиментной политики – чтобы в каждый момент времени набор товаров, который предлагает предприятие, оптимально соответствовал потребностям потребителей по объёму, цене и качественным характеристикам.

В настоящее время задача совершенствования методов планирования ассортимента приобретает особую актуальность для предприятий кондитерской отрасли Республики Беларусь, в условиях постоянного совершенствования технологий производства, усиливающейся конкуренции со стороны зарубежных производителей, и необходимости удовлетворения запросов различных групп потребителей.

Объектом исследования является Открытое акционерное общество «Кондитерская фабрика «Слодыч». Предметом исследования являются пути совершенствования ассортиментной политики для предприятий пищевой промышленности как инструмента внутрифирменного планирования.

Целью работы является изучение, анализ и планирование ассортимента предприятия ОАО «Кондитерская фабрика «Слодыч» в современных условиях развития рыночных отношений, сильной конкуренции и постоянно изменяющихся предпочтениях потребителей. Для достижения цели были поставлены следующие задачи:

1. Анализ деятельности и товарно-ассортиментной политики ОАО «Кондитерская фабрика «Слодыч».
2. Предложение путей совершенствования ассортимента для ОАО «Кондитерская фабрика «Слодыч».

Открытое акционерное общество «Кондитерская фабрика «Слодыч» – лидер по производству печенья на отечественном рынке мучных кондитерских изделий. На сегодняшний день фабрика «Слодыч» является крупнейшим в Беларуси предприятием, выпускающим слоеное, сахарное, затяжное, глазированное и другие виды печенья.

В течение 2016 – 2019 гг. ОАО «Кондитерская фабрика «Слодыч»

розвивалось поступательно, наращивая объемы производства и реализации продукции с одновременным увеличением ассортимента, что позволило значительно укрепить свои позиции на рынке Республики Беларусь.

За 2018 год произведено 13321 тн продукции, что на 84 тн больше, чем в 2017 году (темп роста составил 100, 6%), и на 187 тн больше по сравнению с 2016 годом (темп роста к уровню 2016 года составил 101, 4%). Наибольшая доля реализуемой ОАО продукции приходится на сахарное печенье. Его доля в структуре продаж в 2018 г. составляла уже более 80%; темп продаж данного вида продукции в 2018 г. составил 108% .

При анализе спроса на продукцию ОАО «Кондитерская фабрика «Слодыч» было выявлено, что в последнее время растет спрос на глазированное печенье с полной и частичной глазировкой, поскольку потребители отказываются от шоколада и изделий из него в пользу более дешевых мучных изделий в глазури. В связи с этим необходимо изменить объём производства некоторых наименований глазированного печенья. Общий объём производства глазированного печенья останется неизменным, но при этом объём производства печенья «Солнечный Слодыч», «Фигурная смесь Премиум», а также «Цветочный Слодыч» нужно сократить, т.к. популярна продукция с полной или частичной глазировкой, а данные виды продукции лишь декорированы глазурью. При этом загрузка производственных мощностей и объём сырья останется неизменным, поскольку необходимо будет лишь перенаправить сырьё на производства другого типа продукции. Данные мероприятия помогут получать прибыль, которую ранее предприятие упускало, производя невостребованную продукцию.

Для повышения спроса на продукцию необходимо выпускать товары, привлекающие молодых родителей. Например, печенье в форме геометрических фигур, букв алфавита, цифр. Для производства печенья различной формы предприятию необходимо приобрести роторно-формовочную машину – может работать со сдобным тестом для обычного печенья, для печенья с джемом, венского печенья и многих других видов продукции с различным содержанием жира (от 30 до 70%), т. е большая часть ассортимента ОАО «Кондитерская фабрика «Слодыч» можно производить в новых формах на данном оборудовании.

В таблице 1 приведены примерные затраты на покупку и установку данной машины для производства печенья.

Таблица 1 – Затраты на приобретение роторно-формовочной машины

Наименование затрат	Стоимость, долл. США
Роторно-формовочная машина KGM для производства фигурного печенья	21 847
Доставка оборудования	300
Монтаж оборудования	120
Итого:	22 267

Примечание – Собственная разработка

На оборудовании такого типа в день (2 смены) можно производить от 1920 кг до 4800 кг продукции (при максимальной загрузке производственных

мощностей) и до 105600 кг продукции в месяц. ОАО «Кондитерская фабрика «Слодыч» является крупным производителем на рынке печенья и мучных кондитерских изделий Республики Беларусь. Предприятие славится своим печеньем и мучными изделиями, которые любят дети и взрослые. Многие семьи, в которых есть маленькие дети, заводят домашних питомцев. Дети любят кормить животных или же делиться с ними своей едой, в связи с этим, новым продуктом на ОАО «Кондитерская фабрика «Слодыч» может стать корм для собак с натуральным составом и абсолютно безопасный для детей.

Затраты необходимые на рекламу в первый месяц продаж составят 2571,2 руб., что является необходимой тратой, поскольку о новом продукте необходимо рассказать. Затраты на покупку сырья составят 631,1195 и 984,49, соответственно для производства 250 кг двух новых видов продукции.

ОАО «Кондитерская фабрика «Слодыч» обладает широким ассортиментом продукции, при этом необходимо постоянно совершенствовать ассортимент. Предложенные мероприятия помогут предприятию заявить о себе на кондитерском рынке страны и за её пределами.

Литература

1. *Анализ хозяйственной деятельности предприятия: учебник / О.Н.Волкова. – М. : ООО «ТК Велби», 2012. – 424 с.*
2. *Ассортиментная политика предприятий: анализ основных взглядов / Халыгина М. Л. – Научный журнал КубГАУ – №84(10) – 2012 – С. 24-33.*
3. *Официальный сайт ОАО «Кондитерская фабрика «Слодыч» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.slodych.by/>*

СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ РЕСУРСАМИ ПРЕДПРИЯТИЯ: ОБЩАЯ ИНФОРМАЦИЯ, ОСНОВНЫЕ РАЗЛИЧИЯ

*Цецохо Елена Александровна, Плетежѣва Александра Викторовна
студенты 3 курса, специальности 1-26 02 02-05 «Менеджмент (направление –
международный)»*

*Белорусского государственного университета
Научный руководитель: преподаватель **Пожарицкий Егор Дмитриевич**
кафедра международного менеджмента БГУ*

Процесс выбора информационной системы управления ресурсами всегда был достаточно трудоемким и ответственным мероприятием для руководства организации. Многие компании после принятия стратегического решения встают перед выбором вида информационной системы управления. Такой информационной системой может стать специализированное предложение, которое разрабатывается в зависимости от индивидуальных особенностей предприятия, либо стандартное интегрированное решение, которое еще называют “вертикальным”, которое создается на базе опыта, накопленного в процессе решения задач автоматизации в различных отраслях экономики, либо применение смешанного варианта, который сочетает оба способа. На данный момент были разработаны различные методологии, например MRP, MRP II, ERP,

используемые для идентификации и действенного планирования ресурсов организации при закупках материалов и комплектующих, производстве и продаже готовой продукции. Если изначально методология планирования предполагала только планирование материалов – Material Requirements Planning (MRP), то сейчас она включает в себя планирование ресурсов предприятия в целом – Enterprise Resource Planning (ERP).

В 1960-1970-х годах был разработан стандарт управления предприятием, который получил название MRP (Material Requirements Planning), т.е. планирование потребностей в материалах для производства продукции. Системы MRP создавались в основном для производственных предприятий.—Зачастую в MRP-систему включался модуль планирования производственных мощностей под названием CRP (Capacity Requirements Planning), который используется для проверки выполнимости производственного плана с точки зрения загрузки оборудования по производственным технологическим маршрутам с учетом времени переналадки, вынужденных простоев, субподрядных работ и пр. Впоследствии данная модель будет включен в другую систему класса MRP II.

Увеличение функциональных возможностей MRP, системы планирования потребностей в материалах, привело к созданию новой системы планирования производственных ресурсов – Manufacturing Resource Planning либо MRP II. MRP II является автоматизированной системой планирования всех ресурсов производственной компании, осуществляя в том числе кадровое и финансовое планирование в стоимостном выражении, планирование в натуральных единицах и элементы моделирования производственных условий. Такой стандарт предполагает наличие следующих функциональных модулей планирования:

- совершенствование бизнеса, составление и корректирование бизнес-плана;
- деятельность предприятия в сфере производства продукции, ее реализации и т.д.;
- будущие продажи и сбытовая политика;
- потребности в сырье и материалах (MRP);
- производственные мощности (CRP);
- планирование закупок материальных средств исходя из производственных потребностей и остатков на складе.

Также он включает в себя выполнение плана производственных мощностей и потребности в материалах.

Следующим этапом в развитии MRP и MRP II стали системы планирования ресурсов предприятия – Enterprise Resource Planning или ERP системы. В основу новых ERP систем лег принцип создания единого хранилища данных, который содержит всю корпоративную информацию и обеспечивает одновременный доступ к ней абсолютно всех сотрудников предприятия, которые наделены соответствующими полномочиями. Считается, что это не только повышает эффективность производственной деятельности организации, но и сокращает внутренние информационные потоки, уменьшая затраты на их обеспечение. Основные функции ERP-систем включают в себя:

- реализация конструкторских и технологических спецификаций, которые определяют состав производимой продукции вместе с ресурсами и процессами, необходимыми для его изготовления;

- планирование продаж и производства;
- создание планов потребностей в материалах и комплектующих, определение сроков и объемов поставок для реализации плана производства продукции;

- управление запасами и закупками, т.е. ведение договоров, обеспечение централизованных закупок, учет и оптимизация складских и цеховых запасов;

- составление плана производственных мощностей, включая как укрупненное планирование, так и использование отдельных станков и другого оборудования;

- управление финансами, в том числе составление финансового плана и контроль за его исполнением, а также финансовый и управленческий учет;

- управление проектами, включающими в себя планирование всех этапов и ресурсов для их реализации.

В связи с тем, что в основе ERP системы находится MRP II система, то, очевидно, что функции и одной, и другой во многом пересекаются.

Обобщив данные исследований многих аналитических изданий, можно выделить следующие тенденции рынка систем автоматизации деятельности компаний:

- Использование ERP для спасения бизнеса. Если раньше под автоматизацией производственного предприятия предприниматели понимали в основном улучшение контроля за операционной прибылью и увеличение капитализации, то сегодня ERP внедряют в целом для роста рентабельности бизнеса.

- Облачные ERP-решения – одна из главных точек расширения рынка. На данный момент облачные ERP используются для автоматизации простейших процессов учёта. Тем не менее, по многим прогнозам, в будущем данный тренд скорее всего станет доминирующим, т.к. облачные системы обычно дешевле и удобнее, чем стационарные.

- Увеличение спроса на узкоспециализированные решения. Вместо типовых систем автоматизации производители все больше используют отраслевые и индивидуальные, таким образом приобретая гибкость программных продуктов, которая создает необходимые условия для их адаптации под специфику различных бизнес-процессов.

- Актуальность мобильных версий ERP. Сотрудники предприятий ценят удобство мониторинга и комфорт контроля производственных и бизнес-процессов с подручных устройств, на пример телефонов.

По оценкам многих аналитиков, на данный момент на рынке присутствует несколько сотен ERP-систем, успешных определенную известность. Несомненными лидерами рынка являются компании SAP AG, Oracle, PeopleSoft, Baan, J. D. Edwards и Symix Systems. На их долю приходится 67% объема всего рынка ERP-систем. Однако несмотря на такой значительный отрыв от лидеров,

другі компанії вважають, що вони мають значительне перевагу перед кращими компаніями за гнучкості своєї реакції на постійно змінюючіся потреби замовників, а також оперативного впровадження в свої продукти сучасних технологій.

Література

1. Баронов, В.В. *Особенности использования и внедрения ERP – систем в России* / В.В. Баронов, Ю.И. Попов, Б.А. Позин, И.Н. Титовский И.Н. – <http://www.citforum.ru/seminars/cis99/epr.shtml> (06.12.2020)
2. *Объем и крупнейшие игроки мирового рынка ERP-систем* – <http://www.tadviser.ru>
3. *Управление организацией.* /под ред. д. э. н., проф. А. Г. Поринева-М. : Инфра-М, 2015. – 358-370с.

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСАМИ ПІДПРИЄМСТВА

*Святоха Ольга Миколаївна, студентка 2 курсу спеціальності 072 «Фінанси, банківська справа та страхування» Бердянського державного педагогічного університету
Науковий керівник: к.е.н., доцент Костенко Ганна Петрівна
доцент кафедри економіки, підприємництва та фінансів БДПУ*

У загальній системі управління соціально-економічними процесами в країні слід виділити, як одну з важливих, управління фінансами. Управління фінансами підприємств передбачає собою об'єднання сукупності прийомів та методів впливу зі сторони суб'єкта управління. Управління фінансами спрямоване на приведення в дію та поступальне вдосконалення системи відносин, покликаних формувати і активізувати фінансові ресурси, необхідні для соціально-економічного розвитку суспільства, що вказує на актуальність проведеного дослідження.

Метою проведеного дослідження є узагальнення теоретичних підходів щодо особливостей управління фінансами підприємств.

Необхідною умовою прибуткової діяльності будь-якого підприємства є запровадження ефективного механізму організації та управління їх фінансами. Для успішного функціонування на ринку підприємство повинно ефективно формувати, розподіляти й використовувати фонди грошових коштів. На даний час підприємства мають обмежений доступ до залучення додаткових фінансових ресурсів через високий рівень ризиків здійснення підприємницької діяльності.

З огляду на це, управління фінансами підприємств слід розглядати як процес реалізації комплексу послідовних та взаємопов'язаних управлінських процедур, що пов'язані із формуванням, розподілом та ефективним використанням обмежених фінансових ресурсів задля досягнення мети діяльності підприємства під час забезпечення подальшого розвитку або збереження позицій на ринку [1, 2].

Реальні труднощі з фінансуванням є сьогодні чи не найголовнішою проблемою для бізнесу. Тому, поряд із формуванням ефективного внутрішнього

механізму управління фінансами підприємств, важливим є налагодження результативного й ефективного механізму формування та реалізації державної фінансової політики щодо підтримки підприємств.

Отже, на даному етапі розвитку підприємства мають низку проблем з управління їх фінансами, від вирішення яких залежить як їх подальший розвиток, так і розвиток національної економіки в цілому. Формування заходів щодо удосконалення механізму управління фінансами підприємства може сприяти стабілізації його фінансового стану, платоспроможності й ліквідності, а також підвищення рентабельності діяльності.

Література

1. Ромашко О.М., Баріяк В.О. *Теоретичні засади формування механізму управління фінансовими ресурсами підприємства. Бізнес Інформ. 2019. №5. С. 180-184.*
2. Василюк О.Д. *Теорія фінансів: Підручник. Київ : НІОС, 2018. 410 с.*

РАССЧЕТ УВЕЛИЧЕНИЯ ВАЛОВОЙ ПРОДУКЦИИ СПК "ЗАРЯ-АГРО"

Морецкий Андрей Юрьевич, студент 5 курса

*Специальность: зоотехния Витебской ордена "Знак Почета"
государственной академии ветеринарной медицины*

*Научный руководитель: к. э. н, Матяс Александр Анатольевич
доцент кафедры банкинга и финансовых рынков ПолесГУ.*

В основе увеличения валовой продукции лежит специализация хозяйства на производстве молока, мяса и зерна. Однако для выявления конкретных факторов и их влияния на производство необходимо рассчитать уравнения регрессии.

Используя исходную информацию по хозяйствам Ивановского и Пинского района, получено уравнение регрессии следующего вида:

$$Y = -1,466 + 0,03238X_1 + 0,000207X_2 + 0,0061X_3 + 0,21472X_4 + 0,02561X_5 + 0,00322X_6 \quad (1)$$

где Y – стоимость валовой продукции в расчете на 1 га, млн руб. ;

X₁ – плотность коров на 100 га сельхозугодий;

X₂ – удой на 1 корову, кг;

X₃ – плотность молодняка КРС на 100 га сельхозугодий;

X₄ – среднесуточный прирост КРС на 1 голову в год, ц;

X₅ – урожайность зерновых с 1 га, ц;

X₆ – удельный вес зерновых в структуре посевов, %.

Уравнение регрессии имеет высокую тесноту связи между результативным и факториальными признаками, коэффициент корреляции соответственно равен 0,946.

Для выявления интенсивных факторов влияющих на продуктивность коров рассчитано регрессионное уравнение, которое имеет следующий вид.

$$Y = -16,121 + 767,455X_1 + 1,6013X_2 - 0,20382X_3 \quad (2)$$

где Y – удой на 1 корову, кг;

X₁ – расход кормов на 1 голову, т

X_2 – плотность коров на 100 га сельхозугодий

X_3 – количество сельскохозяйственных угодий приходящихся в расчете на 1 работника, га.

Уравнение регрессии имеет высокую тесноту связи между результативным и факториальными признаками, коэффициент корреляции соответственно равен 0, 967.

На основании решения задач получены оптимальные решения с учетом специализации хозяйства на производстве молока (1 вариант) и мяса (2 вариант). Так, проектируемая урожайность зерновых культур принята на основании полученного результата уравнений регрессии, а площадь под зерновые культуры определена исходя из планов реализации зерна и обеспечения скота зернофуражом (таблица 1)

Таблица 1 – Показатели продуктивности возделывания сельскохозяйственных культур по вариантам специализации производства в СПК ”Заря-Агро“

Показатели	Факт 2020.	Специализация на производстве молока	Специализация на производстве мяса
Пашня, га	1318	1927	1920
Зерновые, га	747	1474	1227
Рапс, га	109	180	180
Сахарная свекла, га	95	49	49
Овощи, га	9	6	6
Удельный вес зерновых, %	57	76	64
Урожайность зерновых, ц/га	30	36	36
Урожайность сахарной свеклы, ц/га	300	430	430
Урожайность рапса, ц/га	19	25	25
Урожайность овощей, ц/га	-	250	260

Примечание – Источник: собственная разработка

Из таблицы 1 видно, что около 70 % пашни необходимо отводить под зерновые культуры, а травянистые корма необходимо получать с сенокосов и пастбищ.

Таблица 2 – Показатели продуктивности поголовья скота по вариантам специализации производства в СПК ”Заря-Агро“

Показатели	Факт 2020 г.	Специализация на производстве молока	Специализация на производстве мяса
Поголовье коров, голов	988	951	923
Удой на 1 корову, кг	4256	5200	5200
Поголовье на откорме, голов	1879	2000	2000 + 333
Среднегодовой прирост 1 головы в год, ц	2, 0	2, 75	2, 75+3, 6
Плотность коров на 100 га с. х. угодий, голов	32	18, 9	18, 3
Плотность молодняка КРС на 100 га с. х. угодий, голов	59	60, 2	56, 4

Примечание – Источник: собственная разработка

Из таблицы 2 следует, что при углублении специализации на производстве молока (вариант 1) необходимо увеличивать поголовье коров до 1060 голов или на 7,3 %, а при углублении специализации на производстве мяса (вариант 2) необходимо увеличить поголовье молодняка КРС до 2000 голов скота молочного направления и около 330 голов скота на откорме мясного направления.

Оптимизация производства СПК "Заря-Агро" показывает, что при углублении специализации предприятия на молочном скотоводстве (вариант 1) производство молока составит 50000 ц, или больше фактического производства на 19 %. При этом производство мяса по первому варианту будет больше фактического на 75 %.

Если предприятие будет специализироваться на производстве мяса, то производство мяса составит 6700 ц, что в 2, 1 раза больше фактического, а производство молока составит 114% от фактического производства. Объемы производства растениеводческой продукции по предлагаемым вариантам также отличаются, при этом по основным видам продукции (зерновые, рапс) значительно выше чем при фактическом производстве.

Литература

1. Денисов А. Ю. *Экономическое управление предприятием и корпорацией*. М., 2002.
2. Ковалев В. В. *Анализ хозяйственной деятельности предприятия*. М., 2002.
3. Савицкая Г. В. *Анализ хозяйственной деятельности предприятия*. М., 2003.
4. *Экономика предприятия/под редакцией Н. А. Сафронова*. М., 2003.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНСТРУМЕНТОВ БЕРЕЖЛИВОГО ПРОИЗВОДСТВА ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА ПРОДУКЦИИ МАШИНОСТРОИТЕЛЬНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

*Бороздина Кристина Константиновна, магистрант
специальности 1–27 80 01 «Инженерный бизнес»*

*Белорусского национального технического университета
Научный руководитель – д. э. н., профессор Карпенко Елена Михайловна
профессор кафедры инженерной экономики БНТУ*

В условиях динамичных изменений внешней среды «бережливое производство» (с англ. «lean production») становится важнейшим фактором повышения конкурентоспособности предприятия и является наиболее эффективным, надежным и малозатратным способом выхода предприятия из кризиса. Методы бережливого производства позволяют без капитальных затрат улучшить качество продукции или услуг, сократить издержки, время производственного цикла. Данная концепция управления предприятием приводит к повышению уровня работы за счет снижения потерь.

«Бережливое производство» выделяет следующие виды потерь, которые представлены на рисунке 1 [1].

В качестве объекта внедрения инструментов «бережливого производства» рассмотрим ОАО «Минский тракторный завод».

Проанализировав технико-экономические показатели работы предприятия,

было выявлено, что себестоимость товарной продукции в 2019 на 28,97% выше, чем данный показатель в предыдущем году. Обобщающим показателем себестоимости являются затраты на рубль товарной продукции, фактическое значение которых в 2018 году составили 0,87 руб./руб., в 2019 году – 0,93руб./руб. Таким образом затратам на рубль товарной продукции присуща тенденция к увеличению, что наглядно представлено на рисунке 2.

Движение	неоправданные действия оборудования, операторов, провоцирующие увеличение затрачиваемого времени и стоимости товара
Транспортировка	беспользные перемещения, вызывающие задержки, повреждения, пр.
Технология	недочеты в технологии, из-за которых продукт не может отвечать всем требованиям целевой аудитории
Избыточное производство	оставшаяся непроданной продукция, за учет, хранение которой тоже нужно платить
Ожидание	неготовая продукция в очереди на обработку, что также повышает итоговую стоимость
Дефекты	повреждения, которые становятся причиной для дополнительных расходов
Запасы	избыточный объем готового товара

Рисунок 1 – Виды потерь

С целью снизить расходы предприятия, повысить уровень конкурентоспособности и качества продукции воспользуемся технологией бережливого производства.

Инструментом была выбрана система 5S, которая подразумевает под собой совокупность действий, направленных на создание порядка на рабочем месте.

Для реализации данного проекта были выполнены следующие действия:

1. Принят принцип визуализации удобный для анализа и зрительного наблюдения.
2. Создана планировка участка с адресацией рабочих мест, обозначением проходов, движения межцехового и внутрицехового транспорта, мест хранения заготовок и несоответствующей продукции.
3. Разработаны и размещены указатели участков, проходов и расположения контрольных комнат.
4. Работникам выданы карточки рабочих мест с адресацией.
5. Спроектирован и изготовлен шкаф для хранения инструмента, оснастки и технической документации и для хранения несоответствующей продукции.
6. На каждом станке размещены рамки с файлами документации [2].

Огромные резервы для снижения себестоимости заключены в сокращении потерь от брака. Для сокращения дефектов производства воспользуемся инструментом jidoka (автономизация), который подразумевает встраивание качества в производственный процесс, т.е. принцип работы оборудования, способного обнаружить проблемы в работе самостоятельно.

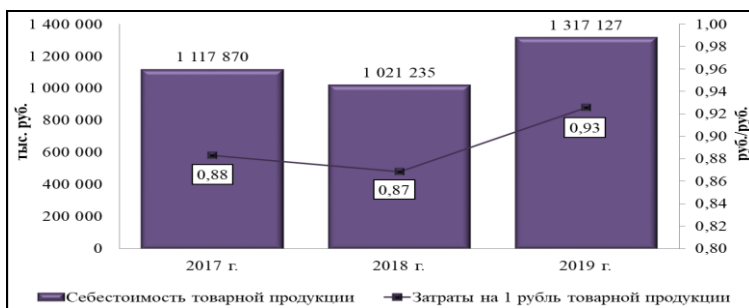


Рисунок 2 – Динаміка затрат на рубль товарної продукції

Использование автономизации заключается в том, чтобы доставлять готовое изделие к механизму, который содержит весы. Если продукт не входит в установленный диапазон, оборудование останавливается и «сигнализирует тревогу» рабочему [3].

Применение инструментов бережливого производства приводит к изменению таких показателей, как: потери от брака (уменьшились на 50%); среднесуточный темп (увеличился на 15%); затраты на инструмент (уменьшились на 18%).

Литература

1. Бережливое производство: 8 эффективных инструментов и примеры удачного внедрения системы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rdv-it.ru/company/press-center/blog/berezhlyivo-proizvodstvo/>, свободный.
2. Применение методов бережливого производства – шаг вперед к повышению производительности труда [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.belarus-mtz.by/>, свободный.
3. Дзидока [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.up-pro.ru/encyclopedia/dzidoka.html>, свободный.

THE ECONOMIC PROBLEMS OF PHYSICAL SAFETY

*Anastasiia Yaremenko, 3rd-year student
specialty 076 – "Entrepreneurship, trade, and exchange activities"
Sumy State University
Scientific leader: Doctor of Economics, Professor Oleksandr Kubatko
Professor of Economics, Entrepreneurship and Business Administration
Sumy State University*

Nowadays there is a huge problem with human well-being. One of the aspects that leads to it is a lack of physical safety. As is said in the Eurostat article "a perceived lack of physical safety may affect subjective well-being more than the actual effects of a physical threat" [1].

There is a wide range of meanings of the term "physical safety". As defined in the Eurostat article, "physical safety refers to being protected from any situation that

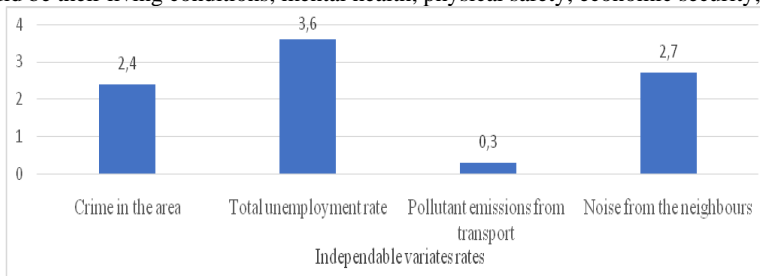
puts an individual's physical security at risks, such as crimes, accidents or natural disasters" [1]. According to the work of Cooper and Lacey, "people's physical safety and security depend on a wide range of social policies" [2] such as poverty reduction, social security, pensions, unemployment insurance, living conditions, health care, social care, criminal justice, etc. No matter what, people have a need to feel safe and this is one of the most crucial things that should be provided by the government. That is why, in this case, the government's role is huge and they have to take care of such issues in order to ensure resident's safety.

As Dr. Bloom claimed that, "physical safety is usually what people think of when describing the sense of being safe. Feeling physically safe requires an environment that is free of threats to our physical well-being" [3]. The most suitable environment for people to live in "should be free from suicidality and self-destructive behavior; physical or sexual attacks on others; dangerous risk-taking behavior; substance abuse; physical hazards such as toxins, weapons, etc. " Dr. Bloom said.

According to Diprose's paper "violence is a public health problem, a human rights problem, a community problem, and a problem for the state and the international community. It impedes human freedom to live safely and securely" [4]. A high level of crime and violence not only worsens the safety of humans but also affects individuals' well-being. In fact, when there is a large number of crime, people are more concerned about their physical safety, than the actual fear of crimes.

To explore the problem of physical safety we decided to use the Stata algorithms and build a regression in order to investigate how the rate of life satisfaction in the EU depends on different factors (see annex).

Life satisfaction rate shows people's well-being and, as a matter of fact, this rate combines all the ways in which people experience and evaluate their lives positively. It could be their living conditions, mental health, physical safety, economic security, etc.



Picture 1 – How the rate of life satisfaction depends on the main factors

So the research shows that if crime in the area by 10%, life satisfaction will decrease by 2.4%. In the case of the growing total unemployment rate by 10%, life satisfaction will decrease by 3.6%. As far as we can see the number of pollutant emissions from transport does not have a huge effect, somehow it grows by 10% will decrease life satisfaction by 0.3%. And last but not the least, noise from the neighbors is in the second position in this rating. In the case of its growing by 10%, life

satisfaction rate will decrease by 2,7%. Thus, the unemployment rate, noise from the neighbors, and crime in the area are the most crucial indicators of a decline in physical safety.

Analyzing all of the above, the well-being of the individuals can be defined as their physical safety. A great impact on human safety has crime and violence, not only by the reason of fear but also due to enormous mental pressure. In turn, physical safety can be measured as a part of the life satisfaction rate. The study also found that the unemployment rate and noise from the neighbors have an indirect effect on the physical safety of the EU residents. This could be explained by the fact that when unemployment rises, people are more prone to thefts and crime overall, which has a detrimental effect on the physical safety of humans. Also, noise from the neighbors can be an object of irritation and by this reduce the level of physical safety of EU citizens.

References

1. *Quality of life in Europe – facts and views – economic and physical safety. Eurostat Statistics Explained.* URL: <https://bit.ly/2HR90Ya>
2. *Kerris Cooper and Nicola Lacey. Physical safety and Security: Policies, spending and outcomes 2015-2020. The London School of Economics and Political Science. SPDO research paper 5. 2019.* URL: <https://sticerd.lse.ac.uk/dps/case/spdo/spdor05.pdf>
3. *Dr. Sandra L. Bloom. Physical Safety. The Sanctuary Model.* URL: <http://sanctuaryweb.com/TheSanctuaryModel/THESANCTUARYMODELFOURPILLARS/Pillar3SharedLanguage/S=SanctuaryasaSafetyCulture/PhysicalSafety.aspx>
4. *Rachael Diprose. Safety and Security: A proposal for internationally comparable indicators of violence. Oxford Development Studies, vol 35, no. 4., 2007.* URL: <https://www.ophi.org.uk/wp-content/uploads/OPHI-wp01.pdf>

ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОГО ТОВАРНОГО АСОРТИМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВА

*Гончаренко Олександр Едуардович, магістр 2 курсу спеціальності 073 «Менеджмент», спеціалізації «Торговельний менеджмент»
Харківського торговельно-економічного інституту КНТЕУ
Науковий керівник: к.е.н., доцент Буднік Марина Миколаївна
доцент кафедри маркетингу, менеджменту та торговельного підприємництва*

Актуальність дослідження визначається тим, що формування асортиментної політики підприємства спрямоване на найбільш повне задоволення попиту споживачів та забезпечення умов для прибуткової діяльності підприємства [1, с. 26]. Проблеми формування асортиментної політики в різних контекстах розглядалися багатьма науковцями [2-4], але підприємці відчувають відсутність системних рекомендацій, що б дозволили сформувати ефективну асортиментну політику. Для вирішення цієї проблеми торговельним підприємствам було запропоновано зразок «Положення про асортиментну політику», наведений в таблиці 1.

Здійснюючи асортиментну політику, підприємства завжди стикається з деякими тактичними складнощами. Наприклад, недостатня кваліфікація персоналу, що відповідає за закупівлі, чи важкий постачальник, затримка у

поставках, або наслідки прийняття нового закону про акцизні марки і т. інше.

Таблиця 1 – Зразок «Положення про асортиментну політику»

№ з/п	Основні підходи
1.	Відповідальність за формування та підтримку асортименту мережі магазинів несе торговий відділ.
2.	Основою формування асортименту є запити покупців, за відстеження яких відповідає аналітична група торгового відділу.
3.	В асортименті мережі магазинів повинні бути присутні наступні товарні категорії : унікальні; пріоритетні; основні (базові сезонні; супутні (зручні)).
4.	Рішення про введення або виведення товарних категорій з асортименту може бути прийнято робочою групою, що складається з генерального директора, начальника торгового відділу та маркетолога-аналітика на підставі наданих маркетологом-аналітиком аргументів про доцільність введення / виведення товарних категорій.
5.	Основним документом, що регламентує асортимент в мережі магазинів, є асортиментна матриця, що включає товари продовольчого і непродовольчого ряду і надає собою перелік найменувань за затвердженою формою: 5. 1. Виділяється асортиментний мінімум рівня 1, обов'язковий до подання у всіх магазинах мережі і затверджується начальником торгового відділу. 5. 2. Асортиментний мінімум рівня 2, обов'язковий до подання в магазині мережі з урахуванням поділу всіх магазинів на групи за форматами і особливостям місця розташування, і затверджується начальником торгового відділу. 5. 3. Повну асортиментну матрицю під конкретний магазин, з урахуванням квот по ширині і глибині асортименту, з урахуванням асортиментного мінімуму обох рівнів і з урахуванням побажань директора магазину, заснованих на результатах аналізу продажів в магазині, розробляють та подають на затвердження начальника торгового відділу відповідні категорійні менеджери.
6.	Рішення про зміну асортименту (введення / виведення конкретних товарів) з метою оптимізації асортиментної матриці приймається начальником торгового відділу за участю відповідних категорійних менеджерів на підставі їх звітів з продажу.
7.	Товар, що належить до тієї чи іншої категорії, залишається в асортиментній матриці при відповідності всім наступним критеріям: 7. 1. Групи А або В за результатами АВС-аналізу по обороту і прибутку. 7. 2. Гарантовану якість товару. 7. 3. Відсутність нарікань на якість роботи постачальника та інше.
8.	Товар розглядається до введення в асортиментну матрицю при відповідності одному з таких критеріїв: 8. 1. Попит на товар серед представників цільової аудиторії мережі магазинів і представленість його в магазинах конкурентів. 8. 2. Товар є новинкою з унікальними властивостями, для якої забезпечується масована рекламна кампанія виробника. 8. 3. Товар сприяє збільшенню обсягу покупки та інше.
9.	Товар розглядається до виведення з асортиментної матриці при відповідності одному з таких критеріїв: група С2 за результатами АСВ-аналізу по обороту і прибутку протягом трьох місяців; об'єктивне зниження якості товару; нарікання на якість роботи постачальника та інше

Джерело: складено автором.

Досить проблем, які, тим не менш, вирішувані, якщо відсутні стратегічні помилки в асортиментній політиці. Потрібно визначити критичні помилки, що можуть бути присутні при впровадженні асортиментної політики:

1. Відсутність визначеної та єдиної для всіх співробітників стратегії розвитку підприємства. Можливо, стратегія є, але вона знаходиться тільки в

голови у першої особи підприємства, або стратегія розмита.

2. Відсутність конкретної особи, що відповідає за формування і управління асортиментом. Відповідальність ця повинна бути прописана в положенні про формування асортименту.

3. Відсутність сервісу, акцент тільки на товар і фізичні властивості асортименту (ширину, глибину). Послуга – той же продукт діяльності магазину, це теж товар, який повинен бути проданий.

4. В асортименті відсутні ексклюзивні або унікальні позиції або послуги. Якщо таких немає, то в чому відмінність від конкурентів? Чому покупець повинен прийти цей, а не в сусідній магазин? Унікальність – це «гачок», який змушує покупця приходити ще і ще.

5. Асортимент довгий час не оновлюється (стагнація асортименту). Відсутні нові товари та послуги в найближчій перспективі розвитку. Оновлення асортименту не тільки задовольняє потребу спробувати нове, але і дозволяє весь час підтримувати оптимальне співвідношення товарів з різною тривалістю життєвого циклу.

6. Висока залежність обсягу продажів від сезонних коливань. Якщо у продажі тільки взимку, то що буде продаватися влітку? Два варіанти розвитку – навесні закрити магазин і всім йти в піврічний відпустку, ризикуючи в осені опинитися за бортом бізнесу. Або переглянути концепцію магазину і продавати остросезонний асортимент, але підібравши для кожного сезону свій товар.

7. Асортимент сформований товарами від постачальників – монополістів. У такому випадку підприємство потрапляє в залежність від їх політики поширення і цін.

8. Відсутність чітко сформульованих і відомих співробітникам критеріїв оцінки якості товарів і послуг, що надаються компанії. Стандарти роботи повинні бути чітко визначені, прописані і весь персонал повинен бути з ними не просто ознайомлений, але і згоден.

Забезпечення необхідного рівня обслуговування покупця і зростання основних економічних показників діяльності торгового підприємства залежать від правильного формування асортименту товарів у магазині. Також необхідно зазначити, що для утримання своїх позицій на ринку підприємству необхідно підтримувати широкий асортимент пропонованої продукції, вести ретельно обмірковану цінову політику, вибирати найбільш оптимальних постачальників і продовжувати застосовувати всі можливі методи формування та стимулювання попиту покупців.

Література

1. Козін С. В. *Організаційна система збутової мережі торговельного підприємства // Маркетинг в Україні. 2003. № 3. С. 26.*

2. Берман Б. *Розничная торговля: стратегический подход / Б. Берман, Дж. Эванс ; пер. с англ. Москва : Вильямс, 2003. 1184 с.*

3. Катаев А. В. *Администрирование товарной политики организации: методы дифференциации ассортимента товаров // Маркетинг розничной торговли. 2013. № 3. С. 162-178.*

4. Данілова Л. Л. *Оптимізація асортиментної політики вітчизняних торговельних підприємств // Вісник ДонДУЕТ. 2001. № 4(21). С. 192-196.*

АНАЛІЗ ТОВАРІВ ЛАТЕРАЛЬНОГО МАРКЕТИНГУ

*Рожко Лілія Валентинівна, студентка 1 курсу
спеціальності 075 «Маркетинг»*

*Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара
Науковий керівник: к. н. із соц. ком., Шевченко Тетяна Сергіївна
викладач кафедри маркетингу та міжнародного менеджменту
Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара*

На сьогоднішній день магазини пропонують покупцям достатньо широкий асортимент різноманітних товарів, кількість яких невпинно зростає. Інколи здається, що створити новий товар майже неможливо. Появу нової продукції спричиняє маркетингова діяльність завдяки креативним ідеям технологіям. Яскравим прикладом є латеральний маркетинг, за допомогою якого створюються нові ринки, категорії або підкатегорії товарів, що задовольняють потреби людей. На прикладах товарів українського ринку переконаємося, як широко застосовується латеральний маркетинг та прослідкуємо за змінами.

Вивченням цих аспектів маркетингу займалися вітчизняні вчені Л.А. Мороз, Є. В. Крикавський та іноземні дослідники: Едвард де Боно – автор техніки латерального мислення «Шість капелюхів», Філіп Котлері Фернандо Тріас де Без – автори книги «Нові маркетингові технології. Методи створення геніальних ідей».

Приклади товарів, утворених за принципом латерального маркетингу, можна зустріти в різних сферах діяльності людини. Декілька років тому на українських полях з'явилися олівці фірми «Brijnal» з насінням у верхній частині олівця. Тобто, після того, як олівець спишиться, його можна буде посадити в землю. Зараз у наявності фірми є олівці з різними видами насіння, як овочів, так і квітів. За допомогою латеральної техніки комбінації (у даному випадку «олівець»+ «насіння») отримали доволі незвичний товар, на який є попит.

Також є інший прийом, який застосовують у латеральному маркетингу – це інверсія. Таким прикладом є бездротові навушники, які також з'явилися відносно нещодавно. У поточному році, на думку аналітиків, обсяг визначеного ринку складе 436,5 млн одиниць. Це буде відповідати зростанню на 32% в порівнянні з 2019-м[3]. До речі, торік галузь показала 95% надбавку, але зараз негативний вплив на попит чинить пандемія[3]. Тож, можна переконатися, що даний тип продукції користується популярністю серед українців. Відповідно, доходи виробників почали зростати, після реалізації цієї продукції.

Розглянемо також цікавий приклад латерального маркетингу щодо сфери послуг. Ми звикли до того, що в кафе ми платимо за те, що замовили, але існують й анти-кафе, у яких відвідувачі розраховуються за час перебування. Здебільшого, в таких закладах ігрові приставки, настільні ігри, випічка, місце, де можна приготувати каву або чай. Одним з прикладів в Україні є мережа анти-кафе «Місце». Змінивши декілька елементів у принципі роботи закладу громадського харчування, виникають нові можливості, які торкаються потреб людей.

Медіа-бізнес має широкий спектр видів та способів комунікації. Документальні комікси, імерсивна журналістика, урбаністичні медіапрактики та багато іншого є не лише трендами мас-медіа, а й яскравими прикладами латерального маркетингу. Адже перелічена класифікація створена внаслідок дифузії медіажанрів, поєднання різних медіаформ. Урбаністично орієнтовані медіа виступають для своєї аудиторії путівниками по просторах міського життя. Світові медіапрактики вважають, що журналістика сьогодні повинна бути ближчою до людей [1, с. 87]. Наприклад, видання «TheVillageУкраїна» позиціонує себе, як міська інтернет-газета і водночас сервісне медіа. Таким чином, мас-медіа удосконалюють взаємодію з користувачами та знаходять нові сфери впливу. Автори нових форм журналістських матеріалів можуть отримувати прибуток, якщо зроблять їх платними для перегляду.

У підсумку можемо сказати, що латеральний маркетинг дійсно універсальний метод для створення нових товарів та послуг, не зважаючи на їхню спеціалізацію. Український ринок дійсно насичений товарами, створеними за принципами латерального маркетингу. Новостворені речі певною мірою роблять життя людини більш комфортним, мобільним та різноманітним.

Література

1. *Актуальні тренди сучасного комунікативного простору: колективна монографія.* Дніпро, 2020. 100с.
2. *Котлер Ф., Триас де БезФ. Латеральний маркетинг: технологія пошука революційних ідей.* Москва, 2010. 192с.
3. *Продажі повністю бездротових навушників в 2020 році досягнуть чверті мільярда штук.* Finance.ua: сайт.08.11.2020. URL: <https://news.finance.ua/ua/news/-/481619/prodazhi-povnistyu-bezdrovovyh-navushnykiv-v-2020-rotsi-dosyagnut-chverti-milyarda-shtuk>

РОЛЬ ГЛОБАЛЬНИХ МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЙ У СУЧАСНОМУ БІЗНЕСІ

Дробина Ігор Володимирович, студент 5 курсу спеціальності «Фінанси, банківська справа та страхування» Східноєвропейського університету імені Рауфа Аблязова Науковий керівник – к.е.н., доцент Сукач Олена Миколаївна

Складність і нестабільність зовнішнього й внутрішнього середовища підприємств, мінливість кон'юнктури світового ринку, спонукають підприємців шукати нові сфери й перспективні напрями розвитку своєї діяльності не лише на національному, але й міжнародних ринках. Забезпечення довготривалого існування компаній у жорстких конкурентних умовах світового ринку визначають необхідність стратегічного вибору, підконтрольного основним засадам маркетингу. Намагаючись розширити свої позиції та завоювати нові ринки, підприємства все частіше обирають глобальну стратегію інтегрування у європейське співтовариство.

Зазвичай, глобальні маркетингові стратегії зосереджені на міжнародній

маркетингової стратегії та операціях.

Інтеграційні процеси, що відбувались у світовій економіці на початку 1980-х р., сформували передумови появи, в теорії маркетингу, нового напрямку – глобального маркетингу.

Глобальний маркетинг, як філософія глобалізації підприємництва формує комунікативну модель маркетингової діяльності.

Уперше термін «глобальний маркетинг (global marketing)» з'явився в 1983 р., після опублікування наукової праці Т. Левітта «Глобалізація ринків» [1], який окреслив, що це «процес продажу товарів або послуг по усьому світу; розробка планів і методів здійснення такої діяльності».

Ідеологія «глобальний маркетинг» – це не просто новий термін, а нова маркетингова концепція, основними причинами появи якої були:

- зміни в характеристиках попиту і пропозиції в усьому світі;
- насиченість внутрішніх ринків багатьох країн;
- посилення конкуренції між фірмами всередині розвинених країн;
- динамізація міжнародного конкурентного середовища і зміна лідерів у світовій економіці;
- розвиток міжнародного інфраструктурного середовища (транспорт, зв'язок, системи збору, обробки, передачі та збереження інформації) тощо.

Глобальний маркетинг використовує три гіпотези, що об'єднують ринки, а саме:

- споживання споживачів у різних частинах світу стають все більш однорідними;
- споживачі в різних країнах готові відмовитися від специфічних характеристик товару заради нижчої ціни за умови гарантованого рівня якості;
- стандартизація, обумовлена гомогенізацією світових ринків, забезпечує економію на масштабах, що дозволяє знизити витрати на виробництво й реалізацію одиниці продукції [2, с. 83].

Основою глобального маркетингу є – маркетингова стратегія, що сприяє продажу та просуванню торгової марки одного бренду в усьому світі з дотриманням єдиної маркетингової політики, стратегії й тактики маркетингу. Стратегія глобального маркетингу розробляється на основі однорідності маркетингових параметрів, що характеризують ринок різних країн. Схожість цих параметрів дозволяє стандартизувати комплекс маркетингу, спростити реалізацію маркетингових завдань і значно скоротити витрати.

Зазвичай, глобальні маркетингові стратегії зосереджені на міжнародній маркетингової стратегії та операціях.

У науковій літературі [1, с. 272] виділяються такі основні типи глобальних маркетингових стратегій:

інтегрована глобальна маркетингова стратегія – стандартизована маркетингова діяльність на більшості зарубіжних ринків;

стратегія глобальних сегментів – коли компанія працює в різних країнах, але для одного й того ж сегмента споживачів;

стратегія глобальних елементів маркетингового комплексу;

стратегія глобального продукту – спрямована на глобалізацію товару з елементами адаптації;

стратегія глобальних торгових марок – використання компанією однієї марки на всіх зарубіжних ринках, де реалізовується товар.

Отже, обрання певної стратегії завоювання західних ринків, потребує вивчення ринку й конкурентів, а узагальнення отриманих результатів сприяє побудові оптимальної моделі просування торгової марки на міжнародні ринки.

Література

1. Levitt T. *The Globalization of Markets* // *Harvard Business Review*. 1983. May-June.
2. Циганкова Т.М. *Міжнародний маркетинг: теоретичні моделі та бізнес-технології: [монографія]*. К. : КНЕУ, 2004. 400 с

ПЕРЕВАГИ І НЕДОЛІКИ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ

*Полівод Вікторія Ігорівна, студентка 1 курсу
спеціальності 075 «Маркетинг»*

*Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара
Науковий керівник: к. н. із соц. ком., Шевченко Тетяна Сергіївна
викладач кафедри маркетингу та міжнародного менеджменту
Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара*

В умовах глобалізації електронна комерція набуває стратегічного значення для організації бізнесу. З кожним роком e-commerce стає більш інноваційним, з'являються нові інструменти, нові пропозиції. Із досить швидкими темпами розвитку цієї індустрії онлайн-послуги стають справжнім конкурентом звичайних магазинів. Спробуємо розібратися, які ж переваги дає бізнесу Мережа і чи для всіх видів бізнесу це підходить?

Зараз, у час нових технологій, все більше і більше уваги приділяється Інтернету та багато фірм переходять у онлайн режим: магазини, банки, служби таксі тощо. Все більше підприємств-початківців розпочинають свій бізнес на онлайн ресурсах. Чому? По-перше, покупець має можливість звернутися до безлічі видів Інтернет-магазинів та може замовити будь-яку річ з магазину, якого навіть немає в його країні, яскравим прикладом таких магазинів є «Aliexpress», «IKEA», «eBay» та інші.

По-друге, зручність використання, покупець може по картинкам роздивитися товар, одразу побачити чи є потрібна йому річ, якщо це одяг, то покупець одразу бачить чи є його розмір, як виглядає одяг на людині і це набагато зручніше, ніж ходити зайвий раз до магазинів й повертатися з нічим. Це є дуже актуальним під час світової епідемії Covid-19, коли взагалі зайвий раз не бажано виходити з дому і саме Інтернет-ресурси можуть забезпечити нас необхідними товарами.

Ще дуже зручно починаючим підприємцям розвиватися в Інтернеті, тому що вони можуть одразу бачити потребу ринку у своїй продукції. Відкривати бізнес онлайн зручніше, ніж орендувати місце для фізичного магазину. Наприклад, саме цим дуже влучно скористувалась українська компанія з

виробництва одягу «Staff».

Після перелічених переваг електронної комерції слід зазначити і його недоліки.

Наприклад, в Україні досі є проблематичним доступ до Мережі для сільських поселень та інших місць з поганим розповсюдженням Інтернету. Слід також звернути увагу на світову проблему загального старіння нації – людям похилого віку Інтернет-ресурси не завжди є цікавими. Також в Мережі зростає ризик шахрайства у різних формах. Також заважає велика кількість вірусної реклами, через яку деякі компанії втрачають основних клієнтів.

Окрім того, через велику кількість різних ресурсів, з'являється висока конкуренція та для деяких нових компаній це може стати проблемою, якщо не використовувати спеціальні інструменти, наприклад, SEO, SEM, SMM та ін.

Також не для всіх видів бізнесу e-commerce стане успішним. Так, важко через Інтернет продавати товари, які за законодавством не підлягають поверненню, наприклад, у випадку, якщо покупцю не підійшов розмір чи будь-яка інша характеристика, яку можна оцінити лише на власні очі. Такі умови відштовхуватимуть покупців від купівлі онлайн. В таких випадках, не варто сподіватися на великі об'єми продажів.

В епоху цифрових технологій електронна комерція є зручним інструментом для ведення бізнесу. Компанії, які цим не користуються, можуть втрачати багато потенційних покупців, бо сучасній людині набагато легше ознайомлюватися з продуктом в онлайн режимі та вже після цього робити якісь висновки про нього. Проте, існує чимало недоліків, що можуть заважати розвитку e-commerce.

Література

1. Перерва П. Г., Максименко А. Я., Сокол К. М., Гарник Л. П., Климова С. О., (2020). *Технології інтернет-маркетингу в міжнародному бізнесі. Маркетинг і цифрові технології: Зб. матеріалів IV Міжнар. наук.-практ. конф. 24–25 вересня 2020 р. ОНПУ. Одеса, С. 67.*
2. Ринейська Л. С., (2015). *Міжнародний досвід застосування інтернет-маркетингу. «Ефективна економіка». URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1& z=3895>*
3. *Інтернет-маркетинг – влияние, плюсы и минусы. Unetway: сайм. URL: <https://unetway.com/tutorial/internet-marketing-influence-pros-cons>*

ЦИФРОВИЙ МАРКЕТИНГ – НОВІ ВИКЛИКИ СУЧАСНОСТІ

Козоріз Ксенія Олександрівна, студента 4 курсу спеціальності «Маркетинг»

Східноєвропейського університету імені Рауфа Аблязова

Науковий керівник – викладач Сиволап Юлія Юрівна

2010 року, в Європейському Союзі, було проголошено Цифрову повістку Європи (Digi – tal Agenda for Europe) із щорічним розрахунком індексу цифровізації економіки й суспільства. Зрозуміло, що цифровізація економіки та розвиток віртуального простору стали невід'ємними складовими економіки значної кількості провідних країн світу. Темпи зростання, у цифровому секторі економіки, у разі перевищують динаміку традиційних секторів.

На початку XXI ст. у економічній теорії з'явилося таке поняття, як «digital

marketing», або «цифровий маркетинг». Цифровий маркетинг – це використання цифрових технологій для просування компанії й залучення споживачів[1]:

За своїм економічним змістом, «цифровий маркетинг» – це дефініція, яка використовується для позначення інтерактивного маркетингу товарів і послуг, що використовує цифрові технології з метою залучення потенційних клієнтів та втримання їх як споживачів. Основними завданнями цифрового маркетингу є просування бренду та збільшення збуту з використанням різноманітних методик.

Маркетинг онлайн-середовища реалізується за допомогою:

SEO-оптимізації або пошукової оптимізації;

контекстної реклами (повідомлення, розташовувані на різних каналах);

таргетинг (персоналізована реклама в соцмережі, що посиляється на певну підприємницьку структуру);

E-mail-розсилки – електронні листи, що містять рекламу;

банерної реклами, зміст якої полягає в розміщенні зображення в якій-небудь частині Інтернет-ресурсу;

Push-up-вікон – рекламні повідомлення, «спливаючі» на сайтах;

нативної реклами – публікації статей у мережі (у блогах) із згадуванням про певну підприємницьку структуру;

реклами в мобільних додатках;

вірусної реклами, яка розповсюджується безпосередньо користувачами Інтернет-простору.

В узагальненому вигляді цифровий маркетинг поєднує три основні складові:

- контент (повідомлення в блогах, статті, публікації, дослідження, електронні книги, копія сторінки продажів, електронні бюлетені, кампанії в соціальних мережах, SEO);

- дизайн (включення фотографій та зображень для контенту, інфографіки, діаграм, фотографій, відео);

- статистику (аналітика, ключові показники ефективності, завдання, конверсійні канали, клієнтський LTV).

Цифровий маркетинг одержав найбільш широке поширення в країнах і розвитий економікою. В Україні для широкого застосування технологій цифрового маркетингу існують певні перепони. Головним серед них є загальний низький стан ринку й динаміка його розвитку, його нерозвиненість що характеризується незначною конкуренцією та низьким платоспроможним попитом. Також присутня інформаційна непрозорість ринку, тобто відсутність даних про рівень життя населення та його купівельну спроможність. Фінансові обмеження та нестача кваліфікованих кадрів, які мають достатні знання в сфері маркетингу.

Отже, наразі актуальними залишаються такі основні напрями діджиталізації:

робота зі споживачами, яка охоплює всі етапи від появи зацікавленості до торгової марки й до моменту здійснення покупки;

забезпечення операційної ефективності, у тому числі результативність

персоналу, робота з продукцією, цінниками, викладенням товару тощо.

логістика та контроль поставок продукції;
контроль роботи Іт-інфраструктури та системи безпеки.

Ефективність діяльності компанії може зростати, у той час як витрати на впровадження даного виду маркетингу не потребує збільшення, що, у свою чергу, дозволяє здійснювати просування продукції, витрачаючи меншу кількість засобів та ресурсів, ніж при класичному просуванні.

Література

Селиверстов А. С., Митрофанов Д. Е., Буцкая А. А., Евстратов А. Д., Николаева К. А. Digital-маркетинг: что это такое? Молодой ученый. 2017. №6. С. 289-291. URL: <https://moluch.ru/archive/140/39450/> (дата обращения: 15.03. 2020).

СТАНОВЛЕННЯ НЕЙРОМАРКЕТИНГУ ЯК НАУКИ

*Ляшенко Анна Андріївна, студентка 1 курсу
спеціальності 075 «Інформаційний маркетинг реклама та зв'язки з громадськістю»
Харківського Національного Університету імені В. Н. Каразіна
Науковий керівник: Лісеній Євген Володимирович, к.е.н., доцент*

У сучасному світі однією з обов'язкових умов ефективної діяльності господарюючого суб'єкта є використання інструментів маркетингу для задоволення певних соціальних та економічних потреб. Останнім часом маркетингові технології розвиваються зі значною швидкістю. Внаслідок швидких темпів розвитку маркетингової науки, виокремився інноваційний метод аналізу поведінки споживачів – нейромаркетинг.

Нейромаркетинг або сенсорний маркетинг є розділом науки нейроэкономики. Сенсорний маркетинг став результатом синтезу маркетингу, психології та неврології. Концепція нейромаркетингу заснована на тому, що основна частина розумової діяльності людини відбувається в її підсвідомості.

Дана дисципліна вивчає підсвідомі реакції людини на певні маркетингові фактори такі як: колір логотипу бренду, звукові сигнали, назви, аромати, відеоінформація і т.д. Нейромаркетингові дослідження дозволяють визначити дійсні бажання споживачів, ці заходи чітко відображають когнітивні та фізичні процеси, що відбуваються в організмі споживача, і згодом дозволяють створити ефективну стратегію з просування продукту.

Головною метою концепції нейромаркетингу є вплив на три ділянки головного мозку людини: рептильний мозок (відповідає за основні інстинкти), лімбічну систему (відповідає за емоції) і неокортекс (відповідає за необмежені можливості пізнання). Вона має на увазі, що людина сприймає маркетингові фактори на рівні нейрофізіологічних імпульсів. Дані імпульси конвертуються органами сприйняття в емоції. Саме тому головну роль у прийнятті рішень щодо покупки відіграють рептильний мозок та лімбічна система.

Сенсорний маркетинг допомагає отримати певне осяяння щодо підсвідомих процесів в організмі людини. Ці процеси вивчаються з допомогою методів, які можна розподілити на три групи:

1. Методи, що дозволяють вимірювати метаболічну активність мозку (ФМРТ);

2. Методи, що вимірюють електричну активність мозку (ЕЕГ, МEG);

3. Методи, що вимірюють похідні підсвідомі реакції (ай-трекінг, ЕМГ, гальванометр, серцево-судинних параметрів).

Як будь-які методи дослідження, нейромаркетингові дослідження мають свої переваги і недоліки.

Переваги:

- Достовірно визначають сприйняття респондентом маркетингових стимулів під час дослідження, мотивів і причин поведінки людини; емоцій, що виникають під час процедури;

- Дозволяють отримати коректну інформацію, навмисно не змінену респондентом;

- Дозволяють швидко зібрати і обробити інформацію;

- Дозволяють порівнювати реакцію мозку людини на різні фактори в реальному часі;

- Дозволяють відстежити активність соматосенсорної кори головного мозку.

Недоліки:

- Висока вартість нейромаркетингових досліджень;

- Складний процес відбору респондентів;

- Можливий негативний вплив умов дослідження на випробуваного і як наслідок викривлення результату;

- Дослідження показує факт реакції мозку на маркетинговий фактор, але не показує в якій частині головного мозку вона сталася;

- Дороге і складне у транспортуванні обладнання;

- Імпульси мозку можуть бути викривлені сигналами, що поширюються від записуючого обладнання.

У зв'язку з великими можливостями детального дослідження людської психіки, виникає питання етичної складової нейромаркетингових досліджень. Адже дані методи дослідження дають можливість не тільки визначити потреби споживача, його інтелектуальні здібності, особливості психіки, виявити захворювання, а й використовувати зібрану інформацію з ціллю управління процесами, що відбуваються в організмі людини.

Запобігти поширенню неетичного ставлення до споживачів дозволить створення комплексу правил, які будуть перешкоджати розголошенню персональної інформації респондентів.

Отже, вивчивши тему сенсорного маркетингу можна сказати, що нейромаркетингові дослідження можуть дозволити визначити запити споживачів набагато швидше і точніше, ніж класичні маркетингові дослідження. Також нейромаркетинг може слугувати поштовхом для розвитку суміжних наук таких як: нейробіологія, когнітивна наука, нейроетика і т.д.

Література

1. Красильников А. Б. Становлення концепції нейромаркетингу. Наука. Думка : електронний періодичний журнал. № 8-1. 2016.

2. Шталов М. А., Мичка С. Ю. *Інструменти нейромаркетингу: проблеми й перспективи. Наука та інновації. №6 (184). Липень 2018. В. Дершень.*

3. Неделько А. Ю. *Можливості та обмеження застосування методів нейромаркетингу. Управлінські науки. 2018; 8(4): 77- 83. DOI: 10. 26794/2404-022X-2018-8-4-77-83;*

SEO ЯК ЕФЕКТИВНИЙ МЕТОД ОРГАНІЧНОГО ПРОСУВАННЯ ВЕБ-РЕСУРСУ КОМПАНІЇ

*Зінькова Світлана Василівна, студентка 4 курсу
спеціальності 075 «Маркетинг»*

Львівського національного університету імені Івана Франка

*Науковий керівник: к.е.н., доцент кафедри маркетингу Львівського національного
університету імені Івана Франка, Кушнір Тарас Михайлович*

Сучасні тенденції digital-маркетингу демонструють, що компаніям, які розвивають бізнес у мережі Інтернет, недостатньо просто мати хороший Інтернет-магазин, сайт-візитівку чи landing. Необхідною умовою успішної діяльності в мережі Інтернет є просування власного веб-ресурсу різними методами, задля залучення потенційних клієнтів та отримання додаткових прибутків. Багато фірм, концентруються на інструментах просування, які забезпечують короткотермінові вигоди, наприклад, налаштування контекстної реклами. Такі заходи можуть швидко залучити цільову аудиторію, проте не гарантують її конверсію у постійних клієнтів. Крім того, таке просування є неорганічним та передбачає, що компанія повинна платити за кожен клік по рекламному оголошенню та залученого цільового споживача. Компанія має вигоду від них тільки тоді, коли вкладає гроші. Якщо ж підприємство, яке має веб-ресурс, хоче налаштувати довгостроковий механізм, який буде працювати без постійних щоденних вкладень, оптимальним рішенням для нього буде використовувати органічні методи просування, у digital-маркетингу відомі, як SEO.

Дослідженням та дефініцією SEO-просування займалися багато різних українських та зарубіжних науковців, зокрема І. А. Гніденко та І. Є. Воробйов визначають, SEO (англ. «SearchEngineOptimization» – пошукова оптимізація), як дії, скеровані на поліпшення видимості сайту в пошукових системах за тематичними запитами користувачів і, як наслідок, збільшення цільового трафіку, що надходить із пошукових систем [1, с. 35]. Засновник digital-маркетингового агентства з просування веб-ресурсів А. Б. Чорний стверджує, що «SEO – це процес, що охоплює комплекс дій на сайті (коригування верстки, технічної складової, контенту, структури) та за його межами (написання гостьових публікацій, розміщення зовнішніх посилань тощо), з метою відповідності вимогам пошукових систем» [2]. Фахівці американського навчального центру SEO-просування «MOZ» трактують SEO як ефективний метод збільшення кількості та якості трафіку на веб-ресурс за допомогою органічних результатів пошуку [4].

SEO-просування складається із чотирьох послідовних і взаємопов'язаних між собою елементів: аудиту, внутрішньої та зовнішньої оптимізації і наскрізної аналітики (табл.)

Таблиця 1 – Характеристика складових SEO-інструментів

Складова SEO-просування	Інструменти	Метрики	Програмне забезпечення
SEO-аудит	Технічний аудит веб-ресурсу; семантичний аналіз; контент аналіз; юзабіліті аудит	Валідність коду, технічні параметри сайту, унікальність контенту, адаптованість до мобільних пристроїв, інтерактивність, зручність веб-ресурсу	NetpeakSpider, ScreamingFrog, Website Auditor, Plerdy, Usabilla
Внутрішня оптимізація	Семантична оптимізація, мікророзмітки, UX-дизайн, розробка адаптованих версій, ASO	Видимість, релевантність, позиції в пошуковій видачі, величина трафіку, рейтинг по ключових запитах	Serpstat, KeyCollector, Seranking, SEMrush, KeywordPlanner
Зовнішня оптимізація	Крауд-маркетинг, лінкбїлдінг, ORM	Траст, співвідношення типів посилань, якість бек-посилань та сайтів-донорів	Ahrefs, Linkpad, PRposting, Alexa, Megaindex
Наскрізна аналітика	Веб-аналіз, складання портрету споживача, розробка карти поведінки та дій споживача на веб-ресурсі	CTR, % органічного трафіку, конверсії, глибина перегляду, тривалість сеансу, показник відмов, поведінка споживачів на сайті, якісні показники трафіку	GoogleAnalytics, Smartlook, Piwik PRO, VisitorTracking, Roistat

Джерело: створено автором

Перед органічним просуванням веб-ресурсів проводять SEO-аудит, тобто здійснюють перевірку сайту за різними параметрами і оцінюють якість його сторінок. Обов'язковим компонентом такого аудиту є перевірка юзабіліті, тобто оцінка того, наскільки зручно споживачам користуватися сайтом, чи легко вони можуть знайти необхідну інформацію, оформити замовлення. Також важливо провести ревізію того, наскільки веб-ресурс адаптований до смартфонів, планшетів, адже за статистикою у 2020 р. 76,6% користувачів мережі Інтернет здійснюють покупки через мобільні пристрої [3]. SEO-аудит повинен завершуватися детальним написанням звіту, де будуть зазначені не лише проблеми, які було виявлено на сайті, але й рекомендації і план дій, щодо їх вирішення.

Наступним компонентом є внутрішня оптимізація, основна ціль, якої забезпечити такі умови, щоб веб-ресурс був у ТОПі пошукової видачі Google серед конкурентів. Тобто якщо споживач введе пошуковий запит «купити вечірню сукню», то інтернет-магазин, який просувають повинен бути в першій 5-ці сайтів, що пропонуються споживачу під його потребу.

Зовнішня оптимізація передбачає, що якщо інші веб-ресурси містять

посилання на певний сайт, то такий сайт буде більш популярним. Завдання SEO-спеціаліста за допомогою технологій крауд-маркетингу, ORM та лінкбідінгу побудувати взаємодію компанії із цільовою аудиторією на сторонніх ресурсах (форуми, сервіси відгуків, бізнес-довідки, інформаційні блоги тощо).

Останнім етапом процесу SEO-просування є підведення підсумків за допомогою наскрізної аналітики, що дасть зрозуміти компанії, якою є поведінка споживача на сайті, хто є їх цільовою аудиторією, чи ефективними є маркетингові заходи.

SEO-просування має низку переваг. Перш за все – це вартість. Компанії достатньо один раз заплатити SEO-спеціалісту для комплексної органічної оптимізації власного веб-ресурсу, а потім вже підтримувати показники самостійно та залучати спеціаліста для їх коригування один раз на 3 місяці. Органічне просування має довготривалий ефект. Також, для споживачів SEO-заходи є ненав'язливими, як, наприклад, банери, що переслідують відвідувача, або ж рор-up-реклама, яка часто їх дратує, заважаючи переглядати відео чи читати статтю.

Загалом, SEO є ефективним методом просування, що забезпечує динамічний розвиток бізнесу в мережі Інтернет та залучення потенційних клієнтів.

Література

1. Гніденко І. А., Воробйов І. С. Аналіз засобів та технологій створення та супроводження web-сайтів: матеріали наук. практ. конф. Проблеми інформатизації та управління, Київ, 2019, С. 31-35. URL: <http://jrn1.nau.edu.ua/index.php/PIU/article/view/14468> (дата звернення: 12.12.2020)
2. Чорний А. Б. Просування сайтів: що потрібно знати про SEO? Lemarbet Блог. Львів, 2020. URL: <https://lemarbet.com/ua/razvitie-internet-magazina/prosuвання-sajtiv-seo/> (дата звернення: 12.12.2020)
3. Шагоферов С. В. PPC-тренди 2020 року – думки експертів контекстної реклами. WebPromoExperts Блог. Київ, 23.12.2019. URL: <https://webpromoexperts.net/blog/rts-trendy-2020/> (дата звернення: 13.12.2020)
4. Whatis SEO? SEO LearningCenter. Seattle, USA, 2020. URL: <https://moz.com/learn/seo/what-is-seo> (дата звернення: 13.12.2020)

LOGISTICS AS A SCIENCE AND A SPHERE OF PROFESSIONAL ACTIVITY

Honcharuk Anastasiia Maksymivna, 1st year student

Specialty 073 "Management" Logistics Department

National Aviation University

Scientific supervisor: Maxim Krasnyuk, Ph. D., Associate Professor

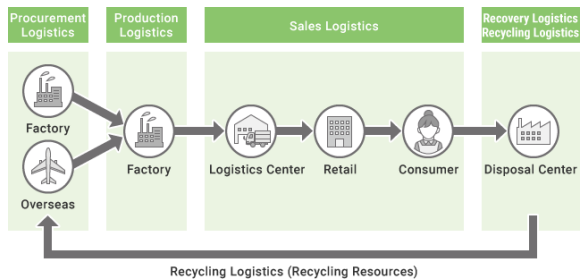
Logistics (from Ancient Greek "science of computation") is an industry where production and clients connect. The main goal of this industry is to satisfy consumer needs using 7Rs as a principal rule. It must be mentioned that this rule consists of the right: product, customer, time, place, conditions, quantity, and cost. In other words, logistics is the process of coordinating and moving resources, materials, people,

inventory, and equipment from the point of origin to the point of consumption.

Logistics is a large system that can be divided into 2 groups according to the direction of flows and processes. Logistics can be inbound and outbound. Inbound one regulates the incoming flow of resources that the company needs to produce some goods. Outbound logistics focuses on two issues: storage and transportation. Both types are equal in importance and are controlled by the same processes.

Logistics processes can be divided into 5 types: procurement, production, sales, recovery, and recycling. All of them are related to particular areas, which are pictured in Scheme 1. There we can see that semi-finished or raw materials are delivered into

Factories (procurement logistics) to fabricate a product (production logistics). The next action is that the finished product goes to the Logistics Center and the Retail. After passing these steps, the product gets to the final Consumer (sales logistics). At the end of this Scheme, we can see a Disposal Center that does the recovery and recycling logistics work. To summarize, all logistics types are tightly connected, and, as a result, we get a strong system of collaborative areas that help people in their everyday life.



Scheme 1: https://www.keyence.com/ss/products/auto_id/logistics/basic/field.jsp#:~:text=Logistics%20can%20be%20split%20into,about%20logistics%20fields%20and%20types

The movement of goods was invented at the beginning of human civilization. But can it be called “logistics”? The answer is yes, from the author’s point of view. One thing must be noticed: this movement is the base of logistics, the starting point of this industry. The word “logistics” appeared in Ancient Greece but this industry became a business concept and started performing functions in the 1950s. In the ancient world logisticians we people, who calculate army needs. In the XX century, their work was formulated as managing the flows of goods, information, and resources between the point of origin and the point of consumption in the increasingly globalized supply chain. That is why it must be mentioned that logisticians are always in demand and their professional skills have been improved a lot.

Plenty of people are involved in the system of logistics. That is why almost everywhere offers of jobs connected to logistics can be found. For example, logistics jobs are an Analyst, a Logistics Engineer, a Consultant, a Manager of Customer Service, a Purchasing Manager, an International Logistics Manager, and an Inventory Manager, or a Supply-Chain Manager. If a lot of people work in some industry, competition in the market increases. As a result, the demand for qualified professionals is high. So this is a great opportunity to improve professional skills, get an essential experience, and increase own profit. Some people can start working in this business as

a driver or a deliverer but in some years they can found their own logistics company and earn thousands of dollars. Every step of each career ladder starts from understanding tasks, creative thinking, a wish to get more and to help people all over the world, and the last but not less important point – from hardworking. And if a person has all these skills, the logistics industry has a lot of opportunities to offer him/her.

The prestige of any job can be determined by the number of people who are involved in this system, by relevance and by the popularity of this job, and by the profits, of cause, too. Thinking about the prestige of logistics jobs it must be easy to understand that logisticians are people who make our life easier. This job is essential because any production can satisfy consumer needs, any parcel can be delivered without their work. Students use the opportunities of this industry, working as deliverers and drivers, so this kind of work can be considered as a popular one among young people. People that have high education and want to work as a logistician can earn a lot of money in this industry becoming a Head of Logistics or Warehouse Department or a Logistics Coordinator. Summarizing, this job is prestigious enough but it can be called as an important and needed one.

Conditions of our everyday life change very fast and all the industries must adapt to them to survive. Logistics is not an exception. So, considering the future of the logistics job, it must not be avoided a situation in the world in 2019-2020 years. This job has been developing for all the history but now it is in the top of consumer demands. Logistics became a “lifebuoy” during self-isolation. Almost all the processes went online and it is a real fortune for all the logisticians to show everybody their significance.

If someone wants to order some food, a deliverer will knock on his/her door in a half an hour. If somebody is not able to give his friend a birthday present because of the Covid-19, it can be delivered by Nova Poshta or Justin deliver services. If you want to avoid any contact with people in the transport, the logistics manager can offer you the most suitable option for your transportation to satisfy your need.

Finally, the logistics job has good perspectives in the future. And from the author's point of view, this is the job of the future.

The author analyzed the facts and concluded that logistics is quite an old job that is prestigious and perspective now. It has a wide range of opportunities to offer workers and consumers. Logistics is an essential job during the pandemic and in the future, everything will be connected with this industry. To summarize, the work of this job must be analyzed every year to see results, changes, and future perspectives.

РОЗВИТОК І ПЕРСПЕКТИВИ ВІЗУАЛЬНОГО МЕРЧАНДАЙЗИНГУ

*Сенюк Давид Анатолійович, студент I курсу
спеціальності 075 «Маркетинг»*

*Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара
Науковий керівник: к. н. із соц. ком., Шевченко Тетяна Сергіївна
викладач кафедри маркетингу та міжнародного менеджменту
Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара*

У сучасному маркетинговому середовищі, де кожен продавець прагне отримати максимальний прибуток, досить важливу роль займає мерчандайзинг. Його задача не лише постачання товару, але й гарне та привабливе розташування товару в торговому залі. Адже купівлі товару передусім дії покупця, і починається все з уваги, з того, чи помітить покупець товар, а вже потім буде задовольнятися взагалі процесом покупки, емоціями від покупки, отриманням враження від сервісу, отриманням задоволення від ергономіки тощо. І це стосується не тільки звичайних магазинів, а також й електронної комерції. Тому масмо за мету дослідити специфіку використання інструментів мерчандайзингу саме в Інтернеті.

Важливість цього питання розглядали у своїх роботах О. О. Селезньова, О.В. Рудінська, Н. Л. Кусик та інші дослідники[2].

Мерчандайзинг – це сукупність заходів від виробника у місці збуту товару з метою просування компанії чи бренду[3]. Основні дії мерчандайзингу – це постачання товару до торгової точки, та розміщення його на полицях; моніторинг наявності та свіжості товару; проведення ротації товару тощо. Головним завданням є розкладка товару таким чином, щоб споживач помітив товар серед інших, побачив, чим продукт відрізняється. Візуальний мерчандайзинг – це окремий елемент мерчандайзингу, який пропонує окремі технології та принципи розташування товару та його вигляд [1; 3]. У випадку з Інтернет-торгівлею, візуальний мерчандайзинг набуває особливого значення.

Візуальний мерчандайзинг в інтернет магазині – це один з головних аспектів вдалого продажу товару. Він, звичайно, відрізняється від традиційного мерчандайзингу у звичайних точках дистрибуції, але мета в нього така ж сама – привертання уваги до товару, та збільшення його збуту. В інтернет-магазинах основним інструментом візуального мерчандайзингу є інтерфейс сайту, а саме його структура та привабливість. Щодо структури – вона повинна бути зрозумілою. Крім цього, існує ще безліч способів привернути увагу. Наприклад, розмір та шрифт тексту, його колір, адже текст має виділятися на фоні іншого й зможе зацікавити. Також слід пам'ятати про спеціальні пропозиції, або лімітовані серії товару, які тільки своєю обмеженістю можуть збільшувати попит. Якщо говорити не про окремі бренди, а про групу товарів у цілому, то доцільно буде розташовувати менш популярні товари поруч з бестселлерами, пропонуючи покупцеві альтернативу, таким чином можна не лише збувати залишки товару, які не користуються попитом, але й зробити такий товар популярним[4].

Важко з'ясувати, що у візуальній частині привернуло увагу покупця

більше, а що менше. На чому у Мережі людина зупинила погляд, яке оголошення чи товар були помічені, які ні – визначити зі стовідсотковою вірогідністю неможливо. Сьогодні можна визначити час перебування людини на сторінці, на окремій вкладці, де був його курсор миші, але на що був сконцентрований зір покупця – сказати важко. Саме зчитуванням погляду займається технологія «eyetracking», вона відслідковує напрям очей і те місце, куди вони спрямовані. Така технологія по-справжньому надасть змогу максимально вдало використовувати місце на сайті та розташовувати товар таким чином, щоб на нього звернули увагу.

Тож у розвитку візуального мерчандайзингу дуже багато перспектив, з кожним роком застосовуються нові прийоми, інструменти, технології, що сприяє успішному вирішенню маркетингових задач.

Література

1. *Візуальний мерчандайзинг. LeaderTeam: сайм. URL: <https://leaderteam.ru/merchandizing/vizualnyj-merchandajzing>*
2. Кусик Н. Л., Рудінська О. В., Селезньова О. О. (2020), *Вплив візуального мерчандайзингу на формування лояльності клієнтів. Маркетинг і цифрові технології. Том 4, № 3. URL: <https://mdt-opu.com.ua/index.php/mdt/article/view/109>*
3. *Мерчандайзинг. Stud.com.ua: сайм. URL: <https://stud.com.ua/73452/marketing/merchandajzing>*
4. *Мерчандайзинг в інтернет-магазині: що це і як настраювати. Insales: сайм. 26.11.2020. URL: <https://www.insales.ru/blogs/university/merchandajzing-v-internet-magazine>*
5. *Технологія EyeTracking, или Чего не дадут вам сервисы веб-аналитики. Texterra: сайм. 28.05.2013. URL: <https://texterra.ru/blog/tekhnologiya-eye-tracking-ili-chego-ne-dadut-vam-servisy-veb-analitiki.html>*

СВІТОВА ЛОГІСТИКА: ТРАНСФОРМАЦІЇ АРХІТЕКТУРИ МІЖНАРОДНИХ ТРАНСПОРТНИХ ЛАНЦЮГІВ ПІД ВПЛИВОМ ЕКОНОМІЧНОЇ РЕЦЕСІЇ

Фалько Катерина Сергіївна, Чорна Ярослава Віталіївна
студенти 4 курсу спеціальності 051 «Економіка»

*Навчально-науковий інститут фінансів, економіки та менеджменту імені Олега
Балацького Сумського державного університету*

При ідентифікації атрибутів «чорних лебедів» в економіко-соціальних системах слід зважати на їх вид (тип), місце і характер прояву, ефекти для окремих економічних суб'єктів і бізнес-середовища в цілому, ін. аспекти (за Нассімом Ніколасом Талебом). У будь-якому разі, такі події є, безумовно, великомасштабними потребами, що можуть серйозно підірвати економічну активність, соціальну згуртованість і навіть політичну стабільність. Саме з такими проявами пандемії коронавірусу SARS-CoV-2 (COVID-19) і зіштовхнулася світова економіка на початку 2020 р. Негативний вплив відчули майже всі сектори світової економіки, а також суспільне, політичне й культурне середовище, сфера охорони довкілля.

Головним негативним ефектом пандемії є зростання рівня невизначеності і

ризиків в соціально-економічних системах, зокрема у глобальному бізнес-середовищі.

У першому кварталі 2020 р. значення показника глобального рівня невизначеності було на 60 % вище, ніж рівні, викликані війною в Іраку і SARS-2003. Саме високий рівень невизначеності підсилює вплив логістичних витрат на міжнародну торгівлю, зменшує бажання й комерційні можливості компаній вкладати кошти у формування й налагодження нових логістичних ланцюгів і торговельних угод, що призводить до значних економічних збитків глобального й національних бізнесів [3]. Тобто, пандемія COVID-19 стала тим «чорним лебедем» для світової економіки, яку, на жаль, майже ніхто із експертів, бізнесменів, політиків не зміг передбачити.

Сьогодні ми спостерігаємо суттєві трансформації глобальної логістичної архітектури. Обсяги й характер міжнародної логістики зазнали негативного впливу зниження бізнес-активності через комплекс об'єктивних і суб'єктивних чинників: скорочення обсягів комерційних угод; зменшення потреби у доставці товарів (вантажів); зниження купівельної спроможності, як загальносвітовий тренд; зниження інвестиційної активності; ін.

Світова логістика неминуче має трансформуватися. І цей процес вже розпочався ... Чималу роль в силі впливу даної події мав вже той факт, що вірус був вперше виявлений в Ухані (Хубей, центральний Китай), де ведуть свою діяльність контрагенти понад 200 фірм Fortune Global 500. Звідси набуває актуальності твердження про те, що коли Китай, який вважають світовим заводом, зазнає впливу, це матиме глобальні економічні та фінансові наслідки, які відчуватимуться через глобальні ланцюги постачань, починаючи від сировини та закінчуючи готовою продукцією [1].

Глобальні логістичні ланцюги, як і глобальні ланцюги вартості, стали надзвичайно складними і життєво важливими системами для конкурентоспроможності багатьох компаній [4; 5].

Показовим є приклад, що для виробництва смартфонів iPhone компанії Apple використовуються компоненти понад 200 постачальників із 43 країн [2]. При цьому глобальний характер логістичних мереж є фактором уразливості до низки ризиків, з більшою кількістю потенційних точок збоїв і необхідністю врахування найменших похибок для їх усунення.

Оптимізація ланцюжка постачань, що тривала десятиліттями, фокусувалася на мінімізації витрат, скороченні запасів, і збільшенні використання активів, у свою чергу, зменшила гнучкість в реагуванні цих систем для усунення затримок і збоїв. COVID-19 став стимулом для міжнародних компаній усвідомити свою вразливість перед глобальними потрясіннями саме в цій сфері діяльності.

Загалом, у 2020 р. свою перспективність довели цифрові мережі постачання (DSN), що забезпечують безперервну прозорість, оперативність, гнучкість, сприяючи оптимізації і «цифрові» маркетплейси (майданчики електронної торгівлі й інтернет-торгівлі). Досягнення в галузі інформаційно-комунікаційних технологій дозволяють еволюціонувати логістичним мережам найбільш ефективно.

Інтернет речей (Internet of Things, IoT), хмарні обчислення, 5G, 3D-друк, Big Data, штучний інтелект (AI), нейромаркетинг, робототехніка – все це критично важливе для створення мереж «цифрового» постачання майбутнього.

Водночас нестабільне бізнес-середовище робить це ще більш необхідним. Однак мережі «цифрової» логістики мають узгоджуватися не лише з бізнес-стратегією, а бути вже наявними в її формулюванні. При цьому управління ризиками є невід’ємним елементом діяльності сучасного бізнесу, його загальної бізнес-стратегії і можливостей масштабування. Із цих позицій вкрай важливим і актуальним є створення «стійкої» мережі поставок (у глобальному вимірі), яка не лише прагне знизити ризики, а й готова швидко пристосуватися, а краще – не допускати появи і прояву форс-мажорних обставин у глобальному бізнес-середовищі [1].

Література

1. *Covid-19: Managing supply chain risk and disruption. Deloitte insight. 2020. URL: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/global/Documents/About-Deloitte/gx-COVID-19-managing-supply-chain-risk-and-disruption.pdf>*
2. *The Impact of COVID-19 on Logistics. IFC article. 2020. URL: https://www.ifc.org/wps/wcm/connect/2d6ec419-41df-46c9-8b7b-96384cd36ab3/IFC-Covid19-Logistics-final_web.pdf?MOD=AJPERES&CVID=naqOED5*
3. *Trade costs in the time of global pandemic. WTO report. 2020. URL: https://www.wto.org/english/tratop_e/covid19_e/trade_costs_report_e.pdf*
4. *Viktor V. Sabadash & Tetyana V. Marchenko (2017). Lenovo's Global Competition Strategy: the Driving Forces of Leadership. Механізм регулювання економіки. № 1. С. 60–70. <http://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/66472>*
5. *Viktor V. Sabadash, Peter J. Stauermann & Ruslana O. Peleshchenko (2019). competitiveness of Ukrainian Companies in Foreign Markets: New Challenges and Opportunities. Механізм регулювання економіки. № 1. С. 79–89. <http://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/74278>*

АНАЛІЗ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМНИЦЬКОГО СЕРЕДОВИЩА В УКРАЇНІ

*Танацук Марина Сергіївна, студентка2 курсу
спеціальності 051 «Економіка»*

Сумський державний університет

*Науковий керівник: к.е.н., доцент Дерев'яно Юрій Миколайович
доцент кафедри економіки, підприємництва та бізнес-адміністрування СумДУ*

Сприятливе підприємницьке середовище є важливою запорукою розвитку підприємницької діяльності в країні та важливою умовою прогресивного розвитку всієї національної економіки. Без підприємств та підприємців було б значно менше інновацій, мало б зростала продуктивність праці та повільніше би зростала кількість нових робочих місць. Підприємницький успіх відбувається не у вакуумі. Підприємці існують у контексті їхньої географії – будьто місцева, національна чи навіть наднаціональна економіка та суспільство.

Одним із сучасних, достовірних та комплексних методів оцінювання якості

такого середовища є Глобальний індекс підприємницької діяльності (GEI). Щорічний індекс, який вимірює стан здоров'я підприємницьких екосистем у 137 країнах. Він класифікує результати їх дії один проти одного. Це дає уявлення про результати діяльності кожної країни як у внутрішньому, так і в міжнародному контексті.

Перша версія GEI, що на той час називався Глобальним індексом підприємництва та розвитку (GEDI), була обрахована та опублікована у 2009 році. З тих пір GEI публікується щороку. Загалом було вже опубліковано одинадцять звітів, що інформують про рівень екосистеми підприємництва для країн з усіх п'яти континентів. Кількість країн-учасниць зросла з 64 (2009) до 137 (2018, 2019), хоча деякі з них базуються на часткових оцінках. GEI привертає все більшу увагу серед науковців з питань підприємництва, студентів, політиків та урядових установ.

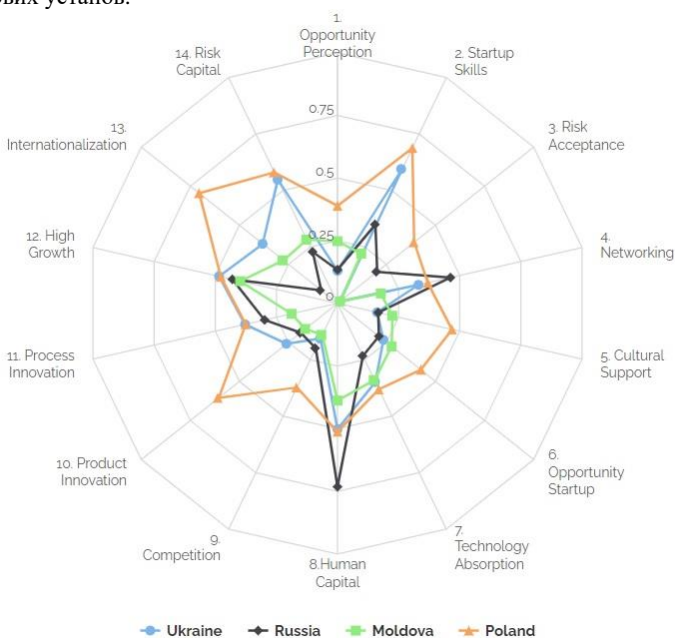


Рисунок 1 – Порівняння GEI (2019) для України, Росії, Молдови та Польщі

Методологія GEDI збирає дані про підприємницькі настрої, здібності та прагнення місцевого населення, а потім порівнює їх із переважаючою соціальною та економічною «інфраструктурою» – це включає такі аспекти, як широкосмуговий зв'язок та транспортні зв'язки із зовнішніми ринками. Цей процес створює 14 «опор» (параметрів), які використовуються для вимірювання

стану здоров'я регіональної екосистеми.

Параметрами GEIta їх складовими є: підприємницькі відносини (сприйняття можливостей, Старт-Ап навички, сприйняття ризику, нетворкінг, культурна підтримка), підприємницькі здібності (Старт-Апможливості, поглинання технологій, людський капітал та конкуренція) та підприємницькі прагнення (товарні інновації, процесні інновації, високезростання, інтернаціоналізація, ризиковий капітал). Приклад застосування такого підходу до аналізу підприємницького середовища різних країн наведено на рис. 1.

Єдиною відносно перевагою України, у порівнянні з аналізованими країнами (Росія, Молдова та Польща) є високе зростання підприємництва. За показником ризиковості капіталу та людським капіталом Україна має схожі рівні з Польщею. Найслабкішими сторонами підприємницького середовища в Україні є сприйняття можливостей, культурна підтримка, та конкуренція.

Однак, автори планують припинити подальше видання таких звітів із обрахунком GEI. Проте його автори протягом останніх двох років працювали над новим показником аналізу підприємництва, а саме – Індексом екосистеми цифрового підприємництва (DEEI). Перший випуск DEEI заплановано вже найближчим часом. Цей новий індекс підприємництва стане успішною заміною GEI.

Застосування GEI з метою аналізу стану підприємницького середовища дає достатньо глибокі та всебічні результати, що дозволяє використовувати таку інформацію для прийняття рішень на різних рівнях. Результати, що надаються при аналізі GEI можуть бути корисними як у самих підприємницьких структурах, так і на державному рівні з метою вдосконалення та покращення підприємницького середовища.

Література

1. *Global Entrepreneurship Index*, URL: <https://thegedi.org/global-entrepreneurship-and-development-index/>
2. Inacio Junior, E., Dionisio, E. A., Fischer, B. B., Li, Y. and Meissner, D. (2020), *The global entrepreneurship indexes a bench marking tool? Criticisms from an efficiency perspective*, *Journal of Intellectual Capital*, P. 1-23. <https://doi.org/10.1108/JIC-09-2019-0218>.
3. László Szerb, Esteban Lafuente, Gábor Márkus, Zoltan J. Acs (2020). *Global Entrepreneurship Index 2019*. URL: https://www.researchgate.net/publication/338547954_Global_Entrepreneurship_Index_2019
4. Derov'yanko, Y. M. (2016). *companies' Innovative Development Trends in the Green Economy = Сучасні тенденції інноваційного розвитку підприємств в світлі розвитку "зеленої економіки"* / Y. M. Derov'yanko, O. A. Lukash, T. V. Marchenko // *Механізм регулювання економіки*. – 2016. – № 4. – С. 77-85. <http://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/66416>

ІННОВАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ СТРУКТУР

*Жоганова Жанна Вікторівна, студентка 4 курсу
спеціальності «Фінанси, банківська справа та страхування»
Східноєвропейського університету імені Рауфа Аблязова
Науковий керівник – к.е.н., Сарана Леся Анатоліївна*

Скорочення життєвого циклу продукції виробництва, зростаючі потреби ринку та попиту споживачів, спонукають виробників пристосовуватися до кон'юнктури, що змінюється.

Тому учасники ринкових відносин для забезпечення своєї поточної й перспективної конкурентоспроможності зобов'язані самостійно й цілеспрямовано формувати й здійснювати інноваційну політику.

У сучасній економіці роль інновацій у розвитку підприємницьких структур постійно зростає, адже без застосування нововведень практично неможливо створити конкурентоспроможну продукцію, яка має високий ступінь наукоємності та новизни. Таким чином, в умовах глобалізаційного простору, інновації виступають ефективними засобами конкурентної боротьби, адже призводять до створення нових продуктів, зниження собівартості продукції, припливу інвестицій, підвищення іміджу (рейтингу) виробника, відкриття й захоплення нових ринків збуту, у тому числі й зовнішніх.

Інновація являє собою уведений у вживання новий продукт або процес, новий метод продажів, або новий організаційний метод у діловій практиці, тобто кінцевий результат інноваційної діяльності підприємства, що одержав реалізацію у вигляді нового, або вдосконаленого продукту, реалізованого на ринку, нового або вдосконаленого технологічного процесу, використовуваного в практичній діяльності [1].

У сучасній економіці роль інновацій у розвитку підприємницьких структур постійно зростає, адже без застосування нововведень практично неможливо створити конкурентоспроможну продукцію, яка має високий ступінь наукоємності та новизни. Таким чином, в умовах глобалізаційного простору, інновації виступають ефективними засобами конкурентної боротьби, адже призводять до створення нових продуктів, зниження собівартості продукції, припливу інвестицій, підвищення іміджу (рейтингу) виробника, відкриття й захоплення нових ринків збуту, у тому числі й зовнішніх.

Інновація являє собою уведений у вживання новий продукт або процес, новий метод продажів, або новий організаційний метод у діловій практиці, тобто кінцевий результат інноваційної діяльності підприємства, що одержав реалізацію у вигляді нового, або вдосконаленого продукту, реалізованого на ринку, нового або вдосконаленого технологічного процесу, використовуваного в практичній діяльності [1].

У сучасній економіці роль інновацій у розвитку підприємницьких структур постійно зростає, адже без застосування нововведень практично неможливо створити конкурентоспроможну продукцію, яка має високий ступінь наукоємності та новизни. Таким чином, в умовах глобалізаційного простору, інновації виступають ефективними засобами конкурентної боротьби, адже

призводять до створення нових продуктів, зниження собівартості продукції, припливу інвестицій, підвищення іміджу (рейтингу) виробника, відкриття й захоплення нових ринків збуту, у тому числі й зовнішніх.

Інновація являє собою уведення у вживання новий продукт або процес, новий метод продажів, або новий організаційний метод у діловій практиці, тобто кінцевий результат інноваційної діяльності підприємства, що одержав реалізацію у вигляді нового, або вдосконаленого продукту, реалізованого на ринку, нового або вдосконаленого технологічного процесу, використовуваного в практичній діяльності [1].

Ситуація, що склалась нині в Україні вимагає від керівництва держави та підприємств, активізувати впровадження інноваційних технологій у виробничий процес.

Варто зазначити що, урахуовуючи необхідність розвитку підприємницьких структур, у сучасних реаліях наявного інноваційного потенціалу відіграє доволі суттєву роль, адже від отриманих результатів залежить напрямок інноваційного розвитку підприємства та його потенційні можливості щодо впровадження інновацій та завоювання нових контрагентів.

Отже, рівень інноваційного потенціалу визначається сукупністю елементів виробничо-господарської діяльності підприємства, а ефективне управління ним дозволяє досягти наступних цілей:

- максимізувати цінність інноваційного потенціалу;
- збалансувати склад потенціалу за ступенем новизни, ризику й очікуваної прибутковості інноваційних проектів, їхньої тривалості;
- визначити стратегічний напрямок проектів і здійснити своєчасне розв'язання першочергових завдань;
- оптимізувати кількість проектів з урахуванням обмеженості фінансових ресурсів і можливостей підприємства по їхній реалізації (наявність персоналу, науково-технічної бази, знань, досвіду тощо).

Література

<https://uk.wikipedia.org/wiki/Інновація>.

РЕСУРСОЕФЕКТИВНІ ІНІЦІАТИВИ У СУЧАСНОМУ ПІДПРИЄМНИЦТВІ

Бондаренко С. І., 3 курс

Спеціальність 292 – Міжнародні економічні відносини, ОПП «Міжнародний бізнес»,

*Науковий керівник: к.е.н., старший викладач кафедри міжнародних економічних відносин **Мареха І. С.***

Сумський державний університет

Загальносвітові тенденції свідчать про те, що сфера ресурсозбереження дедалі більше стає об'єктом та метою підприємницької діяльності[1, 2, 3]. У роботі наводиться авторська класифікація стратегій розвитку підприємництва, орієнтованого на ресурсозбереження.

За фактором впровадження ресурсоефективних ініціатив у підприємницьку

практику виділяють технікоцентричні (застосування техніки та технологій), біоцентричні (використання біоматеріалів) та інтелектуально-пошукові бізнес-стратегії (генерування ідей). За стадіями вирішення еколого-ресурсних проблем бізнес-стратегії поділяються на профілактичні (стадія попередження виникнення проблеми), компромісні (стадія виникнення проблеми) та санаційні (стадія загострення проблеми). За напрямом оптимізації бізнес-процесів в результаті ресурсозбереження підприємство може використовувати редуційну (скорочення витрат ресурсів та відходів), мультиплікативну (прирошення економічного ефекту) та синергетичну (підсилення еколого-економічного результату) стратегію розвитку. За критерієм цінностей, яким керуються при впровадженні заходів з ресурсозбереження, у підприємстві розрізняють етичні (ґрунтуються на відповідальності та нормах поведінки), естетичні (задовольняють стилістичні вподобання) та утилітарні бізнес-стратегії (засновані на вилученні з природних ресурсів споживчої користості).

Втілення ресурсоефективних ініціатив може відбуватися на моно- та полікультурному бізнес-рівнях, під якими розуміється величина та ступінь агрегації попиту на ресурсозбереження. Про-активний бізнес характеризується підвищеною відповідальністю (високим попитом на екологічну якість довкілля) підприємств за подолання ескалації еколого-ресурсних проблем та здійснюється на рівнях виробництва ресурсоефективних технологій та імплементації заходів з ресурсозбереження, які приносять позитивний економічний ефект. Інтер-активний бізнес пов'язаний з проектуванням та просуванням ресурсоефективних продуктів на замовлення «відповідального» бізнесу. Ре-активний бізнес виникає як допоміжні структури у відповідь на підприємницьку активність «відповідального» бізнесу з метою вилучення комерційних переваг шляхом торгово-сервісно-посередницької діяльності.

Таким чином, під підприємництвом, орієнтованим на ресурсозбереження, ми будемо розуміти метод раціонального використання об'єктів природокористування, залучених на ініціативній основі у процеси суспільного виробництва за участю людського фактора, здійснюваного з метою природоохорони (дбайливе підприємництво), природовідтворення (екологічне підприємництво) та екоконструктивного природоперетворення («зелене» підприємництво) за умови отримання економічних вигод (прибуткове природокористування).

Література

1. *Resource Policies in the Context of Sustainable development: Current Trends and Challenges Ahead : European Sustainable Development Network Quarterly Report / N. Gjoksi, M. Sedlacko. – Hungary, 2011. – 24 P.*
2. *The Future Benefits of Business Resource Efficiency : A research report completed for the Department for Environment, Food and Rural Affairs / O. Hollins. – London, 2011. – 141 P.*
3. *The Opportunities to Business of Improving Resource Efficiency : Final report / AMEC Environment and Infrastructure and Bio Intelligence Service, European Commission, Belgium, 2013. – 105 P.*

ЯВИЩЕ «ТОКСИЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ» НА ПІДПРИЄМСТВІ*Пігіна Юлія Олександрівна, студентка 1 курсу**спеціальності 073 «Менеджмент»**Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара
Науковий керівник: к. н. із соц. ком., Шевченко Тетяна Сергіївна
викладач кафедри маркетингу та міжнародного менеджменту
Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара*

У сучасному світі компанії створюються, розвиваються, конкурують між собою. Але певна кількість із часом занепадає. Однією з причин є саме управління підприємством. Для досягнення тих чи інших цілей можна підібрати різні стилі управління, але компанія ніколи не буде успішною та продуктивною за наявності «токсичного керівника». В наш час ця проблема є досить актуальною, адже близько 80% працюючих хоча б раз в житті стикалися з нею.

Тому ми ставимо за мету дослідити явище «токсичного менеджменту», з'ясувати поведінку персоналу в таких умовах. Завданням буде вивчення основних понять та наслідків «токсичного» керівництва, розгляд думок інших менеджерів щодо цього.

«Токсичний менеджмент» – явище, коли колектив знаходиться у постійному психологічному дискомфорті. Наслідком цього є небажання працівників проявляти ініціативу, перевиконувати свої обов'язки, зайвий час залишаються на роботі. Команда розпадається, з'являються так звані донощики.

«Токсичний» керівник – негативна в спілкуванні людина, яка контролює кожен крок, не об'єктивно критикує своїх підлеглих, ображає чи принижує їх перед усіма (проблеми вирішує криком). Такому керівнику нецікава думка персоналу, він не є прикладом для інших, їхнім лідером, не схвалює жодної нової пропозиції, не поважає вільний час підлеглих, не підтримує та не заохочує їх. Висока заробітна плата для них головніше, ніж нормальні відносини у колективі.

На початку 1950-х років науковці США зацікавилися даною темою та взяли за її дослідження. Вони стали приділяти більше уваги «нешасним випадкам», які відбувалися на роботі із працівниками. Не змусив себе чекати закон, поява якого передбачала захист співробітників компаній від прояву фізичного та психологічного насильства.

Менеджер ІТ-холдингу TalentTech Е. Єгорова говорить: «Через «токсичних» керівників (бо саме вони є причиною звільнення підлеглих) бізнес втрачає таланти та гроші – як мінімум доводиться знову вкладатися в підбір, адаптацію та навчання новачків. На заповнення кадрових резервів компанії витрачають в середньому 21% від річного окладу працівників, які звільнились»[1].

Бізнес-тренер О. Ісаєва зауважує: «У деяких випадках «токсичність» керівника може ніяк не вплинути на роботу, наприклад якщо компанія – налагоджений механізм, а «токсичне керівництво» здійснюється не в головних відділах. Завдяки такому керівництву компанія навпаки може досягти висот. Так у банківській сфері дуже жорстокі критерії, інструкції, з якими працюють лише

люди, ладні витримати прес «токсичних» керівників»[1].

Психоаналітик М. Рудакова вважає, що «коріння поганого ставлення до підлеглих бере свій початок ще у дитинстві – зі ставлення батьків до дитини. Якщо в ранньому дитинстві людина недоотримала уваги, співчуття, любові, то вона має усі шанси вирости людиною з нарцисичною психопатологією особистості. Керівники розчаровані співробітниками, як їх у дитинстві розчаровували батьки» [1].

Наслідки наявності в компанії «токсичного» керівника:

- зниження ефективності роботи працівників, проблеми з самооцінкою;
- через звільнення старих та найм нових працівників компанія несе збитки;
- послаблення командного духу, поява донощиків, токсичність персоналу;
- працівники перебувають у постійному психологічному напруженні[2].

На нашу думку, робота повинна якщо не приносити задоволення, то хоча б не шкодити людині. Коли хтось постійно знаходиться у психологічному напруженні, він не може нормально працювати. Піти з роботи чи лишитися – це вже питання самоповаги. Якщо людина дійсно поважає себе, то вона ніколи не стане працювати під керівництвом «токсичної системи».

Таким чином, ми визначили, що більшість компаній з «токсичним менеджментом» несуть збитки, зазначили наслідки такого керівництва, надали аналіз пропозиції різних спеціалістів з цього питання.

Література

1. Мельникова К. (2020). Как токсичные руководители разрушают свои компании. *Forbes: сайт*. 14.01.2020. URL: <https://www.forbes.ru/karera-i-svoy-biznes/391073-budtohlebnula-govna-i-zakalilas-kak-toksichnye-rukovoditeli-razrushayut>

2. Войтович М., Тимчук Т. (2019). Токсичний персонал: хто це і як “зловити”? Блог світу громад: сайт. 8.02.2019. URL: <http://gameblog.woc.org.ua/toksychniy-personal-khto-tse/>

ДИВЕРСИФИКАЦИЯ ПРОДУКЦИИ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

*Заброцкая Наталья Владимировна, студентка 4 курса
специальности «Менеджмент (инновационный)»*

Белорусского государственного университета

*Научный руководитель: к. т. н., доцент Карпенко Валерий Михайлович
доцент кафедры инноватики и предпринимательской деятельности БГУ*

В современных рыночных условиях, которые характеризуются высокими уровнями конкуренции, динамичностью экономических процессов и высокой степенью неопределенности, предприятиям необходимо постоянно развиваться и совершенствовать свою деятельность с целью получения прибыли.

Необходимость адаптации к существующим рыночным условиям заставляет предприятия искать наиболее выгодные сферы приложения созданного производственного потенциала. Одним из инструментов такой

оптимізації може виступати диверсифікація продукції.

Диверсифікація діяльності підприємства передбачає одночасне розвиток різних видів виробництва, затрагиваюче розширення асортименту випускаємих товарів або надаємих послуг з метою розвитку бізнесу і підвищення ймовірності отримання прибутку за рахунок розподілу ризиків між різними (в тому числі іноді і не пов'язаними) сферами діяльності. Так, товарне різноманіття сприяє покращенню економічного положення компанії.

От вибору складу і структури випускаємої продукції (надаємих послуг) во багатьох випадках ефективність діяльності конкретної організації. Важливо не тільки вирішити, що виробляти, але і як виробляти, т.е. які технології використовувати і якої моделі організації і управління варто приєднатися.

Ще одним аспектом проблеми пошуку потенційно привабливих сфер діяльності слід відзначити проведення політики диверсифікації, заснованої на основній діяльності, т.е. галузі спеціалізації, яка спочатку була основою для створення підприємства.

В даній роботі розглянемо застосування диверсифікації продукції для ООО «Белгрит».

Для того, щоб сегментувати зовнішнє середовище організації, виділимо стратегічні зони господарювання для нашого підприємства і області їх застосування.

Результатом сегментації є наступний набір СЗХ:

1. Кварцевий пісок – водочистка в побутових і промислових фільтрах; виробництво скла і кераміки; виробництво сухих будівельних сумішей; будівництво будівель і доріг; піскоструйна очистка різних поверхонь і др. ;

2. Формувальний пісок – приготування формувальних і стержневих сумішей для литого виробництва;

3. Мраморна крошка – декоративна штукатурка; наливні бетонно-мозаичні підлоги; ландшафтний дизайн; зовнішня і внутрішня декоративна обробка поверхонь будівель; ступіні, столешниці, підоконники і др.

Ітак, виділені СЗХ представляють собою різні види основної продукції підприємства, і в той же час вони є найбільш поширеними видами продукції на ринку піску в принципі, що робить ці СЗХ стійкими.

Для того, щоб розуміти, як в цілому обійдуться справи на підприємстві з уже існуючими СЗХ, звернемо увагу на наступну таблицю, в якій відображені обсяги продажів основних видів продукції:

Таблиця 1 – Данні про діяльність ООО «Белгрит» за 2017-2019 рр.

Сегмент зовнішнього середовища	Обсяг продажів, тис. грн				
	2017	2018	Темп зростання, %	2019	Темп зростання, %
Кварцевий пісок	417	441	105,8	532	120,6
Формувальний пісок	240	252	105,0	239	94,8
Мраморна крошка	100	86	86,0	94	109,3

Джерело: самостійна розробка на основі [1].

Из данных таблицы 1 можно увидеть, что за 2017-2019 гг. объем продаж кварцевого песка постоянно рос, темпы роста за рассматриваемый период также составляли более 100%. Однако объемы продаж и темпы роста формовочного песка и мраморной крошки не являются стабильными.

Приоритетом для компании является установление прочных партнерских отношений с клиентами и развитие долгосрочного взаимовыгодного сотрудничества. На протяжении многих лет партнерами ООО «Белгрит» являются крупные оптовые компании (около 57% сбыта) и строительные организации (около 36%). Таким образом, в основном компания работает для производственных нужд, в то время как только 7% сбыта идет на розничную торговлю для потребительских целей. Рынок строительных материалов хоть и является достаточно стабильным, тем не менее, он не растет. Следовательно, есть перспективы для работы именно в направлении потребительского рынка.

Предложенным мной направлением диверсификации является продуктовая инновация на предприятии, такая как кинетический песок (песок для творчества).

В состав кинетического песка входит всего 2 ингредиента: кварцевый песок (98%) и связующее вещество (2%). Так, можно догадаться, что для введения такого вида продукции в производство не потребуется значительных материальных затрат.

В Беларуси рынок кинетического песка в основном представлен зарубежными производителями и за счет транспортировки стоит дороже. Принимая этот факт во внимание, есть возможность проводить политику импортозамещения данного вида продукции.

Для того, чтобы понимать перспективы и количество потенциальных потребителей, необходимо изучить статистику детского населения РБ. В таблице 2 представлены данные о среднегодовой численности населения Республики Беларусь в возрасте от 0 до 14 лет за 2015-2019 гг.

Таблица 2 – Среднегодовая численность населения Республики Беларусь в возрасте от 0 до 14 лет за 2015-2019 гг.

	2015	2016	2017	2018	2019
Население в возрасте от 0 до 14 лет, человек	1518669	1549332	1579277	1594936	1604711

Источник: самостоятельная разработка на основе [2] и [3].

Согласно данным таблицы, население РБ в возрасте от 0 до 14 лет на протяжении 2015-2019 гг. постоянно росло, что дает нам основания предполагать, что данная тенденция сохранится и количество потенциальных потребителей будет расти, соответственно выбранное направление диверсификации продукции на предприятии ООО «Белгрит» является перспективным и позволит в результате повысить эффективность деятельности организации.

Литература

1. *Оборотно-сальдовая ведомость ООО «Белгрит»*
2. *Национальный статистический комитет Республики Беларусь. Официальный сайт [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by>*

АНАЛИЗ АССОРТИМЕНТНОЙ ПОЛИТИКИ ПРЕДПРИЯТИЯ ПРИ РАЗРАБОТКЕ СИСТЕМЫ ЛОЯЛЬНОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ (НА ПРИМЕРЕ ОАО «ГЛУБОКСКИЙ МОЛОЧНОКОНСЕРВНЫЙ КОМБИНАТ»)

*Кривёнок Екатерина Дмитриевна, магистрант 1 года обучения
специальности «Инновационный менеджмент»
Белорусского государственного университета*

*Научный руководитель: к. т. н., доцент Карпенко Валерий Михайлович
доцент кафедры инноватики и предпринимательской деятельности*

Молоко относится к социально значимой группе товаров, однако в настоящее время во всем мире наблюдается дефицит потребления молока на душу населения. Несмотря на то, что производство молочной продукции в Республике Беларусь увеличивается с каждым годом, потребление продукции на душу населения находится на довольно низком уровне, всего 65% от медицинской нормы [1]. Для сравнения потребления молока в Беларуси и Украине приведена динамика данного показателя на душу населения за 2015–2019 гг. (рис. 1) из которой видно, что объём потребления в Украине значительно ниже, чем в Беларуси. Для повышения данного показателя необходимо сформировать у населения привычку к потреблению молочных продуктов, что можно реализовать через разработку систем лояльности потребителей на молокоперерабатывающих предприятиях страны.



Рисунок 1 – Динамика потребления молока в Беларуси и Украине на душу населения, кг [2, 3]

Реализация эффективной ассортиментной политики непосредственным образом влияет на количество продаж и объём потребления молока среди населения. Предприятие, реализующее эффективную ассортиментную политику, является наиболее привлекательным для существующих и потенциальных потребителей. На основе правильно выбранной ассортиментной политики предприятие сможет разработать эффективную систему лояльности потребителей, поскольку предпочтения потребителей являются решающими в данном вопросе. Необходимо понимать, какую продукцию предприятия потребители покупают чаще всего, а какая приносит меньше прибыли для предприятия. Ассортиментная политика также служит ориентиром при дальнейшем выборе стратегии развития предприятия.

В данной работе представлены результаты оценки ассортиментной

политики ОАО «Глубокский МКК», который является одним из крупнейших производителей молочных консервов в Беларуси. В настоящее время предприятие выпускает 110 наименований молочной продукции.

Ассортимент продукции, производимой на ОАО «Глубокский МКК», включает в себе следующие ассортиментные группы:

1. Молочные сгущенные консервы.
2. Молочные сухие консервы.
3. Масло коровье.
4. Цельномолочная продукция: сметана, молоко питьевое пастеризованное и стерилизованное, кисломолочные напитки, твороги, творожные изделия, йогурты.
5. Сыры полутвердые ферментированные.
6. Заменители цельного молока.

Именно по данным группам и был произведена оценка ассортиментной политики на основе АВС-анализа, результаты которого представлены в табл. 1.

Таблица 1 – АВС-анализ ассортиментных групп продукции предприятия [4]

Ассортиментная группа	Выручка, руб.	Доля в общей выручке, %	Доля накопительным итогом, %	Группа АВС
Молочные сгущенные консервы	68669, 0	48, 80	48, 80	А
Сыры полутвердые ферментированные	19692, 1	13, 99	62, 79	А
Молочные сухие консервы	16491, 0	11, 72	74, 51	А
Масло коровье	16313, 0	11, 59	86, 10	В
Цельномолочная продукция	14366, 7	10, 21	96, 31	С
Заменители цельного молока	5195, 4	3, 69	100	С

Исходя из полученных результатов, наибольший объем выручки приходится на следующие три ассортиментные подгруппы: молочные сгущенные консервы, сыры полутвердые ферментированные и молочные сухие консервы. Наименьший – на цельномолочную продукцию и заменители цельного молока.

Поскольку наибольший удельный вес в общем объеме выручки занимает группа «молочные сгущенные консервы», можно сделать вывод, что МКК позиционируется в сознании потребителей исключительно как производитель сгущенного молока высокого качества, в то время как остальной молочной продукции предприятия потребители предпочтения не отдают (за исключением локального рынка в г. Глубокое). Это и является наиболее значимой проблемой при разработке системы лояльности потребителей. Предприятию не хватает четкой позиции, благодаря которой потребитель бы легко отличал продукцию МКК от другой идентичной продукции, и которая вызывала бы конкретные ассоциации у потребителей не только на местном, но и на всех региональных и областных рынках Беларуси, а также на зарубежных рынках.

Проблема ассортиментной политики данного предприятия заключается в слишком узком представлении потребителей о продукции предприятия. Это

может быть вызвано недостатком сведений о характеристиках и преимуществах цельномолочной продукции предприятия, что приводит к сужению целевого сегмента. В связи с этим, предприятием должна быть выстроена новая система, которая будет направлена на повышение осведомленности о всей выпускаемой продукции предприятия и её качественных характеристиках, что в дальнейшем будет развивать верность потребителей к бренду и любовь к продукции предприятия.

Литература

1. *Официальный сайт ОАО «Глубокский молочноконсервный комбинат».* – Режим доступа: <https://glmkk.by/>
2. *Сельское хозяйство Республики Беларусь: стат. сб. Минск, 2020. – 178 с.*
3. *Баланси та споживання основних продуктів харчування населенням України: стат. сб. – Киев, 2020. – 60 с.*
4. *Карпенко, В. М. Рынок молока Республики Беларусь: факторы и перспективы / В.М. Карпенко, Е. Д. Кривенко // Труды БГТУ. Сер. 5 Экономика и управление. – Минск: БГТУ, 2020. – № 2 (238). – С. 91 – 97.*

БАНКРУТСТВО ЯК МЕХАНІЗМ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

*Басанець Ірина Василівна, студент 1 курсу
спеціальності 072 «Фінанси, банківська справа та страхування»*

Сумський державний університет

*Науковий керівник: к.е.н., доцент Плікус Ірина Йосипівні
доцент кафедри фінансів і підприємництва СумДУ,*

Жукова Татьяна Анатоліївна, старший викладач кафедри фінансів і підприємництва СумДУ

Глобальна фінансова криза показала, що навіть кращі міжнародні компанії повинні постійно стежити за своїм фінансовим становищем і аналізувати фінансову стійкість компаній, з якими вони співпрацюють, в даний час жодна компанія навіть в період зростання не може остаточно бути впевненою в своїй фінансовій стійкості.

Так, на думку З. Шершньової, «банкрутство підприємства спричиняється настанням глибокої системної кризи, яка виникає під впливом поєднання зовнішніх та внутрішніх кризоутворювальних чинників, унаслідок чого підприємство не має можливості продовжувати свою господарську діяльність через неплатоспроможність» [1]. Погоджуючись з таким твердженням, можна зробити висновок, що найбільш вразливі для банкрутства ті підприємства, керівництво яких не впроваджувало превентивні заходи, спрямовані на запобігання настанню кризи на підприємстві. Некомпетентність керівництва підприємства може стати причиною доведення його до стану банкрута.

Згідно з Глобальним звітом про банкрутство, представленим компанією Dun&Brad street World wide Network [2], у таблиці 1 наведено статистику збанкрутілих підприємств в Україні за 2016–2019 рр.

Таблиця 1 – Підприємства-банкрути в Україні за 2016–2019 рр. [2]

Місяць	Кількість			
	2016	2017	2018	2019
Січень	161	141	63	58
Лютий	169	245	57	40
Березень	144	141	79	59
Квітень	138	107	69	71
Травень	110	90	85	87
Червень	133	101	79	60
Липень	110	131	75	69
Серпень	100	71	61	37
Вересень	113	72	60	70
Жовтень	107	79	79	103
Листопад	131	65	85	22
Грудень	148	92	57	42
Загальна кількість	1524	1312	833	703

Як видно з таблиці 1, найбільше підприємств в Україні збанкрутували у 2016 р., найменше – у 2019 р., тобто прослідковується тенденція до зниження цього показника, що свідчить про поступове покращання економічного становища України та про зосередження керівництва підприємств на антикризовому управлінні з метою збереження їх платоспроможності. Найбільше підприємств збанкрутували у лютому 2017 р., найменше – у листопаді 2019 р. Доречно порівняти показники банкрутств підприємств (компаній, фірм) по різних країнах світу. Кількість банкрутств компаній у Німеччині з 1975 по 2019 рр. в середньому становила 16995 компаній, досягнувши рекордно високого рівня (3755) у березні 2004 р. і рекордно низького (416) – у листопаді 1979 р. Кількість банкрутств компаній у Франції в середньому становила 461.81 за 1990-2019 рр., з рекордно високим рівнем – 811 компаній у січні 1993 р. та рекордно низьким – 183 компанії у березні 2001 р. [3].

США банкрутство – це юридична процедура вирішення проблем боргу фізичних осіб та підприємств; зокрема, справа, подана відповідно до однієї з глав заголовку 11 Кодексу США про банкрутство. Кількість збанкрутих компаній у США збільшилася до 22483 у II кв. 2019 р. з 22157 компаній у I кв. 2019 р. До процедури банкрутства в США в середньому притягувались 4459403 компаній з 1980 до 2019 рр., досягнувши рекордно високого рівня (82446) у IV кв. 1987 р. і рекордно низького (19695) – у IV кв. 2006 р. [3].

З метою дослідження світової практики використання процедури банкрутства як механізму антикризового управління можна навести приклад компаній, якими у різні роки володів 45-й президент США Дональд Трамп. До таких крайніх заходів він звертався декілька разів у 1991, 1992, 2004 та 2009 роках з приводу своїх керуючих компаній, готелів та казино. І у всіх цих випадках команда юристів змогла реорганізувати та списати борги його компаній, які налічували сотні мільйонів дол. США. До такого антикризового

механізму Трамп вдався навіть тоді, коли у 2009 р. борг у одному з його бізнесів був досить незначним для його масштабу діяльності – 53.1 млн дол. США. Й це попри той факт, що рада директорів компанії одногослоно заявила, що збитки можна ліквідувати, якщо змінити бізнес-тактику і почекати 3–4 роки [3]. Ці факти можуть слугувати прикладом ефективності застосування процедури банкрутства підприємства у зарубіжній практиці менеджменту, адже Д. Трамп і донині вважається дуже заможною й успішною людиною, а його бізнес продовжує функціонувати, хоча він зараз і не може ним керувати через політичну діяльність.

Існує й інша точка зору на банкрутство. Так, Дж. Рокфеллер і Г. Форд вважали банкрутство крайнім заходом. Ця процедура, на їхній погляд, демонструвала неповагу до народу і визнання у власній недалекоглядності. Обидва цих бізнесмена дбали передусім не про себе, а про американський народ і національну економіку.

До банкрутства можна ставитися по-різному. З однієї точки зору, цей процес є крайнім заходом, коли всі інші антикризові заходи не допомогли і керівництво та власники підприємства більше нічого не можуть запланувати, тобто криза повністю паралізувала роботу підприємства, а коштів або майна на реструктуризацію боргу не вистачає, або кредитори добровільно не погоджуються на санацію боржника до відкриття провадження у справі про банкрутство. З іншої точки зору, до банкрутства вдаються підприємці, які не бажають добровільно платити по своїх зобов'язаннях і хочуть, щоб процедуру реорганізації та санації боргу назначив суд.

З позиції інтересів економіки України, ліквідація неплатоспроможних підприємств як остання стадія процедури банкрутства має як позитивний, так і негативний ефект для економіки. З одного боку, в умовах щільної конкуренції на ринку залишаються найбільш стійкі та платоспроможні підприємства, а такі підприємства, які нехтують впровадженням антикризових заходів та не можуть платити по своїх боргах, зникнуть. Але, з іншого боку, не можна забувати про те, що під час ліквідації підприємства не завжди вдається задовольнити усі вимоги кредиторів, персонал залишається без роботи, безробіття зростає, а інвестиційна привабливість України знижується, якщо кількість справ про банкрутство, що закінчуються ліквідацією підприємства, зростатиме.

Література

1. Шериньова З. Є., Багацький В. М., Гетьманцева Н. Д., Пенкіна Т. Є. *Антикризове управління підприємством; за заг. ред. З. Є. Шериньової. Київ: КНЕУ, 2007. 680 с.*
2. *Global bankruptcy report Dun & Bradstreet World wide Network. URL: <https://www.bisnode.dk/globalassets/danmark/dokumenter/global-bankruptcyreport-2019.pdf>.*
3. *Trading Economics. Bankruptcy of the companies. URL: <https://tradingeconomics.com>.*

ФІНАНСОВА КРИЗА НА ПІДПРИЄМСТВІ: СИМПТОМИ ТА ЧИННИКИ, ЩО ЇЇ СПРИЧИНЯЮТЬ

*Савва Дмитро Олегович, студент 2 курсу
спеціальності 072 «Фінанси, банківська справа та страхування»
Бердянського державного педагогічного університету
Науковий керівник: к.е.н., доцент Костенко Ганна Петрівна
доцент кафедри економіки, підприємництва та фінансів БДПУ*

На сьогоднішній час в Україні існує стійка тенденція до збільшення фінансово неспроможних підприємств. Незадовільний фінансовий стан підприємств є наслідком їх кредиторської та дебіторської заборгованості. Якщо підприємство банкрутує та ліквідується – це призводить до великих збитків, як для кредиторів, так і для бюджету країни, у зв'язку зі зменшеннями податкового надходження до бюджету. Через це формування портфелю заходів санації є надзвичайно актуальним.

Проблемами аналізу та діагностики фінансової кризи на підприємстві, а також її наслідків займалися як зарубіжні, так і вітчизняні вчені-економісти. Свій вклад в розвиток цього питання внесли такі вчені: Е. Альтман, У. Бівер, І. Георгієв, Е. Короткова, Г. Іванова, В. Василенко та інші.

Метою даного дослідження є поглиблене розкриття змісту фінансової кризи на підприємстві, розгляд основних симптомів та чинників, що її спричиняють, видів криз, а також визначення основних методи діагностики фінансового стану для запобігання виникнення кризи.

Фінансова криза є різким погіршенням фінансового стану підприємства внаслідок накопичених ризиків, які відбуваються під впливом внутрішніх та зовнішніх чинників, що сприяють порушенню його функціонування, зниженню конкурентоспроможності, погіршенню ліквідності та якості фінансових інструментів.

Антикризове управління є діяльністю, спрямованою на виявлення фінансових проблем. Одним з найважливіших питань для підприємства є розробка та впровадження в дію систему антикризового управління. Антикризове управління – діяльність, спрямована на виявлення фінансових проблем, їх діагностику, аналіз та розробку заходів щодо їх подолання або зменшення [1, с. 139].

Криза підприємства є процесом, що характеризується своєю тривалістю. Кризу можна поділити на стадії, що відрізняються інтенсивністю прояву, часовою тривалістю та потребою в управлінні.

Фінансова криза охоплює різноманітні цикли життя на підприємстві, починаючи з невеликих перешкод стабільного функціонування, в майбутньому до неприбутковості, а в кінці до ліквідації підприємства [2, с. 50].

Фінансова криза на підприємстві характеризується за трьома параметрами, а саме: за факторами її виникнення, за видом кризи, та за стадією розвитку.

Виділяють три основні види криз, такі як стратегічна криза, що є наслідком руйнування виробничого потенціалу та бракування стратегії подальшого розвитку, криза прибутковості, коли власний капітал покриває збитки, що

призводять до незадовільної структури балансу, та криза ліквідності, що є наслідком неплатоспроможності підприємства.

Головні чинники, що впливають на стабільність підприємства та його подальшу роботу, поділяються на внутрішні та зовнішні (ендогенні та екзогенні). До основних внутрішніх можна віднести незадовільне використання виробничих ресурсів, брак чіткої стратегії розвитку підприємства, а також низький рівень менеджменту та маркетингу. До зовнішніх чинників відноситься значний рівень інфляції, політична нестабільність у країні, спад кон'юнктури в економіці та стрімке посилення конкуренції [3, с. 3].

Виникнення кризи створює загрози для подальшого стабільного функціонування підприємства, а якість її подолання буде впливати на подальше «життя» підприємства. Якщо стратегія подолання кризи успішна, то підприємство продовжує свою стабільну фінансову діяльність, а якщо негативна – наслідком є призупинення діяльності, виникнення банкрутства та добровільна або примусова ліквідація підприємства.

Отже, розроблення шляхів з подолання фінансової кризи є важливою умовою для стійкого функціонування підприємства. Безуспішне вирішення проблеми призводить до фатальних наслідків, таких як банкрутство або ліквідація. Розробка системи антикризового управління та успішна стратегія є головною метою виявлення або попередження фінансової кризи підприємства, а також відновлення його платоспроможності.

Література

1. Куліков Л. В. Виявлення фінансової кризи та санація на підприємстві. *Економіка та управління підприємствами*. 2017. №7. С. 139-142.
2. Ганзюк С. М. Фінансова криза на підприємствах України. *Молодий вчений*. 2016. № 3. С. 49-52.
3. Невмержицька С. М., Марценюк С. О. Причини виникнення та шляхи подолання фінансової кризи на підприємстві. *Ефективна економіка*. 2018. № 1. С. 3-6. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6075>

ФАКТОРЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

*Сень Анастасия Александровна, студентка 3 курса
специальности «Международный менеджмент»
Белорусского государственного университета*

*Научный руководитель: к. э. н., Шестакова Кристина Владиславовна
доцент кафедры международного менеджмента*

Современные условия функционирования предприятий доказывают неизбежность регулярного проведения оценки уровня конкурентоспособности. Однако общепринятой методики для её оценки нет. Существующие методы не учитывают ряд факторов, которые влияют на конкурентоспособность организации. Для устранения недостатков необходимо, прежде всего, определить и систематизировать эти факторы, что позволит повысить

эффективность оценки конкурентоспособности предприятия и поднять качество выпускаемой продукции.

На сегодняшний день существует несколько подходов к определению сущности факторов, влияющих на формирование конкурентоспособности предприятия. Наиболее распространенным подходом является деление их на внутренние и внешние факторы.

Внутренние факторы проявляются непосредственно в рамках предприятия, компании, а это значит, что они управляемы и могут быть изменены. К внутренним факторам относят технологические, управленческие, ресурсные, финансовые и т.д., а к внешним – политика государства в сфере управления экономикой, доступность ресурсов предприятия, лояльность налоговой и ценовой политики, а также такие факторы как природно-климатические и географические. К внешней группе факторов также следует отнести и уровень конкуренции в стране и по отрасли, в которой работает предприятие [1, с. 29].

Согласно другому подходу, группы факторов, которые формируют конкурентоспособность, можно представить следующим образом:

- технико – экономические факторы;
- организационно – управленческие, которые представляют собой организационные аспекты деятельности компании, а именно управленческий, организационный аспект, качество управления персоналом и ресурсами предприятия;
- финансово–экономические аспекты, подразумевающие параметры эффективного управления финансовыми ресурсами компании, своевременную оценку финансовой устойчивости, платежеспособности, рентабельности и т.д.
- социально–психологические группы факторов – учет социальных аспектов функционирования компании;
- природно–географические, которые подразумевают размещение предприятия, его расположение, доступность ресурсов, развитие инфраструктуры и т.д.
- экологические факторы, подразумевающие учет ряда организационных и технических аспектов функционирования предприятия, экологичности производства, уровня отходов, возможности внедрения более экологичных технологий;
- рыночные факторы, которые подразумевают слияние целого ряда рыночных аспектов функционирования предприятия: уровень конкуренции на рынке, рыночную среду и т.д. [2, с. 120].

Помимо вышеперечисленных подходов, являющихся наиболее распространенными, существуют и другие (табл. 1).

Из представленной таблицы видно, что авторы выделяют разные группы факторов конкурентоспособности. Однако к базовым факторам следует отнести объединение экологических ресурсов, климатических факторов, географического положения государства, неквалифицированной, а также полуквалифицированной системы трудовых ресурсов, управления финансами. Следует сказать, что базовые факторы могут быть объективными, для их

формирования необходимо незначительное число государственных вложений, а также частных инвестиций.

Таблиця 1 – Факторы конкурентоспособности

Автор	Факторы конкурентоспособности
В. А. Винокуров	– ресурсы предприятия (потенциал); – умение продуктивно их применять в производственной сфере.
Артур А. Томпсон-мл., А. Дж. Стрикленд III	– финансовые ресурсы компании; – качество, а также общая характеристики продукции; – обслуживание клиентов компании; – инновационные возможности предприятия; – дилерская и розничная сеть; – использование новых технологий; – производственные мощности и технический потенциал; – издержки в сравнении с конкурентами.
Дэвид Крвенс	– конкурентные преимущества компании; – универсальность, т.е. (конкурентное преимущество в отдельных ситуациях); – сложность дублирования продукта.
Е. П. Голубков	– имидж; – концепция и идея продукта; – качество товаров и услуг; – мощность научно-исследовательской инновационной; – уровень диверсификации производства; – рыночная доля компании и его конкурентов; – мощность производственной базы компании и др.
В. Л. Белоусов	– продукт; – стоимость продукта; – доведение продукции и товаров до потребителя; – продвижение продукта и его выход на рынок, реализуемые маркетинговые коммуникации.
И. Максимов	– финансовое положение; – эффективность технологической деятельности; – эффективность сбыта и продвижения продукции на рынке; – конкурентоспособность продукции на внутреннем и внешнем рынке.

Примечание – Источник: собственная разработка

Развитые группы факторов подразумевают оценку высококвалифицированных специалистов, развитие высокотехнологичных производств, расширение инновационной инфраструктуры и обмена информацией.

В целях оценки конкурентоспособности компании важную роль играют развитые факторы экономики. Для их развития и использования необходимы значительные, зачастую продолжительные по своему времени вложения финансовых средств, а также человеческих ресурсов.

Отметим, что все факторы конкурентоспособности взаимосвязаны и взаимообусловлены. Учёт природы и степени влияния факторов, которые

воздействуют на предприятие, позволят осуществлять процесс управления его конкурентоспособностью более эффективно.

Литература

1. Дурович, А. П. *Экономические показатели конкурентоспособности товаров*. Минск. : БГЭУ, 2016. 245 с.
2. Зулъкарнаев, И. У. *Метод расчета интегральной конкурентоспособности промышленных, торговых и финансовых предприятий // Маркетинг в России и за рубежом*. 2011. – № 4. – С. 23–29.

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ОЦІНКИ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВ

*Карпенко Аліна Віталіївна, студент 2 курсу
спеціальності 072 «Фінанси, банківська справа та страхування»
Бердянського державного педагогічного університету
Науковий керівник: к.е.н., доцент Костенко Ганна Петрівна
доцент кафедри економіки, підприємництва та фінансів БДПУ*

Стабільне функціонування підприємства, покращення структури капіталу, підвищення рентабельності, визначення перспектив його розвитку залежить від своєчасно прийнятих ефективних рішень управлінського персоналу, якість яких залежить від своєчасної інформації щодо оцінки фінансового стану. Така оцінка фінансового стану зазначається у розрахунку та аналізі комплексу показників, які відображають ті, чи інші аспекти діяльності підприємства.

Дослідженням та розробкою теоретичних та практичних засад щодо оцінки фінансового стану підприємств займалися як вітчизняні вчені економісти, так і зарубіжні науковці та практики. Серед вітчизняних можна виділити М.Ю. Аверіна, О. Я. Базилінська, В. М. Івахненко, О. О. Терещенко та інших, а серед іноземних науковців – Е. Альтман, У. Бівер, А. Гропелі та інших.

Метою дослідження є розгляд оцінки фінансового стану підприємства як забезпечення стабільності функціонування та підвищення його діяльності.

Фінансовий стан підприємства – є результатом діяльності всієї системи підприємства і характеризується системою показників, що відображають наявність та доцільне використання фінансових ресурсів. Фінансовий стан підкреслює результати діяльності підприємства від його виробничої, комерційної та фінансової діяльності.

Метою оцінки фінансового стану є підвищення рентабельності виробництва та забезпечення стабільної роботи підприємства [1, с. 121].

Основними завданнями фінансової діяльності є формування стратегічно-вигідного напрямку використання структури капіталу задля забезпечення підвищення прибутковості, а також підтримування належної ліквідності та своєчасності розрахунків. Завдяки оцінці фінансового стану можна запобігти в майбутньому фінансової кризи, що уявляє собою неплатоспроможність та банкрутство.

Можна виділити наступні основні прийоми аналізу: горизонтальний аналіз

(порівняння звітності звітного року з базисним), вертикальний аналіз (оцінка впливу різних факторів на кінцевий результат), та аналіз відносних показників (розрахунок коефіцієнтів між окремими позиціями звіту та визначення взаємозв'язків) [2, с. 147].

За допомогою аналізу відносних показників можна отримати найбільш об'єктивну оцінку, тому що, для отримання повного уявлення про діяльність підприємства використовується система показників, яка відображає кількісну та якісну сторону певного явища та його взаємозв'язок з іншими показниками.

До найзагальніших показників комплексної оцінки фінансового стану належать такі показники, як: показник дохідності та показник рентабельності.

Головною проблемою використання аналізу відносних показників є проведення великої кількості розрахунків [3, с. 255].

Для оцінювання фінансового стану використовують інформаційну базу підприємства, а саме звіт про фінансовий стан (Форма №1), звіт про фінансові результати (Форма №2), звіт про рух грошових коштів (Форма №3), звіт про власний капітал (Форма №4) та звіти керівників та аудиторів. Однак, крім фінансової звітності, використовуються також планово-нормативна інформація, маркетингові дослідження і т.д.

Отже, фінансовий стан визначає потенціал підприємства, оцінює стабільність його функціонування та його конкурентоспроможність. Якісна оцінка фінансового стану може попередити про проблеми в роботі підприємства та вчасно запобігти погіршенню його стану. Задовільна оцінка фінансового плану також є важливою для основних користувачів, таких як інвестори, постачальники, кредитори, власники та інші). Аналіз фінансового стану є необхідним для розробки прогнозування подальшого розвитку підприємства.

Література

1. Мішура В. Б., Спіцин. В. С. Економічна сутність, аналіз та оцінка фінансового стану підприємства. Навч. посіб. Краматорськ. 2017. С. 121-126
2. Шарова С. В. Фінансовий аналіз підприємства та шляхи його удосконалення. Навч. посіб. Запоріжжя. 2018. С. 147-148
3. Дончак Л. Г., Ціхановська О. М. Ділова активність підприємства та шляхи її зміцнення. Економіка та управління підприємствами. 2017. №10. С. 250-255

ІННОВАЦІЙНА АНТИКРИЗОВА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА

Кифоренко Людмила, студентка 3 курсу

спеціальності 072 «Фінанси, банківська справа та страхування»

Відокремлений структурний підрозділ «Уманський фаховий коледж технологій та бізнесу Уманського національного університету садівництва»

Керівник: викладач Мельник Юлія Миколаївна

У сучасних умовах господарювання, що характеризуються економічною та політичною нестабільністю в Україні, багато підприємств потерпають від погіршення результатів своєї діяльності. Тому актуальності набуває активне

впровадження на підприємствах антикризового управління.

Антикризове управління займається вивченням системи економічних відносин, що пов'язані з виникненням кризових явищ у процесі функціонування суб'єктів економіки. Якісно та вчасно здійснена діагностика підприємства формує відповідну аналітичну основу для створення антикризової програми підприємства, розробки комплексу доцільних та відповідних дослідженням умовам антикризових заходів, та забезпечує сприятливі передумови для вдалого вирішення задач по виявленню, попередженню та подоланню кризи.

Задля виявлення ознак кризи на підприємстві, чинників неплатоспроможності та попередження загрози збитковості у довгостроковому періоді важливим є застосування політики антикризового управління, що передбачає:

- проведення деталізованого контролю за фінансовим станом підприємства для того, щоб запобігти появі кризових явищ на ранніх етапах;
- пошук та впровадження ефективних та доцільних внутрішніх важелів регулювання фінансової стабільності підприємства;
- застосування системи антикризових рішень стосовно підвищення рівня управління ресурсами підприємства, базуючись на інноваційних засобах;
- розгортання інноваційної політики в усіх сферах функціонування підприємства.

Інноваційна антикризова політика передбачає комплекс заходів:

- удосконалення та впровадження новітніх технологій виробництва на основі інноваційних методів;
- адаптація продукції та послуг підприємства до вимог ринку та науково-технічного процесу, виготовлення продукції із принципово новими функціональними характеристиками та якістьми;
- пошук інвестиційних ресурсів та розширення напрямків господарської діяльності підприємства;
- інновації у маркетинговій сфері, покращення збутової політики;
- здійснення перетворень у організаційній структурі управління підприємством.

Фундаментом, що забезпечуватиме стійкість підприємства та його подальший розвиток за умов нестабільності економічного макро- і мікросередовища, погіршення яких може призвести до виникнення кризи, має бути попередньо визначена інноваційна стратегія діяльності підприємства, що є одним з інструментів у процесі реалізації антикризової програми.

Основними ознаками інноваційної стратегії підприємства, як організаційної складової антикризового управління є:

- розробка та розвиток нових видів продукції та послуг, та удосконалення їх споживчих властивостей;
- нове виробництво, як результат науково-дослідних та дослідно-конструкторських робіт;
- застосування альтернативних методів виробництва та використання обмежених ресурсів;

- чутливість до можливих змін у стані середовища функціонування підприємства;
- виведення новації на ринок (комерціалізація);
- націленість на підвищення та розширення інноваційних можливостей підприємства;
- інноваційна політика є чинником, що сприяє виходу на нові ринки збуту та підвищенню конкурентоспроможності.

У процесі антикризового управління можливим є вибір наступних інноваційних технологій:

- процесні інновації, які впливають та змінюють усі ланки що функціонують на підприємстві,
- продуктові інновації, які є матеріальним втіленням та результатом інноваційних трансформацій та освоєння нових видів діяльності,
- алокаційні інновації (реорганізаційні), які полягають у характері перерозподілу ресурсів підприємств.

Процесні інновації являють собою нововведення та зміни у результаті взаємозв'язку із чинниками макросередовища, планування матеріально-технічного забезпечення процесів на підприємстві, управління грошовими та матеріальними потоками, персоналом підприємства, організаційні та структурні перетворення, створення інноваційних процесів у виробництві продукції. Продуктові інновації передбачають створення на підприємстві системи технологічних процесів задля виробництва нової конкурентоздатної продукції, що потребує проектування, задля досягнення певної якості виробництва. Алокаційні інновації являють собою реструктуризацію або реорганізацію підприємства з метою перерозподілу ресурсів підприємства та постійної взаємодії всіх підрозділів, відділу виробництва, відділів технічного контролю, матеріально-технічного постачання, маркетингу, а також взаємодії між працівниками підприємства.

Інноваційна діяльність, яка є підґрунтям антикризового управління, може бути більш ефективним засобом виходу з кризи та більш доцільним заходом, ніж політика економії витрат та зниження собівартості і повинна мати найбільш вагоме значення при виборі шляхів забезпечення беззбиткового функціонування підприємства.

Інноваційні процеси слід досліджувати і впроваджувати на підприємствах не лише у результаті настання критичної ситуації і виникнення кризи, але й задля попередження появи кризових явищ у функціональних елементах підприємства за звичних обставин його роботи. Антикризове управління, що базується на інноваційній діяльності сприятиме уникненню кризи розвитку підприємства, створенню стійких умов функціонування, підвищенню конкурентних позицій на ринку.

Література

1. Васильєва Т. А. *Держава, підприємства та банки в системі антикризового управління: монографія* Суми: Вид. «Ярославна», 2013. 488 с.
2. Гринько Т. В. *Стратегія як інструмент антикризового управління на підприємстві // Економіст. – 2013. – № 8. – С. 51-53.*

3. Кунденко А. В. Використання інноваційної стратегії в системі антикризового управління підприємством / Кунденко А. В., Мороз Н. В. Логвиненко А. І. // Науковий вісник ЧДДЕУ. – 2012. – № 3 (15). – С. 130-137.

4. Прохорова В. В. Інноваційні перетворення як структурний елемент антикризового управління підприємством / В. В. Прохорова, В. І. Ярмолюк // Економіка і управління. – 2013. – № 2. – С. 28-33.

5. Терещенко О. О. Антикризове фінансове управління на підприємстві: Монографія / О. О. Терещенко. – К. : КНЕУ, 2004. – 268 с.

БЮДЖЕТУВАННЯ ЯК ФУНКЦІЯ ФІНАНСОВОГО КОНТРОЛІНГУ

*Ляшко Андрій Анатолійович, студент 4 курсу
спеціальності 072 «Фінанси, банківська справа та страхування»
Бердянського державного педагогічного університету
Науковий керівник: к.е.н., доцент Костенко Ганна Петрівна
доцент кафедри економіки, підприємництва та фінансів БДПУ*

З метою ефективного управління діяльністю підприємств, вагомим значення надається бюджетуванню, яке є однією з основних функцій контролінгу. Бюджетування в основному поширене у великих компаніях, але й для малих фірм це не буде зайвим. Малий бізнес більше піддається ризику, з огляду на це, складання бюджету повинно бути невід'ємною складовою підприємницької діяльності.

Процес дослідження бюджету підприємств становить собою поступовий, комплексний підхід. Бюджети включаються у більшість контрольних систем. Вони спонукають планувати на майбутній період, виробляти контрольні критерії і покращувати координацію. Тому бюджетування є взаємопов'язаною частиною таких процесів як прогнозування та планування, що є важливим для кожного підприємства.

Метою написання тез є спроба теоретично обґрунтувати роль бюджетування в діяльності підприємств як функції фінансового контролінгу.

Бюджетом підприємства є певний короткостроковий план, в якому відображається розподіл ресурсів. Це сума коштів, яка є в розпорядженні для виконання поставлених цілей та проведення запланованих заходів. Процес складання бюджетів і контролю за їх виконанням є бюджетуванням. Бюджет складається у формі заданих показників, яких слід дотримуватися у плановому періоді, або у формі переліку заходів, які слід здійснити.

Процес бюджетування починається з вибірки та розрахунку цільових показників, які впливають із стратегічного плану. Наступним кроком є складання бюджетної резолюції, в якій зазначають основні напрями діяльності підприємства. Після цього заповнені форми аналізуються та систематизуються [1]. Одна група показників є основою для прогнозних розрахунків, а інша фіксується в самому бюджеті. Проміжною ланкою може бути узгодження різних альтернатив, з головною умовою, щоб нижня межа витратків не перевищувала верхню межу надходжень. Важливу роль при

бюджетуванні відіграють правильна діюча система обліку, звітності та збору інформації.

Бюджетування може відбуватися за допомогою двох основних способів: нуль-базис-бюджетування і традиційне бюджетування. Перший спосіб доцільно використовувати у разі створення нового підприємства, розширення потужностей виробництва. Базою для нуль-базис-бюджетування є так звана точка-нуль, з якої починають планування, тобто бюджетні показники за цим способом розраховуються на основі нового обрахунку (інформація з попередніх періодів не береться) [2]. А ось в основі традиційного бюджетування лежать показники діяльності попередніх періодів, на основі яких проводять порівняння та планування вже на майбутнє.

Бюджетування має свої переваги і недоліки. До основних позитивних сторін слід віднести такі: оптимізація витрат и прибутку підприємства, підвищення рівня координації та визначеності в діяльності, оптимізація фінансових ресурсів, мотивація персоналу. В негативних сторонах можна зазначити: складність та часто висока вартість бюджетування, а також можливі протиріччя між досягненням цілей і їх стимулюючим ефектом.

Отже, такий процес як бюджетування відіграє важливу функцію контролінга, що в свою чергу впливає на розвиток підприємства про різним напрямом діяльності. Це стосується будь-якого бізнесу, незалежно від розміру. За допомогою бюджету, підприємству легше орієнтуватися в своїх ресурсах, контролювати фінансові потоки під час запланованих заходів, досягати зазначених цілей.

Література

1. Прушківський О. Г., Тарасова М. О. Бюджетування як інструмент ефективного управління підприємством. Електронний журнал «Ефективна економіка» 2018. № 11 URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/11_2018/10.pdf

2. Піскульова І. В. Нуль-базис бюджетування в системі управління оборотними активами промислових підприємств. Стаття. Електронний інституційний репозиторій ПДТУ 2017. URL: <http://eir.pstu.edu/bitstream/handle/123456789/15885/30.pdf?sequence=1>

КРЕДИТНІ ВІДНОСИНИ БАНКІВСЬКИХ УСТАНОВ З ПІДПРИЄМСТВАМИ

*Златьєва Валерія Володимирівна, студент 3 курсу спеціальності 072 «Фінанси, банківська справа та страхування»
Бердянський державний педагогічний університет
Науковий керівник: к.е.н., доц., Костенко Ганна Петрівна
доцент кафедри економіки, підприємства та фінансів БДПУ*

У наш час досі лишається актуальне питання удосконалення процесу кредитування суб'єктів підприємницької діяльності, відновлення ролі та значення кредиту у формуванні обігових коштів підприємств різних форм власності з метою підтримання кругообігу виробничого капіталу та стимулювання вітчизняного виробництва.

Метою є обґрунтування економічних відносин між банківськими установами та підприємством, з'ясування сучасного стану кредитної діяльності банківських установ, удосконалення елементів кредитної політики банку.

Об'єкт дослідження є економічні відносини, що виникають між кредиторами і позичальниками у процесі формування та реалізації кредитної політики банку

Це питання досліджували такі вчені, як: О. В. Васюренко, В. В. Волкова, О. С. Гудзь, І. Карбівничий.

Основними чинниками щодо обсягів кредитування підприємства в Україні є низький рівень кредитоспроможності суб'єктів підприємницької діяльності, високі процентні ставки, складність та недосконалість механізму реалізації положень законодавства про банкрутство. Механізм реалізації положень про банкрутство кредитних відносин є однією з головних умов реалізації кредитного забезпечення підприємств, він забезпечує процес відновлення засобів виробництва, а отже і безперервність виробництва.

Основною цілю будь якого банку є отримання максимального прибутку, а отже він зацікавлений у надійних клієнтах, які у короткий строк можуть забезпечити оборот великого обсягу кредитних ресурсів, повернути свій борг і сплатити відсотки за кредит. Але інтереси підприємств не завжди збігаються з інтересами банків, і тому банківські установи не завжди схильні кредитувати таких позичальників у зв'язку з високим ступенем ризику.

Банківські кредити, що використовуються на розширення виробництва і розвиток споживчого ринку, впливають не лише на поточну виробничу діяльність, але й на структурну та інвестиційну політику підприємств, визначаючи можливість економічного зростання. Використання підприємством банківського кредиту є не тільки розширення виробництва і розвиток споживчого ринку, а й мають вплив на структурну та інвестиційну політику підприємств, визначають можливості економічного зростання.

Кредитної політики банку спрямована на побудову та здійснення такої оптимальної політики, яка б пов'язувала економічні інтереси банку та клієнта і прийняття рішень щодо забезпечення найбільш ефективного руху фінансових коштів клієнта. Перехід до ринкової економіки, справляє позитивний вплив на розвиток комерційних відносин та на функціонування банківського кредиту в господарстві нашої країни. Основними завданнями кредитного процесу є:

- сприяння раціоналізації виробництва і збуту;
- збільшення обсягів необхідної на ринку продукції;
- отримання максимального прибутку при мінімальних витратах

До основних причин низького рівня кредитування реального сектора економіки слід віднести

- високі кредитні ризики та недосконалі методи їх оцінки
- низький рівень капіталізації більшості комерційних банків України
- низька кредитоспроможність особливо у частини підприємств-позичальників

зростання політичних і економічних ризиків, інфляція, що призводить до

уповільнення споживання та скорочення кількості платоспроможних позичальників.

недоліки внутрішньобанківської системи,

нерівномірність регіонального розвитку банківської системи;

жорстка міжбанківська конкуренція за відсутності значних різниць у відсоткових ставках по депозитах та кредитах, що приводить до скорочення маржі

Зважаючи на наведене вище причин низького рівня кредитування, можна запропонувати наступні напрями підвищення ефективності кредитної політики:

регулярний аналіз стану кредитних відносин з кожним позичальником, що полягає в оцінці змін кредитоспроможності клієнта та визначенні необхідних заходів у разі виникнення проблем, (зокрема зміни умов видачі нових кредитів, обмеження подальшого кредитування)

пошук нових інноваційних шляхів зміцнення посилення контролю за кредитними ризиками;

удосконалення кредитних технологій, особливо для позичальників–фізичних осіб, орієнтація на зрозумілі споживачу кредитні продукти,

страхування від збитків на випадок невиконання вимог як один із чинників вдосконалення управління кредитним портфелем

застосування заходів щодо стимулювання довгострокового кредитування банками суб'єктів підприємницької діяльності;

оптимізація процентної політики банку до кредитування підприємств малого та середнього бізнесу;

створення належної інфраструктури кредитного ринку та розробка відповідних правових документів щодо захисту прав кредиторів;

Отже, у економічних взаємовідносинах між банком та підприємством виявлено проблеми у концентрації капіталу у банках, низький рівень капіталізації банків та низьку кредитоспроможність підприємств. Банківська діяльність повинна базуватися на таких основних засадах, як оптимізація процентної політики, диференціація підходів до прийняття відповідних рішень щодо кожного окремого клієнта та розширення спектра банківських кредитних продуктів. Ефективна реалізація механізму кредитного забезпечення суб'єктів підприємницької діяльності забезпечить структурні зрушення у процесах розширеного відтворення, насичення вітчизняного ринку високоякісними товарами та послугами і в майбутньому перехід на інноваційну модель розвитку економіки

Література

1. Аналітичний огляд банківської системи України за результатами 2016 року. URL: http://nirik.com.ua/documents/research/bank_system_4_kv_2016.pdf.

2. Грибкова С. М., Білоус Д. С. Удосконалення методики оцінювання надійності клієнтів при наданні їм товарного кредиту. *Економічний вісник Донбасу*. 2018. 2(52). С. 102-107.

3. Михайляк Г. В., Михайляк І. В. Кредитна політика банків та шляхи її оптимізації. *Причорноморські економічні студії*. Випуск № 27. 2018. С. 103- 106. URL: http://bse.in.ua/journals/2018/27_2_2018/20.pdf

СПЕКУЛЯТИВНІ ОПЕРАЦІЇ НА ВАЛЮТНИХ РИНКАХ

Григор'єва Олександра Павлівна, студентка 2 курсу

спеціальності 292 «Міжнародні економічні відносини»

Національний університет «Львівська політехніка»

Науковий керівник: к.е.н., Лакіза Вікторія Володимирівна

доцент кафедри менеджменту і міжнародного підприємництва ІНЕМ НУЛП

На сьогоднішній день актуальним завданням є дослідження спекулятивних операцій на валютних ринках, а саме як відбувається процес торгівлі на основі руху ринкової ціни товару; як спекулянт розраховує прибуток від інвестицій і що є головною причиною такого успіху – професіоналізм чи везіння. І завершальним етапом дослідження даної теми будуть наведені приклади.

Спекулятивні операції на валютних ринках означають акт проведення фінансової операції.

Зазвичай спекулянти купують валюту, коли вона слабка, а продають, коли вона сильна. Якщо в майбутньому очікується збільшення спотового курсу валюти, то спекулянт купує вперед і продає «на місці» куплену ним валюту. А якщо спекулянт передбачає падіння валютного курсу, то він «продає вперед» за поточним курсом і купує спот [1].

Як правило, спекуляція має як стабілізуючий, так і дестабілізуючий вплив на валютний курс.

Таким прикладом може слугувати, коли спекулянт купує дешеву валюту, а продає, коли вона дорога.

А отже, такий ефект є стабілізуючий на валютний курс.

Спекуляція дестабілізує, якщо спотовий та форвардний ринки рухаються в одному напрямку, а не в протилежних. У загальному вигляді, якщо спекуляція виштовхує обмінний курс за межі або нижче форми критичного рівня, коли повернення неможливе або не вигідне. Тому такий вплив є дестабілізуючим [2].

Для сприяння міжнародній торгівлі необхідні певні спекуляції валютою. Візьмемо, наприклад, виробника автомобілів у Німеччині, який експортує автомобілі до США. Американський імпортер німецьких автомобілів оплачує рахунок у доларах США, німецький експортер отримує американську валюту. Але експортер повинен платити своїм працівникам та постачальникам у німецькій валюті, а отже, він повинен обміняти американську валюту на німецьку. Торговці валютою можуть заробляти гроші, просто будучи посередниками в цьому процесі, купуючи долари США та стягуючи комісію за транзакції. Але багато з них також виступають спекулянтами, сподіваючись, що в майбутньому вони зможуть отримати прибуток від продажу доларів за вищою ціною.

Ще одна операція, для якої необхідна валютна спекуляція – це так звані прямі іноземні інвестиції. Вони виникають, коли жителі однієї країни купують або створюють виробничі потужності в іншій країні. До прикладу прямих іноземних інвестицій в США входять такі компанії, як: «Sony» в Голлівуді, «Mercedes Benz» в Алабамі. Якщо іноземна компанія хоче побудувати в них завод, їм потрібно обміняти свою іноземну валюту на долари США. Знову ж

таки, їм потрібно знайти валютних спекулянтів, які купуватимуть сні, або французькі франки так, як ці валюти можуть набути значної ваги.

Сума валютних операцій, які безпосередньо пов'язані з торгівлею та інвестиціями, вважається «первинним біржовим ринком», оскільки вона пов'язана з обміном реальних товарів та послуг.

Більшість валютних операцій відбувається на вторинному або спекулятивному ринку, через який у п'ять разів переходить більше грошей, ніж на первинному. Функціонування вторинних ринків забезпечує ліквідність на первинних ринках. А це означає, що спекуляція необхідна імпортерам, експортерам та інвесторам. Чим більше валютних спекулянтів бере участь у вторинному ринку, тим простіше трейдерам та інвесторам купувати та продавати іноземну валюту, коли це потрібно. Отже, «підвищена ліквідність» означає легший доступ до іноземних валют, оскільки для таких валют існує більший ринок.

Отже, спекулятивні операції можуть порушити міжнародну торгівлю та економічний розвиток. Спекулянти валют беруть участь у «грі в здогади» щодо того, чи зросте валюта чи знеціниться. Щоб мінімізувати свій ризик, спекулянти використовують стратегії. До них входить збір інформації, стеження за діями інших спекулянтів та використання ринків «форвардного обміну». Усі ці стратегії можуть включати здогади або пророцтва, що призводять до фінансових потрясінь, і можуть заважати урядам здійснювати гуманну економічну політику[3]. Тому головним чинником успіху є високий професіоналізм, а не везіння.

Література

1. Спекуляція. *Investopedia*. [online] – Доступно: <https://www.investopedia.com/terms/s/speculation.> ;
2. «Спекуляція» на валютному ринку. *Business jargons* [online] – Доступно: <https://businessjargons.com/speculation-in-foreign-exchange-market.html>
3. Веллер, К. Спекуляція валютою. *Dollars@sense* [online] – Доступно: <http://www.dollarsandsense.org/archives/1998/0598weller.html>

ДЕЯКІ АСПЕКТИ ФІНАНСОВОГО МЕХАНІЗМУ КРЕДИТНО-ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

*Алексєєнко Максим Дмитрович, доктор економічних наук, професор,
професор кафедри банківської справи*

Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана

Актуальною є розробка концептуального й практичного підходів до формування фінансового механізму кредитно-інвестиційної діяльності з урахуванням сучасних монетарних процесів, що відповідають програмам розвитку банківських установ, а також концепціям релазациї грошово-кредитної політики відповідно до відтворювальних процесів з урахуванням макроекономічної динаміки розвитку держави [1; 2; 3, с. 283-287; 4, с. 171-179; 5]. Важасмо, що фінансовий механізм кредитно-інвестиційної діяльності

банківських установ доцільно розглядати як засіб реалізації фінансових відносин та прийняття фінансових рішень щодо формування та використання кредитно-інвестиційних ресурсів банками.

Сучасна стратегія модернізації фінансового механізму кредитно-інвестиційної діяльності банківських установ має бути спрямована, по-перше, на формування ефективної, збалансованої структури попиту і пропозиції для забезпечення кредитно-інвестиційної діяльності, реальної доступності для більшості учасників. По-друге, адаптивність застосування різноманітних моделей (модель, заснована на сек'юритизації активів; модель універсального банку; модель контрактних заощаджень), що сприятиме розвитку організаційно-технологічних особливостей кредитно-інвестиційної діяльності банківських установ з урахуванням типів банків, методів залучення необхідних банківських ресурсів. Також доцільно враховувати основні характеристики моделей, фактори впливу, ризики і витрати. Застосування різноманітних моделей сприятиме розширенню сфери мікрофінансування, агрофінансування, фінансування житла, фінансування «зеленої» енергетики, мобільного банкінгу, страхування [1].

Особливої уваги заслуговують фактори впливу на фінансовий механізм кредитно-інвестиційної діяльності, наявність ризиків та знаходження ефективних методів їхнього зниження. До важливих факторів впливу на кредитно-інвестиційну діяльність доцільно віднести такі:

1. Динаміка розвитку національної економіки (рівень ВВП, рівень інфляції, стійкість національної валюти). У 2020 році інфляція продовжувала поступово прискорюватися, хоча й перебуває нижче цільового діапазону $5\% \pm 1$ в. п., зокрема у червні вона збільшилася до 2,4%. Прискорення інфляції зумовлено впливом низки факторів як зовнішнього, так і внутрішнього походження: м'якою монетарною та фіскальною політикою, які послаблюють негативні ефекти COVID-19 та підтримують споживчий попит і ділову активність; подорожчання енергоносіїв відобразилося на цінах.

Проте в 2021 році інфляція може зрости ближче до верхньої межі цільового діапазону $5\% \pm 1$ в. п. [5]. Для збереження довіри до монетарної політики НБУ з високою ймовірністю буде змушений перейти до більш стриманої монетарної політики для повернення споживчої інфляції до цільового діапазону. В наступні роки НБУ буде приймати рішення щодо облікової ставки залежно від реалізації проінфляційних ризиків, зміни соціальних стандартів та темпів відновлення економіки.

2. Показники розвитку банківської системи (рівень капіталізації банків; дані про банки, що були платоспроможними на звітну дату; дані банків з урахуванням їх філій; інформація про клієнтів). У 2020 році на банківському ринку були відчутними наслідки пандемії та запроваджених карантинних заходів через скорочення кредитного портфеля та зниження прибутковості банківських установ. У II кварталі 2020 року портфель чистих кредитів бізнесу (портфель без урахування резервів) скоротився за квартал на 6,3% у гривні та на 3,6% у іноземній валюті у доларовому еквіваленті; портфель чистих кредитів населенню зменшився на 5% за квартал (-4,4% за квітень) вперше з початку 2017 року.

Також скорочувалася частка непрацюючих кредитів, зокрема в державних банках, унаслідок списань; рівень покриття непрацюючих кредитів резервами зріс за квартал на 1. 2 в. п. до 96,8% [5]. Ключовим чинником такого скорочення було формування банками резервів за одночасного скорочення попиту на кредити внаслідок погіршення споживчих настроїв в суспільстві.

3. Співпраця і інтегрованість вітчизняної банківської системи. Для розширення доступу до кредитів та популяризації електронних платежів громадян та малого бізнесу Національний банк України та Міжнародна фінансова корпорація (IFC) підписали Меморандум про взаєморозуміння з метою здійснення спільних зусиль із підвищення фінансової інклюзії в Україні.

Голова НБУ вважає, що повільний вихід із кризи, зумовленої COVID-19, інших країн, зокрема торговельних партнерів, обмежує можливості пришвидшення відновлення економіки України [5]. В Україні ключовим відповідно до Меморандуму про економічну та фінансову політику є продовження співпраці з Міжнародним валютним фондом. Фінансування від МВФ та інших офіційних міжнародних партнерів допоможе наростити міжнародні резерви України (у 2020 році вони зростуть до близько 30 млрд дол. США, а в наступні роки – до 32-33 млрд дол. США).

Також варто враховувати інфляційну динаміку. Ризики для інфляційного прогнозу посилилися і поєдналися з високою невизначеністю, тому інфляційні очікування демонструють змішані тенденції і можуть погіршитися з огляду на посилення девальваційного тиску. Зауважимо, що НБУ вимагає належної оцінки ризиків учасниками ринку і вже в 2021 році проаналізує якість проведених реструктуризації для боржників.

В умовах нової економічної реальності формується новітня якість взаємодії національної грошової системи із фінансовими та платіжними системами з метою пошуку оптимальних інструментів і методів монетарного регулювання економіки. Збереження облікової ставки на рівні 6% сприятиме збереженню НБУ достатнього простору для монетарного стимулювання, надання економіці додаткового імпульсу для зростання у випадку повільнішого відновлення інвестиційного та споживчого попиту.

Перспективними подальшими розвідками є запровадження нових фінансових продуктів для корпорацій, малого бізнесу та громадян; розширення доступу до рахунків та кредитів у фінансових установах; доступність та якість фінансових послуг, а також забезпечення захисту прав споживачів фінансових послуг у процесі кредитно-інвестиційної діяльності банків.

Література

1. *Стратегія розвитку фінтеху в Україні до 2025 року – курс на сталий розвиток інновацій, кешлес та фінансову грамотність.* URL: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/strategiya-rozvitku-fintehu-v-ukrayini-do-2025-roku--kurs-na-staliy-rozvitok-innovatsiy-keshles-ta-finansovu-gramotnist> (дата звернення: 09.12.2020).

2. *Tobias Adrian, Fabio Natalucci. Financial Conditions Have Eased, but Insolvencies Loom Large.* June 25, 2020. URL: <https://blogs.imf.org/2020/06/25/financial-conditions-have-eased-but-insolvencies-loom-large/> (дата звернення: 09.12.2020).

3. *Марченко О. В., Золотулуп Ю. М. Оцінка кредитно-інвестиційної діяльності банку.* *Young Scientist.* 2017. № 2 (42). С. 283-287.

4. Метеленко Н. Г., Шульга О. П. Концептуалізація поняття «фінансовий механізм». Причорноморські економічні студії. 2016. Вип. 10. С. 171-179.

5. Виступ Голови Національного банку Кирила Шевченка під час пресбрифінгу щодо рішень з монетарної політики. URL: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/vistup-golovni-natsionalnogo-banku-kirila-shevchenka-pid-chas-presbrifingu-schodo-rishen-z-monetarnoyi-politiki> (дата звернення: 09.12.2020).

ОСОБЛИВОСТІ МОДЕЛЮВАННЯ В УПРАВЛІННІ КРЕДИТНИМИ РИЗИКАМИ

*Гурська Тамара Вікторівна, студентка 5 курсу
Черкаського національного Університету імені Б. Хмельницького
Науковий керівник: Гадецька З. М. доцент, к. т. н.*

Існують ризики у всіх сферах діяльності. Система банківських ризиків охоплює багато їх видів, які представлені в різних класифікаціях. Найбільш важливим банківським ризиком є кредитний ризик.

Кредитний ризик – це ризик неповернення або несвоєчасного погашення кредиту. Банки повинні оцінювати і управляти ризиками, пов'язаними з основними банківськими продуктами (представленими у вигляді кредитів) [2, с. 35]. На рівень кредитного ризику впливають макроекономічні і мікроекономічні фактори. Ефективна система управління кредитним ризиком особливо важлива в умовах фінансової кризи, високої конкуренції і недосконалості банківського законодавства [1, с. 130].

Основними причинами виникнення ризиків є наступні:

- Зниження (або збиток) кредитоспроможності позичальника, проявляється у вигляді кризи грошових потоків, який може привести до зниження ліквідності банку;

- погіршенням ділової репутації позичальника.

Існує три основних види кредитного ризику:

- особистий ризик;
- бізнес-ризик;
- суверенний ризик.

Через потенційно небезпечних наслідків кредитного ризику необхідно аналізувати здатність оцінювати, управляти, контролювати, здійснювати і погашати кредити, аванси, гарантії та інші кредитні інструменти. Загальний опис управління ризиками включає в себе аналіз і практику банку. Даний аналіз повинен визначити адекватність фінансової інформації, отриманої від позичальника, яка була використана банком для прийняття рішення за наданням кредитом.

Розгляд функцій управління кредитним ризиком здійснюється у відповідності з наступним планом:

- Управління кредитним портфелем.
- Кредитна функція і операції.
- Якість кредитного портфеля.

- неопераційна кредитний портфель.
- Політика управління ризиками.
- Політика обмеження кредитного ризику.
- Класифікація активів.
- Політика щодо резервів на можливі втрати по кредитах [2, с. 45].

Кредитний ризик є найбільш поширеною причиною банкрутства банку, а це означає, що все наглядові органи встановлюють стандарти, в тому числі в міжнародних угодах, для узгодження національних підходів до управління кредитним ризиком [4, р. 23].

В якості основи розумної кредитної політики слід брати до уваги такі фактори:

- Обмеження загальної суми кредиту, що видається.
- Концентрація кредиту.
- Розподіл за категоріями.
- Різноманітність кредитів.
- Умови надання кредитів.
- Процедури оцінки і т.д.

Основними методами активної політики управління банківськими ризиками є:

- Уникнення або ухилення від ризику (неможливо повністю уникнути ризику кредитних операцій, так як це призведе до того, що банки не видаватимуть кредити. Однак в деяких випадках можна уникнути кредитної заявки конкретного клієнта і таким чином уникнути потенційного ризику кредитної позиції).

- Зниження ризику шляхом: а) ранньої оцінки ризику (зниження ризику шляхом детального вивчення платежів клієнта); б) передачі ризику контрагенту; в) поділу ризику; г) оплати ризику.

- Робота з проблемними кредитами (прострочення платежу, один або кілька платежів) [3, с. 69].

Тому кредитні операції самі по собі є ризикованими, і тому їх управління повинна бути спрямована на їх зниження. Особливо важливо мати ефективну політику управління ризиками. Політика управління ризиками залежить від банку, але вона ґрунтується на встановлених стандартах і правилах.

Література

1. *Анализ банковских рисков. Система корпоративного управления финансовым риском / Х. Грюнинг, С. Б. Братанович ; пер. с англ. ; вступ. сл. д-ра экон. наук К.Р. Тагирбекова – М. : Изд-во «Весь Мир», 2007. – 304 с*

2. *Банковское дело : учебник / под ред. Г. Белоглазовой, Л. Кроливецкой. – 2-е изд. – СПб. : Питер, 2008. – 400 с.*

3. *Банковские риски : учебное пособие / под ред. д-ра экон. наук, проф. О.И. Лаврушина, д-ра экон. наук, проф. Н. И. Валенцевой. – М. : Кнорус, 2007. – 232 с*

4. *Управление кредитными рисками : учебное пособие / В.В. Жариков, М.В. Жарикова, А. И. Евсейчев. – Тамбов : Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2009. – 244 с. – 400 экз.*

РАЗВИТИЕ БАНКОВСКОГО СЕКТОРА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ (НА ПРИМЕРЕ ОАО «БЕЛАГРОПРОМБАНК»)

*Кириленкова Кристина Дмитриевна, студентка 4 курса
Специальности «Мировая экономика»*

*Гомельский государственный университет им. Ф. Скорины, Беларусь
Научный руководитель: преподаватель-стажёр Казарян Арман Геворгович
Преподаватель кафедры экономической теории и мировой экономики*

ОАО «Белагропромбанк» является юридическим лицом, имеет в собственности обособленное имущество, несет самостоятельную ответственность по своим обязательствам, может от своего имени приобретать и осуществлять имуществовые и личные неимущественные права, исполнять обязанности, быть истцом и ответчиком в суде[1].

Основными целями деятельности ОАО «Белагропромбанк» являются:

- развитие товарно-денежных и рыночных отношений путем предоставления клиентам ОАО «Белагропромбанк» всего комплекса банковских услуг;
- активное содействие ускорению научно-технического прогресса путем инвестиций, в том числе в передовую науку и наукоемкие отрасли;
- экономическое и национальное возрождение Республики Беларусь, а также содействие развитию социальной сферы путем финансирования и кредитования нетрадиционных объектов в сфере культуры, экологии, спорта и других;
- содействие международному экономическому сотрудничеству и самой широкой интеграции капиталов;
- поощрение и поддержка частной инициативы и предпринимательства;
- организация и развитие предприятий по выпуску товаров народного потребления с помощью новейших технологий;
- получение оптимального размера.

Управление ОАО «Белагропромбанк» осуществляет:

- Общее собрание акционеров;
- Наблюдательный совет;
- Правление [2].

На 1 марта 2019 г. в Республике Беларусь зарегистрировано 28 банков, из них 4 банка находятся в стадии банкротства или ликвидации (ЗАО «Дельта Банк», ЗАО «БИТ-Банк», ЗАО «Евробанк» и ЗАО «Н. Е. Б. Банк»), и 3 небанковские кредитно-финансовые организации (далее – НКФО) (АО «Небанковская кредитно-финансовая организация «ИНКАСС. ЭКСПЕРТ», ОАО «Небанковская кредитно-финансовая организация «ЕРИП», ОАО «Небанковская кредитно-финансовая организация «Хоум Кредит») [3]. Количество банков и небанковских кредитно-финансовых организаций с иностранным участием в уставном капитале составило 19, при этом в 14 банках доля участия иностранных инвесторов в уставном фонде превышала 50%. Совокупный зарегистрированный уставный фонд действующих банков на 1 марта 2019 г. составил 5482,5 млн. бел. руб. Активы банков на 1 марта 2019 г.

составили 74 295,2 млн. бел. руб., доля активов в иностранной валюте на 1 марта 2019 г. – 53, 7%.

На территории республики открыто около 40 филиалов (АСБ «Беларусбанк», ОАО «Белагропромбанк»), 8 представительств за рубежом. В республике действуют 20 банков и НКФО с иностранным участием в уставном капитале, в т. ч. 4 банка со 100%-ным иностранным участием, 10 – с иностранным участием свыше 50%. Анализ динамики количества действующих в 2010-2018 годах в Республике Беларусь банков показывает, что, начиная с 2012 года, а потом с 2015 года, отмечается сокращение их количества, что обусловлено ухудшением макроэкономической ситуации в целом. В результате сложившейся ситуации выбывают слабые неконкурентоспособные игроки банковской сферы, что приводит к естественному ее оздоровлению.

На 1 марта 2019 г. крупнейшие банки в республике распределились поровну среди государственных (ОАО «АСБ Беларусбанк», ОАО «Белагропромбанк» и ОАО «Белинвестбанк») и иностранных банков (ОАО «БПС-Сбербанк», ОАО «Банк БелВЭБ» и ОАО «Белгазпромбанк»), среди средних и малых преобладают иностранные банки – 50% и 66, 7% соответственно. Основной капитал сконцентрирован у государственных банков, реализующих свою политику в соответствии с государственными интересами.

Зарегистрированный уставный капитал действующих банков на 1 декабря 2017 г. составил 5181 млн. бел. руб., увеличившись с 1 января 2017 г. на 461 млн. бел. руб. (на 1 января 2017 г. – 4719,7 млн. бел. руб.). На 1 января 2019 г. уставный капитал действующих 24 банков составил 5452,5 млн. бел. руб. (темпы прироста за два года составили 115,5%). На 1 октября 2017 г. свыше 75% уставного фонда всего банковского сектора приходится на 2 крупнейших государственных банка: ОАО «АСБ Беларусбанк» (51,3%) и ОАО «Белагропромбанк» (23,8%).

На 1 декабря 2017 г. уставные фонды действующих банков республики соответствуют установленным требованиям Нацбанка, из них уставный фонд 13 из 24 банков (54,2%) не превышает 50 млн. бел. руб., 6 банков (25%) – на уровне 50-100 млн. бел. руб., 5 банков (20,8%) – свыше 100 млн. бел. руб. В 2017 году доля ОАО «Белагропромбанк» увеличилась по сравнению с началом года на 8,6%, или на 530,4 млн. бел. руб., что связано с принятием Указа Президента Республики Беларусь от 11 мая 2017 г. № 155 «Об открытых акционерных обществах «Белагропромбанк» и «Агентство по управлению активами», направленного на создание условий для устойчивого функционирования указанного банка. В результате реализации норм данного Указа доля Республики Беларусь в уставном фонде ОАО «Белагропромбанк» составила 91,3% (ранее – 86, 4%). Государственные банки преобладают в банковской системе Республики Беларусь, их активы колебались с 63, 79% (01.01.2014) до 76,33% (01.04.2008).

В свою очередь, рост прибыли банковского сектора за последние годы оказал положительное влияние на повышение показателей эффективности деятельности банковского сектора, что выразилось в увеличении рентабельности активов (с 1,05% за 2015 г. до 1,77% на начало 2019 г.) банковского сектора [4].

По мнению западных банковских аналитиков, оптимальное значение рентабельности активов должно находиться в пределах 1-4%.

Таким образом, рентабельность активов банков Республики Беларусь, в том числе ОАО «Белагропромбанк», находится в диапазоне своего оптимального значения, что говорит об эффективном использовании ими имеющихся ресурсов.

Литература

1 Деятельность ОАО «Белагропромбанк». URL: <https://www.belapb.by/rus/about/bank-activity/> (дата обращения: 02.07.2020).

2 Международное сотрудничество ОАО «Белагропромбанк». URL: https://www.belapb.by/rus/about/bank-activity/international_cooperation/ (дата обращения: 02.07.2020).

3 Перспективы, работа и хорошие эмоции. Белагропромбанк провел конференцию по агроэкотуризму. URL: <https://infobank.by/infolinebigview/perspektivy-rabota-i-xoroshie-emosii-belagroprombank-provel-konferenciyu-po-agroekoturizmu/> (дата обращения: 02.07.2020).

РОЗВИТОК ТА ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ БАНКІВСЬКИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ

Андрійчук Андрій Валентинович, студент 3 курсу

спеціальності 072 «Фінанси, банківська справа та страхування»

Відокремленого структурного підрозділу «Уманський фаховий коледж технологій та бізнесу Уманського національного університету садівництва»

Науковий керівник: к.е.н. Деркач Тетяна Анатоліївна

завідувач економічним відділенням

В сучасних умовах одним з ключових пріоритетів розвитку національної економіки України і забезпечення її конкурентоспроможності є її інноваційний вектор. Саме з цих державницьких позицій визначена мета «Стратегії розвитку сфери інноваційної діяльності на період до 2030 року», яка «полягає у розбудові національної інноваційної екосистеми для забезпечення швидкого та якісного перетворення креативних ідей в інноваційні продукти та послуги, підвищення рівня інноваційності національної економіки, що передбачає створення сприятливих умов для розвитку інноваційної сфери, збільшення кількості впроваджуваних розробок, підвищення економічної віддачі від них, залучення інвестицій в інноваційну діяльність» [5]

Саме тому основним завданням сучасного етапу розвитку банківського сектору є підвищення якості банківської діяльності, що передбачає розширення асортименту продуктів і послуг, поліпшення їх якості та вдосконалення технологій і методів обслуговування клієнтів. Таким чином, інноваційний розвиток банківської системи є пріоритетним напрямом модернізації не лише діяльності вітчизняних банків, а й економіки в цілому.

Банківські інновації розглядаються науковцями як «кінцевий результат інноваційної діяльності в банківській сфері, який отримав втілення у вигляді якісного нового або удосконаленого продукту чи послуги, реалізованих на ринку, або нового удосконаленого технологічного процесу, що використовується

в банківській діяльності, в результаті чого покращується задоволення потреб клієнтів, зростає конкурентоспроможність та ефективність діяльності і відбувається розвиток банку на інноваційних засадах». [4]

На нашу думку головною метою створення і запровадження інновацій у банківській сфері є перспектива збільшення обсягів прибутку. З огляду на особливості банківського бізнесу та значну конкуренцію, проблема розвитку інноваційної діяльності стала особливо актуальною. Для забезпечення ефективності та очікуваної результативності роботи банків необхідно покращувати не лише технології, послуги та продукти, а й способи організації діяльності банків, комунікації з клієнтами, просування продуктів та ін. На сьогоднішній час серед інновацій в банківській діяльності найбільш поширеними є [3]:

1) Безконтактні розрахунки. Здійснюються шляхом прикладання банківської картки до терміналу або банкомату. Переважна більшість українських торгових мереж проводять такі розрахунки за допомогою технології PayPass.

2) Ідентифікація за допомогою біометричних технологій, які дають змогу клієнту одержати доступ до рахунку за допомогою відбитка долоні або пальця, що прикладають до спеціального сканера або методом порівняння розташування очей користувача з його фотографією в паспорті.

3) Технологія блокчейн. Це база даних, у якій немає єдиного центру управління, тобто усі процеси, які проходять в ній здійснюються без контролю вищого керівництва.

4) Бездротові платежі. Реалізуються шляхом технології NFC. За своєю суттю це модифікація радіозв'язку на над коротких дистанціях, яка дає змогу виконувати розрахунки в магазинах і терміналах за допомогою смартфона.

5) Система Інтернет банкінг. Це онлайн платформи, які пропонують споживачам великий спектр послуг: від перевірки залишків за рахунками і грошових переказів до оформлення депозиту і конвертації валюти з постійною доступністю 24 години на добу 7 днів на тиждень. Лідером на українському ринку таких послуг вважається система Приват24.

6) Консультування клієнтів за допомогою таких онлайн ресурсів, як WeChat, Facebook Messenger, GoogleHangouts та інші. Також одним із нововведень в банківській діяльності є змога отримання позикових коштів та оформлення кредиту за допомогою терміналу та SMSзапиту.

7) Технологія віртуальних інтернет-банків, які за функціональними можливостями не поступаються традиційним банківським організаціями. AllyBank, DiscoverBank і First Internet Bank – це світові банки, які на даний час застосовують методику віртуальних банків. В Україні на даний час єдиним віртуальним банком є MonoBank.

Найбільш цікавими та перспективними банківськими інноваціями, які могли б бути започатковані в Україні є: депозитний проект SmartyPig від WestBank (Великобританія), який побудований за принципом соціальної мережі, де треба зареєструватися, виставити цілі, на які призначено вклад, запросити

друзів; проект Keep the change від Bank of America, згідно з яким банк у процесі покупки округлює суму, а різницю залишає клієнту на окремому ощадному рахунку; IBC Bank (Канада), що пропонує своїм клієнтам нову кредитну карту – “Кобренд” у співробітництві з відомою мережею ресторанів Tim Hortons. При здійсненні покупки або оплати рахунку в ресторані клієнт обирає потрібну йому кнопку і проводить платіж; сервіс P2P-перекази через мобільний телефон, який представлений на ринку банківських послуг як Oboray, Hal-Cash от Bankinter, POPmoney от PNCBank. [1]

В основі ефективної діяльності банківського сектору в сучасних умовах лежить не вміння банків адаптуватися до змін у навколишньому середовищі, а інтенсивність створення та запровадження ними інноваційних технологій в свою діяльність. Інновації сприяють модернізації вітчизняного банківського середовища, дають змогу оптимізувати бізнес-процеси та фінансові потоки, формують нове бачення та розуміння сучасних потреб клієнтів у банківському обслуговуванні. В результаті банки отримують підвищення довгострокової ефективності та фінансової стійкості бізнесу, зростання їх конкурентоспроможності та перспективний сталий розвиток на світовому фінансовому ринку.

Література

1. Золотарьова О. В. Інноваційні банківські продукти та специфіка їх впровадження в Україні [Електронний ресурс] / О. В. Золотарьова, А. А. Чекал // Науковий вісник Херсонського державного університету. – 2016. – Вип. 16. Ч. 1. – С. 112–115. URL : http://www.ej.kherson.ua/journal/economic_16/1/29.pdf
2. Інноваційні банківські технології та сучасні форми грошей: матеріали наук.-практ. конф. студ. аспір. і молод. учених. Київ, 05 квітня 2018 р. / [С. М. Аржевітін, І.Б. Охрименко, Н. В. Циганова]. – К. : КНЕУ, 2018. – 98 с.
3. Кузнєцова М. А., Гуйгова Ю. І. Розвиток та впровадження інноваційних банківських послуг в Україні. // Ефективна економіка. 2020. № 8. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=8088> (дата звернення: 03. 12. 2020).
4. Карчева І. Я. Теоретичні та практичні аспекти забезпечення ефективності інноваційної діяльності банків / І. Я. Карчева // Бізнес Інформ. – 2014. – № 6. – С. 343–347.
5. Стратегія розвитку сфери інноваційної діяльності на період до 2030 року у редакції, схваленій розпорядженням Кабінету Міністрів України від 127 [Електронний ресурс] // Збірник наукових праць Університету державної фіскальної служби України. – Випуск 2. 2019. № 526-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/526-2019-%D1%80>.

ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЯ В БЮДЖЕТНІЙ СФЕРІ УКРАЇНИ

*Луценко Наталія Петрівна, студентка 4 курсу
спеціальності «Фінанси, банківська справа та страхування»
Східноєвропейського університету імені Рауфа Аблязова
Науковий керівник – к.е.н., доцент Сукач Олена Миколаївна*

Суспільні та політичні зміни, які супроводжуються глобалізацією фінансів, зумовлюють побудову кардинально нового механізму державного управління. Ефективність використання обмежених бюджетних ресурсів, досягнення сталого

економічного розвитку країни потребують впровадження заходів спрямованих на подальше реформування бюджетної системи України.

Основною регіонального розвитку значної частини європейських країн є принцип децентралізації, що передбачає перерозподіл повноважень між різними рівнями влади та ефективність надання суспільних благ та послуг.

Децентралізація має, як переваги так і недоліки, що виникають у процесі порівняння суспільних витрат та вигод.

Децентралізація – це передача значних повноважень та бюджетів від державних органів, органам місцевого самоврядування. Метою такого перерозподілу є надання більших повноважень тим органам, що ближче до людей, де такі повноваження можна реалізовувати найбільш успішно [1].

Конститутивними засадами бюджетної децентралізації є створення більшого зв'язку між системою управління й населенням, що потребує зміцнення фінансової системи місцевих органів влади, які набувають нових повноважень щодо сприяння регіональному розвитку.

В європейських країнах зміст бюджетної децентралізації розкривають через:

процесування та організаційну самостійність, що передбачає самостійне формування, затвердження та виконання планів, кошторисів, бюджетів, а також здійснення контролю за ними та формування звітності;

децентралізацію влади – надання місцевому самоврядуванню фінансових ресурсів на виконання власних повноважень: завдань та функцій;

децентралізацію доходів – закріплення за місцевими органами влади переліку власних доходів достатніх для фінансування власних повноважень [2].

Децентралізація супроводжується підвищенням продуктивності бюджетної системи. В умовах децентралізації фінансування власних повноважень місцевих органів влади відбувається за рахунок власних коштів. Відтак, значна увага має приділятися стимулюванню ділової активності адміністративно-територіальній одиниці, що дозволить збільшити обсяги національного продукту, і як наслідок наповнення бюджету. З метою залучення додаткових коштів та визначення додаткових джерел, доцільним є підвищення комерційної активності місцевих органів влади, у межах чинного законодавства.

Серед існуючих проблем реалізації принципів бюджетної децентралізації варто виокремити відсутність механізму перерозподілу бюджетних функціональних повноважень між органами державної та місцевої влади, і як наслідок, відсутність розподілу рівня відповідальності між ними. Так, сучасна практика демонструє передачу повноважень на місцевий рівень, але віднесення їх до компетенції органів місцевого самоврядування. Ключовою проблемою Відтак, доцільною є структуризація переліку власних та делегованих повноважень, що реалізуються органами місцевого самоврядування, а держава має зберегти лише контрольні функції на регіональному рівні.

Самостійність місцевої влади, з одного боку, сприятиме збільшенню стимулів оптимізації доходів у межах своєї компетенції. З іншого боку, відбуватиметься стимулювання щодо раціонального витрачання коштів та

накопиченого інфраструктурного потенціалу, адже наповнення бюджету значною часткою залежить від платників податків.

Література

1. Прес-центр ініціативи «Децентралізація влади». [Електронний ресурс]. URL: <http://decentralization.gov.ua/news/tag/match/byudzhet>.

2. Бориславська О., Заверуха І., Захарченко Е. та ін. Децентралізація публічної влади: досвід європейських країн та перспективи України// Швейцарсько-Вукраїнський проект "Підтримка децентралізації в Україні DESPRO. К. : ТОВ "Софія", 2012. 128 с.

3. Сукач О. М., Луценко Н. О. Бюджетна децентралізація в Україні: проблеми і перспективи. Вісник Східноєвропейського університету економіки і менеджменту : науковий журнал. № 2 (23). Черкаси: СУЕМ, 2017. С. 120–128.

ПРОДВИЖЕНИЕ ИНТЕРЕСОВ КАК ФОРМА ТЕНЕВЫХ РЕНТНЫХ ОТНОШЕНИЙ

Казарян Арман Геворгович, ассистент кафедры экономической теории и мировой экономики ГГУ им. Ф. Скорины

В настоящее время взаимодействие на взаимовыгодных условиях бизнеса и государства, направленное на достижение положительных результатов социально-экономической политики, возможно при соблюдении правовых актов, препятствующих деятельности индивидов, организаций за рамками закона. Институт лоббизма, широко развитый в развитых странах (о чем свидетельствуют научные работы, статьи в СМИ по этой теме), занимает важное место в отношениях власти и представителей предпринимательства.

Прежде всего, необходимо отметить, что лоббирование интересов – это процесс распространения идей и взглядов, с помощью воздействия на административные, властные структуры для достижения необходимого результата.

Независимо от интерпретации лоббизма, ему присущи некоторые черты, характеризующие особенности процесса продвижения определенных целей: закрытый тип взаимоотношений (отсутствие публикаций в СМИ, сетях Интернет о деятельности лоббистов); разделение на субъект (физическое лицо, профсоюзы, общественные объединения и общественные организации), объект (государственные структуры, местная администрация, различного уровня государственные органы), предмет (то, почему субъект лоббирует свои интересы) лоббирования; продвижение определенных идей для достижения конкретных намеченных целей; главная функция представителя услуг по продвижению интересов – посредничества между представителями социума и структурами власти, т.е. лоббизм позволяет представителям общества принимать косвенное «участие» в принятии решений местного и/или государственного уровня [1, с. 114].

Кроме легальных методов (например, выступление в государственных органах по определенной тематике, проведение социальных опросов, подготовка нормативных документов, проведение конференций, круглых столов, личные

встречи с чиновниками), существует также теневой лоббизм, представляющий собой средство достижения цели при нарушении законодательства. Например, личные встречи с представителями власти разрешены, например, в США, Канаде, Китае, но при соблюдении определенных условий (отчетности о проведенной беседе, о потраченных денежных средствах представителем лоббистской организации, подарках, если они были сделаны и др.). Стоит отметить, что несоблюдение одного условия может привести к коррупционному правонарушению.

Если проанализировать зарубежные страны по отношению к лоббизму, то их можно разделить на четыре категории: страны с развитым законодательством (Великобритания, США); государства, в которых законодательством регулируется какой-либо аспект деятельности (Франция); в некоторых государствах в настоящее время происходит процесс разработки законодательства в этой сфере (Италия, Российская Федерация, Республика Казахстан); группа стран, где не была сделана попытка законодательного регулирования лоббирования интересов (Украина).

Законодательство в отношении продвижения своих интересов в США получило свое начало в 1946 г. и обязывало предоставлять отчетность по всей экономической активности, операциями с денежными средствами, а также проходить процедуру регистрации субъектам. В конце XX века (1995 г.), предоставление отчетности переросло в систематическую процедуру, а санкции за невыполнение требований были ужесточены до лишения свободы. Активная работа лоббистских предприятий, согласно исследованию международной консалтинговой компании McKinsey, позволяет обеспечить предприятию по производству товарно-материальных ценной или предоставлению услуг 30% прибыли, а у банковских организаций этот показатель приближается к 50% [2].

В целом расходы организаций по лоббированию интересов в США на конец 2019 г. составляют 3, 51 млрд. долл. США (например, масштабы экспорта услуг в Республики Беларусь за 2019 г. составляют 9 млрд. долл. США). Другими словами, издержки экономических субъектов на продвижение своих идей в государственных органах на протяжении более 10 лет (рис. 1) превышают показатель в 3 млрд. долл. США [3].

Несовершенство законодательства, некорректность трактовки лоббирования интересов ведут к отождествлению понятий лоббизма и коррупции. Например, в законодательстве Республики Беларусь получение преимущества для себя и/или третьих лиц, предоставление выгоды и есть коррупция [4]. В некоторых проявлениях (например, проведение личных встреч представителей власти и бизнеса) лоббизм расценивается взяточничеством в Российской Федерации, Республике Казахстан, Республике Армении и Республике Кыргызстан.

В целях разграничения лоббизма и коррупции, стимулирования органов власти по предотвращению фактов лоббизма в странах ЕАЭС необходимо активизировать процесс совершенствования антикоррупционного законодательства в части лоббирования интересов и учесть опыт США:

закрепить в законодательстве предоставление систематической отчетности о деятельности лоббиста; прохождение обязательной регистрации лоббиста; введение периода, в течение которого работники государственного аппарата не могут заниматься лоббистскими услугами; разграничение разрешенных методов лоббизма/

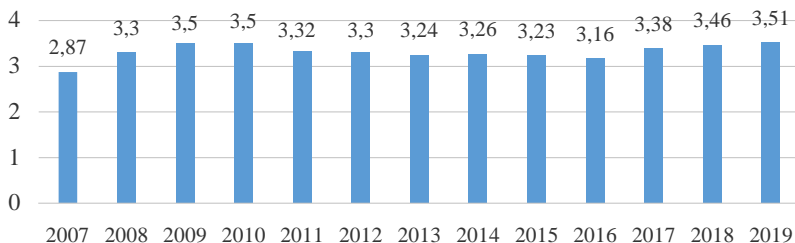


Рисунок 1 – Расходы на лоббирование интересов, млрд. долл. США

Таким образом, для повышения эффективности взаимодействия бизнеса и власти, необходимо прежде всего соблюдение «правил игры», закрепленных законодательством. В этой связи совершенствование законодательства о лоббировании интересов с использованием опыта зарубежных стран будет способствовать минимизации коррупционных правонарушений и противодействию различным группам давления.

Литература

1. Сучкова, А. А. Институционализация лоббистской деятельности в России как фактор повышения эффективности взаимодействия общества и государства // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия Социология. Политология. – 2018. – Т. 8 – №1. – С. 111–116.
2. organizing the government-affairs function for impact – URL: <http://www.mckinsey.com/business-functions/strategy-and-corporate-finance/our-insights/organizing-the-government-affairs-function-for-impact> (дата обращения: 11.12.2020).
3. Lobbying Data Summary. – URL: <https://www.opensecrets.org/federal-lobbying/summary> (дата обращения: 20.11.2020).
4. О борьбе с коррупцией. – URL: https://pravo.by/upload/docs/op/H11500305_1437598800.pdf (дата обращения: 23.11.2020).

ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ В ОБЛАСТИ ФИНАНСИРОВАНИЯ ОБРАЗОВАНИЯ

Морецкий Артем Юрьевич, Морецкая Алла Викторовна
Магистр экономики и управления учреждения образования
«Полесский государственный университет»

Система высшего образования в США является наиболее децентрализованной. Регулирующую роль в ней играет в значительной степени

общество, а не государство. Финансирование американских вузов осуществляется за счёт средств, получаемых из бюджетов федерального штата и местного, платы студентов за обучение и услуги, пожертвований организаций и отдельных лиц, процентов от накоплений со специальных фондов, созданных частными организациями и лицами.

В вузах Великобритании финансированием вузов занимается совет по финансированию высшей школы, подчиняющийся правительству страны. Этот же совет осуществляет оценку качества подготовки специалистов. При этом учитываются: трудоустройство выпускников, отзывы о качестве подготовки специалистов со стороны работодателей, результаты научной деятельности, организация и условия проведения учебного процесса, организация и результаты промежуточной аттестации, социальные условия проживания преподавателей и студентов, экономическое состояние вузов, качество административного управления вузом.

Из государственного бюджета расходы вузов покрываются на 80%, при этом размер субсидии зависит от того, в какой степени университет следует рекомендациям государственных органов, в частности Министерства образования и науки. Другим источником финансирования являются исследовательские советы, которые финансируют обучение и исследования, проводимые студентами и преподавателями. Поощряются исследования, совместные с предприятиями, и гранты из различных фондов, приносящие университету доход.

Правительство Германии намерено реформировать систему высшего образования, изменив его структуру и сформировав систему элитных университетов, которые могут конкурировать на мировой арене. В этих целях правительство намерено увеличить финансирование высшего образования с 2,5 до 3% федерального бюджета. В то же время программа реформ вызывает в обществе замешательство, поскольку главный упор делается на создании элитных университетов, в то время как решение основных проблем вузов осталось без внимания [46, с. 108].

В 1993 г. в Швеции была введена новая система финансирования высшего образования. В итоге высшие учебные заведения получили широкую автономию, в основе которой лежит принцип сопоставления целей работы высших учебных заведений и достигнутых ими результатов.

Источниками финансовой поддержки вузов являются:

- государственное бюджетное финансирование на учебную деятельность;
- государственное бюджетное финансирование исследовательской деятельности;
- финансовая оплата исследовательской деятельности со стороны компаний;
- поддержка грантами из различных фондов.

Финансирование учебной деятельности вузов осуществляет государство. При планировании деятельности вузу определяется общая сумма финансирования и минимально допустимое число дипломов, которое он должен

выдать в очередном году.

Предложение о финансировании вуза поступает от правительства. Средства поступают в виде единовременной выплаты. В эту сумму входит оплата труда, средства на содержание зданий, приобретение оборудования и инвентаря. 60% суммы рассчитывается на основе полученных студентами зачетных баллов, 40% – на основе числа обучающихся. Нормативы начисления предусматривают выделение 12 групп по областям образования. Особо выделяются педагогика, искусство, ряд областей, находящихся на стыке знаний.

Основой финансового взаимоотношения вуза и правительства (в лице Министерства образования) является Договор о целях образования, заключаемый на три года.

Системы высшего образования развитых стран имеют схожие черты, но, в тоже время, система, применяемая в одной стране, может быть неприемлема в другой ввиду различия менталитета, образа жизни населения, государственного устройства.

В процессе изучения опыта зарубежных стран в области образования можно сделать следующие выводы, что системы высшего образования развитых стран имеют схожие черты финансирования, но, в тоже время, система, применяемая в одной стране, может неприемлема в другой ввиду различия менталитета, образа жизни населения, государственного устройства.

Литература

1. Аكوва Е. С., Воронкова О. Н., Гаврилко Н. Н. *Мировая экономика и международные экономические отношения*. Ростов-на-Дону: «Феникс», 2000. 416 с.
2. Благирева Е. Н., Невзоров Б. П. *Задачи маркетинга образовательных услуг*. <http://www.aha.ru>
3. Весёлов Ю. А. *Профессиональное образование вне контекста рынка труда – нонсенс! // Высэйшая школа*. №2. 2003. с. 17-20.
4. Гатина Г. Ф., Мерзликин В. А., Щужина Н. Н. *Мировая экономика: Учебник*. М. : ИНФРА-М – Пермь: Перм. гос. техн. ун-т, 2001. 384 с.

ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ ТРАНСФЕРА ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В НАУЧНО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ СФЕРЕ

Сазонова Виктория Михайловна, аспирант 1 года очного обучения, специальности 08.00.01 «Экономическая экономика» учреждения образования «Гомельский государственный университет имени Франциска Скорины», г. Гомель, РБ

Научный руководитель: д. э. н., профессор Сорвилов Борис Владимирович, профессор кафедры экономической теории и мировой экономики

Трансфер инновационных технологий представляет собой важнейший инструмент, способствующий движению экономики страны в области развития инноваций. Прежде всего, передача научно-технических знаний и опыта в производство напрямую влияет на уровень развития наукоемких отраслей.

Исследование зарубежного опыта трансфера инновационных технологий в научно-образовательной сфере показывает значительную долю участия в этом

процессе со стороны правительств тех стран, которые являются лидерами в данной области. Например, в США и Финляндии трансфер инновационных технологий является обязательным направлением деятельности организации наряду с научно-исследовательской и образовательной. Одним из способов, обеспечивающих сотрудничество науки и бизнеса на пути к внедрению идей и разработок в производство, стало создание разнообразных центров, бюро, агентств трансфера технологий.

Подобные центры впервые появились в Европе и США в 40-50 годах 20 века. Целью этих центров была коммерциализация научно-исследовательских разработок и технологий, которые изначально задумывались, как военные. В процессе работы таких центров военные технологии нашли свое применение в виде новой продукции гражданского назначения. Организации подобные по своей структуре и назначению стали появляться повсеместно, особенно в 80-90х годах прошлого века. Причиной этому стало принятие во многих странах законов, благодаря которым университеты смогли получить права на свои разработки, созданные за счет бюджетных средств. Первыми являются США, затем Япония, Франция и пр.

Современные зарубежные университеты создают в своей структуре специальные отделы, которые занимаются коммерциализацией разработок. Это центры трансфера технологий, центры коммерциализации результатов научно-технической деятельности и т.д. (Швейцария, Швеция, Великобритания, Германия, США, Китай, Япония и др.). В Китае каждый крупный научно-исследовательский университет в общей доле финансирования, выделенного Правительством КНР, имеет средства для обеспечения трансфера технологий, которым занимается специальный отдел.

Центры трансфера инновационных технологий по характеру выполняемых функций принято разделять на два типа. Первый – это «консультант-администратор», функции которого заключаются в оказании различных консультационных и справочных услуг сотрудникам университетов. Также такие центры занимаются оказанием сопутствующих трансферу услуг по лицензированию, экспертизе, патентованию и т.д. [1].

Второй тип центра инновационных технологий при университетах называют «предприниматель». Как правило, особенность таких центров в том, что они по сути являются активными участниками всех этапов коммерциализации: от оценки значимости изобретения до сотрудничества с потенциальными предприятиями-производителями. Например, центры в этом случае могут взять на себя проведение маркетинговых исследований, организацию выставок и ярмарок, с целью привлечения потенциальных инвесторов и организовывать встречи ученых с представителями промышленности и бизнеса и многое другое.

В некоторых странах органы власти, а также частные компании создают специальные организации, так называемые «технологические брокеры», которые выступают посредниками между продавцами и покупателями, содействуют передаче перспективных разработок из университетов в промышленность на

основе продажи лицензий [2].

Правительства развитых стран реализуют целый комплекс мер по поддержке трансфера технологий. В первую очередь путем принятия законодательных актов, которые регулируют правовые отношения в данной сфере деятельности. Также осуществляется прямая государственная финансовая поддержка центров. Например, в США на этапе становления центров передачи технологий, который занимает от 5 до 10 лет, национальные лаборатории и университеты оказывают им существенную финансовую поддержку. Постепенно, как только центры начинают получать доход, субсидирование их деятельности уменьшается, и в конечном итоге прекращается. В Швеции поддержка коммерциализации осуществляется через Шведское агентство для инновационных систем, Национальное агентство содействия научным исследованиям, Фонд трансфера технологий [3].

Поддержка трансфера инновационных технологий в научно-образовательной сфере осуществляется благодаря технопаркам, технополисам (Швейцария, Швеция, США, Япония, Китай), научным паркам, бизнес-кластерам и различным бизнес-партнерствам (Великобритания, США). Как правило, в состав таких организаций входят представители вузов, научных институтов и лабораторий, и коммерческих промышленных компаний. Они занимаются проведением совместных исследований и совершенствованием технологий. В ряде стран также создаются специальные органы, которые занимаются выбором приоритетных направлений развития технологий и их реализации.

В современных экономических условиях изучение современного зарубежного опыта трансфера инновационных технологий в научно-образовательной сфере, а также его адаптация является одной из самых актуальных задач развития науки в нашей стране. На сегодняшний день наблюдается стихийный характер развития трансфера технологий в Беларуси. Можно сказать, что он недостаточно эффективен, не обеспечивает массового притока результатов научных исследований в реальный сектор экономики. Необходимо, учитывая положительный опыт мирового научного сообщества, в системе государственного управления инновационным развитием создавать органы, отвечающие за трансфер технологий, внедрение эффективных инструментов, стимулирующих взаимодействие научных организаций и бизнеса.

Литература

1. Лебедева С. В. *Управление коммерциализацией научных исследований: трансфер технологий, пути и перспективы развития* // *ИнВестРегион*. – 2014. – №4. – С. 48-53.
2. Грибовский А. В. *Приоритетные направления государственно-частного партнерства в научно-технической и инновационной сферах (зарубежный опыт)* / А.В. Грибовский, А. Л. Судариков // *Наука. Инновации. Образование*. – 2011. – №10. – С. 175-191.
3. Теребова С. В. *Принципы и практика функционирования зарубежных центров трансфера технологий* / С. В. Теребова, Л. А. Волкова // *Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз*. – 2011. – №1 (13). – С. 101-107.

**ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНІ ДЕТЕРМІНАНТИ
ЕНЕРГОЕФЕКТИВНОГО РОЗВИТКУ УНІВЕРСИТЕТУ**

*Маслій Мар'яна Юрївна, студентка 2 курсу
спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»
Сумського державного університету*

*Науковий керівник: д.е.н., професор Сотник Ірина Миколаївна
професор кафедри економіки, підприємництва та бізнес-адміністрування
Сумського державного університету*

Проблема надмірного споживання енергії є дуже актуальною у наші часи. Тому останнім часом вищі навчальні заклади кидають виклик задля вирішення даної проблеми шляхом впровадження енергоефективних технологій. До цих вищів належить й Сумський державний університет (СумДУ).

Освітні заклади споживають більше енергії у порівнянні з житловими чи окремими категоріями адміністративних будівель. Причиною надмірного споживання енергії є те, що освітній та науковий процеси вимагають залучення потужного устаткування для виконання навчальних завдань, проведення досліджень, спеціального додаткового освітлення тощо.

Енергоефективні інновації, які сприяють скороченню енергетичних витрат, зменшенню обсягу викидів CO₂, а також інших парникових газів в атмосферу, тощо, дають змогу закладам вищої освіти перетворитися на енергоефективні. Проте позитивним змінам у цьому напрямку заважають бар'єри:

– технічні (низький технологічний рівень використання сучасних відновлювальних джерел енергії, застарілий університетський адміністративний та житловий фонд, централізована система опалення тощо);

– організаційні (децентралізоване прийняття рішень, невизнання керівництвом університету пріоритетів енергозберігаючої діяльності, відсутність довгострокових комплексних стратегій енергозбереження тощо);

– економічно-фінансові (відсутність достатніх коштів для інвестування в енергоефективні проекти, занадто довгий термін окупності відновлюваних джерел енергії та енергоефективних об'єктів через великі початкові інвестиційні витрати, бюджетні обмеження, висока вартість навчання або перепідготовки персоналу з питань енергоефективності тощо);

– соціально-освітні (відсутність у співробітників та студентів університету знання та розуміння механізмів енергозбереження, відсутність сформованої корпоративної культури енергозбереження в університеті, психологічний спротив людей енергоефективним змінам).

На прикладі політики енергозбереження СумДУ розглянемо шляхи подолання бар'єрів енергоефективному розвитку закладу. Ідеологія енергозбереження в університеті знайшла офіційне відображення у Комплексній цільовій програмі «Енергоефективний СумДУ»[1]. Програма має на меті організацію системної роботи колективу закладу, яка стосується сфери енерговикористання, для скорочення витрат енергоресурсів із дотриманням комфортних умов для навчання і праці, зниження обсягів викидів парникових газів.

Лише за останні роки в виші було проведено тепло- та гідроізоляцію покрівель корпусів і великих лекційних аудиторій, збудовано котельню на твердому паливі для спортивно-оздоровчого центру «Універ», проводилася заміна вікон та приладів опалення, виконано утеплення понад 10 000 м² фасадів, встановлені насоси підмішування у теплопунктах корпусів, реалізовано багато інших технічних рішень[1].

У результаті впровадження інженерно-технічних заходів, наукових розробок, елементів енергетичного менеджменту СумДУ вдалося майже на 20 % скоротити споживання теплової енергії, що забезпечило значну економію коштів. При цьому було збільшено опалювальні площі та покращено комфортність умов роботи [1].

Автоматизована система моніторингу теплоспоживання будівель, що була вперше розроблена та впроваджена університетом у власних корпусах, згодом дозволила відстежувати показники споживання енергоресурсів й іншими міськими бюджетними закладами в он-лайн режимі. Також ця система створила умови для регулювання теплоспоживання з отриманням економії енергії та покращенням комфортності опалювальних приміщень. Варто зазначити, що автоматизована система моніторингу теплоспоживання СумДУ функціонує з 2015 року. Від її впровадження був досягнутий економічний ефект у розмірі 1,5 млн грн.

Формування відповідального ставлення персоналу університету та здобувачів освіти до електрозбереження, вимкнення світла та електропристроїв під час їх простою, заохочення закупівель підрозділами і кафедрами закладу більш енергоефективної техніки й обладнання для подальшого використання є дуже важливим інструментом, який сприяє зниженню електроспоживання.

Наукова робота у сфері енергозбереження відіграє також дуже важливу роль. Виконання енергоефективних проєктів із залученням студентів та аспірантів сприяє посиленню практичної підготовки майбутніх фахівців, формуванню практичних навичок енергозбереження.

Слід зазначити, що в СумДУ створена необхідна нормативна база й організаційні структури для ефективного управління енергозбереженням. Проте існує ряд енергозберігаючих інструментів та заходів, які потрібно розвивати та відповідно впроваджувати:

1. Револьверний фонд енергоефективності, якийбудується на принципі самофінансування енергозберігаючої діяльності та акумулює кошти, отримані від енергозбереження, з метою їх інвестування в інші енергоощадні проєкти.

2. Внутрішні вимоги щодо високого рівня енергоефективності устаткування та інших товарів і послуг, які закуповуються університетом, що вимагають введення та чіткого дотримання.

3. Автоматизована система моніторингу тепло- й електроспоживання, яка вимагає подальшого розвитку і вдосконалення та має на меті регулярне ознайомлення персоналу закладу та здобувачів освіти про тенденції енергоспоживання, можливості його зниження.

4. Заходи з оптимізації енергоспоживання, що потребують розробки та реалізації.

5. Стратегічні програми з енергоефективного розвитку закладу, що потребують забезпечення їх фінансування та взаємоузгодженості цілей зростання енергоефективності.

6. Досконала система морального та економічного стимулювання кожного співробітника і студента до енергозбереження, яка індивідуально зацікавлює у досягненні енергоефективних цілей, виконанні відповідних стратегічних та оперативних планів університету.

7. Енергозберігаюча діяльність серед здобувачів освіти та персоналу університету, інших стейкхолдерів, що потребує популяризації.

8. Наукові дослідження, науково-технічні проекти, які вирішують актуальні проблеми ефективного використання енергії, відновлювальної енергетики.

Вищезазначені енергозберігаючі заходи та інструменти забезпечать скорочення енергоспоживання шляхом запровадження енергоефективних й енергозберігаючих технологій.

Отже, досвід СумДУ демонструє системний підхід до організації енергозберігаючої діяльності на основі постійного вдосконалення механізмів її розвитку і стимулювання, тим самим дозволяючи подолати бар'єри енергоефективному розвитку в освітній сфері.

Література

1. *Енергоефективний університет. Сумський державний університет. URL: <https://sumdu.edu.ua/uk/about-sumdu/korysni-posylannia/green-university/energy-efficient-university.html> (дата звернення: 07. 12. 2020).*

ЗАСТОСУВАННЯ ЕМПІРИЧНИХ ОЦІНОК ДЛЯ ВИЗНАЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОЄКТІВ У СФЕРІ «ЗЕЛЕНОЇ» ЕНЕРГЕТИКИ

Попов Владислав Сергійович, студент 3 курсу спеціальності 051 «Економіка»,

Мартин'янов Артем Сергійович, студент 3 курсу спеціальності

076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»

Сумського державного університету

Науковий керівник: д.е.н., професор Сотник Ірина Миколаївна

професор кафедри економіки, підприємництва та бізнес-адміністрування

Сумського державного університету

Доступ до якісних і недорогих енергетичних послуг є вирішальним фактором у скороченні бідності в країнах, що розвиваються. Зокрема, малі громадські проекти з відновлюваної енергетики визнані важливою формою допомоги малозабезпеченим верствам населення в цілях досягнення сталого розвитку. Однак на сьогоднішній день існує невелика кількість емпіричних досліджень, в яких аналізується і порівнюється вплив цих проектів на місцеві умови життя і сталий розвиток громад після їх реалізації[1]. Тому подальші наукові пошуки у цьому напрямі за допомогою застосування методів емпіричних

оцінок, на нашу думку, мають бути націлені на прогнозування довгострокових та невеликих проєктів у сфері «зеленої» енергетики в країнах, що розвиваються. Таким чином можна отримати цінну інформацію про основні драйвери, які впливають на успіх або провал цих дрібних місцевих енергетичних втручань, визначають їх конкурентоспроможність. Використання емпіричних оцінок дозволяє оптимально розв'язувати проблемні питання в сфері «зеленої» енергетики.

Питанням економічної конкурентоспроможності проєктів у сфері «зеленої» енергетики на основі емпіричних оцінок присвячені роботи закордонних та вітчизняних вчених Е. Андерсона, С. Нильсона, Р. Янссона, В. Ярдли, Т. Аббаси, Ф. А. Стенфорда, Р. А. Бодали, Д. М. Розенберга, В. М. Каргієва, Л.В. Нефедовой, В. А. Ясинського, Н. І. Коронкевича, С. О. Подольського та інших. Водночас фрагментарний характер носять дослідження конкурентоспроможності проєктів малого «зеленого» енергобізнесу.

Мета роботи полягає в обґрунтуванні використання емпіричних оцінок для оцінювання економічної конкурентоспроможності малих громадських проєктів з відновлюваної енергетики.

Для зростаючої «зеленої» енергетичної галузі в процесі оцінювання її розвитку важливо визначити терміни та цілі відповідних інвестиційних проєктів. Для цього Комітетом сприяння розвитку (КСР) був створений інструментарій з чотирьох основних критеріїв оцінювання, який широко застосовується країнами-донорами та багатосторонніми організаціями. Основними пунктами є актуальність проєктів, їх ефективність, вплив та стійкість. Хоча актуальність ефективність слід аналізувати на початковому етапі проєктного циклу, вплив та стійкість можна оцінювати після впровадження проєкту. Цей тип попередніх оцінок особливо корисний для відповіді на питання, що працює і чому, і, отже, може допомогти в майбутньому вдосконалити дизайн та практику проєкту шляхом визначення факторів успіху та пояснення невдач. Отже, доцільно приділити увагу дослідженню впливу та стійкості проєктів «зеленої» енергетики.

Під впливом розуміють як позитивні, так і негативні зміни, спричинені безпосередньо чи опосередковано, навмисно чи ненавмисно втручанням у розвиток певного процесу. До них належать основні впливи та наслідки, що виникають на місцевому рівні з точки зору соціальних, економічних, екологічних та інших показників розвитку. Оцінка впливу повинна дати відповідь на питання, чи дав проєкт бажані результати для окремих людей, домогосподарств та установ, і чи можна ці результати віднести до втручання в проєкти. Зазначені оцінки повинні розглядати такі контекстуальні фактори, як соціальні та економічні аспекти, критичні умови, що формують природу розвитку [2].

Для оцінки впливу пропонуємо використовувати Цілі сталого розвитку як еталон, оскільки вони представляють міжнародні пріоритети такого розвитку. Отже, результати «зелених» енергопроєктів варто оцінювати на основі їх внеску у досягнення Цілей Розвитку Тисячоліття (ЦРТ). Хоча в загальному розумінні розширення енергетичних послуг може сприяти досягненню всіх цілей розвитку,

все ж є можливість частково виміряти наслідки проєктів за допомогою методу емпіричних оцінок. Щоб їх врахувати, для кожного з проєктів необхідно проводити детальні дослідження безпосередньо на місці. Через часові та фінансові обмеження це можливо не для всіх проєктів. Тому оцінка впливу, виконана нами, була зосереджена на впливах, пов'язаних із ЦРТ, які можна було виміряти за допомогою застосованого емпіричного підходу.

Щоб краще зрозуміти вплив і умови реалізації моделей розвитку «зеленої» енергетики, нами був проведений вибірковий аналіз українських проєктів із відновлювальної енергетики після їх реалізації за останні 10 років. Застосовуючи стандартизований план оцінки відновлюваних джерел енергії (сонячна енергія, вітер, біомаса, гідроенергетика), та виходячи з потреб користувачів (електрика, приготування їжі, освітлення, виробниче використання), результати дослідження дають цінну інформацію про основні умови, які впливають на успіх чи невдачу невеликих заходів в галузі «зеленої» енергетики на місцевому рівні [3]. Емпіричні дані свідчать про те, що стійкість у сфері малої відновлювальної енергетики в країні визначають проєкти, що передбачають створення «зелених» енергооб'єктів потужністю до 100 кВт, які стрімко розвиваються. Отримані результати дозволяють краще спрогнозувати довгостроковий успіх невеликих проєктів в галузі відновлювальної енергетики та покликані допомогти поліпшити дизайн проєктів і підвищити впевненість у майбутніх інвестиційних рішеннях.

Таким чином, результати дослідження вказують на те, що «зелена» енергетика в Україні розвивається, однак фактори, що впливають на ефективність нових проєктів у галузі малої «зеленої» енергогенерації, потребують подальших пошуків і систематичного оцінювання. В результаті дослідження можна отримати обґрунтовані емпіричні докази про диференційоване збільшення попиту на «зелену» енергію тарозширення можливостей запровадження малих проєктів у цій сфері. Більше того, доцільно проводити дослідження не лише для виявлення економічного потенціалу території, а й щоб показати, як зацікавлені місцеві стейкхолдери можуть бути краще вмотивовані використовувати відновлювану енергію для економічної діяльності та як потенціал відтворення малих проєктів може бути посилений. Зростання попиту на чисту енергію вимагає вдосконалення механізмів фінансової підтримки проєктів малої «зеленої» енергогенерації з боку держави. Подальші дослідження повинні зосередитись не лише на окремих впливах, а й на перехідних процесах, що відбуваються в соціально-технічних системах. Зрештою, наслідки та стійкість енергетичних втручань не є окремими проявами, а комплексним результатом змін у соціально-економічній конфігурації національних та місцевих економік.

Література

1. Bhattacharyya, S. C. *Energy access programmes and sustainable development: a critical review and analysis. Energy Sustainable Development*. 2018. № 16, P. 260–271. URL: <https://tinyurl.com/y2lvoh4l>.
2. Hitzeroth M., Megerle A. *Renewable energy projects: acceptance risks and their management Renew. Sustain. Energy Reviews*. 2018. № 27. P. 576–584. URL: <https://tinyurl.com/y3sp6mv5>.

3. Маценко О. М., Німко С. І., Овчаренко Д. М. Методичні засади оцінки еколого-економічної ефективності функціонування малих гідроелектростанцій. Вісник Сумського державного університету. Серія Економіка. 2013. № 4. С. 26–34. URL: <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/35024>.

КЛАСТЕРНИЙ РОЗВИТОК УКРАЇНИ: СУЧАСНИЙ СТАН

Романська Оксана Богданівна, студентка другого курсу спеціальності 292 «Міжнародні економічні відносини» Національного університету «Львівська політехніка»

*Науковий керівник – к.е.н., доцент Процик Ірина Степанівна
доц. каф. ММП Національного університету «Львівська політехніка»*

Україна здійснює активну євроінтеграційну політику ще з часів підписання Угоди про асоціацію з ЄС. Одним з ключових аспектів цієї політики є підвищення рівня конкурентоспроможності, зокрема – в економічній сфері. Існує багато методів стимулювання економічного розвитку держави, особливо актуальним серед них у наш час є кластеризація економіки. Значна частина країн-членів Євросоюзу вже не одне десятиліття ефективно впроваджує кластерні стратегії і, як наслідок, демонструє сталий економічний розвиток. Саме тому дослідження кластерного розвитку нашої держави в контексті процесу її входження до складу ЄС має важливе значення.

Проблеми кластеризації української економіки приділяли увагу у своїх публікаціях багато українських науковців, серед яких Завадська Д. В., Оскольський В. В., Потапова Н. А., Кирилова Ю. Є., Безус А. М., Сичова Н. В., Шафранова К. В., Лисенко І. В., Ільчук В. П. та інші. Проте, попри велику кількість досліджень, питання кластерного розвитку нашої держави не лише не може вважатися вичерпаним, а набуває все більшої актуальності по мірі наближення України до членства в ЄС.

Кластер – це територіальне об'єднання взаємозалежних підприємств та установ у межах відповідного промислового регіону, що спрямовують свою діяльність на виробництво продукції світового рівня [1]. Виходячи з цього визначення, розуміємо, що кластеризація економіки передбачає впровадження державою такої економічної політики, яка б сприяла об'єднанню організацій у кластерні структури.

Сьогодні в Україні є близько 50 кластерних ініціатив та кластерів, серед них кількість уже зареєстрованих – 30 [2]. На рис. 1, зображено групування кластерних організацій України за галузями промисловості, в яких вони діють.

Як бачимо, найбільше українських кластерів сконцентровані саме в ІТ-індустрії. Одним з найуспішніших із них є Львівський ІТ-кластер, який діє з 2012 року. Спільнота ІТ-компаній цього кластеру сьогодні є найбільшою серед технологічних асоціацій та бізнес-об'єднань країни [4]. Також досить потужним є Харківський ІТ-кластер. Серед кластерів інших галузей промисловості варто виділити Харківський «Agro Food Cluster», Хмельницький енергетичний кластер, Кластер видавничої та поліграфічної діяльності та Дніпровський космічний

кластер тощо.

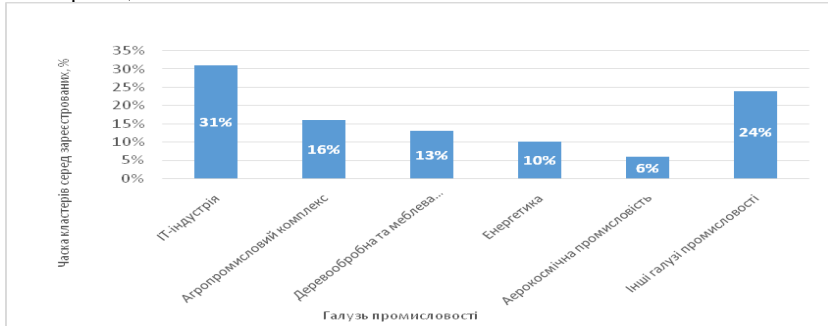


Рисунок 1 – Частка зареєстрованих кластерних організацій України за галузями промисловості (у відсотках)[3]

Хоча в Україні й наявні кластерні об'єднання підприємств, стверджувати, що економіка нашої держави є кластеризованою не можна. Це пояснюється тим, що більша частина тих кластерів, що присутні в Україні, не відповідає європейським стандартам. Окрім цього, розвиток кластерів на законодавчому рівні майже не регламентується. Лише певні регіони України працюють у напрямку створення та розвитку кластерів на своїй території, але в контексті держави загалом питанню реалізації кластерної політики не приділяють належної уваги.

Важливо розуміти, що акцент на кластеризації української економіки спричинить низку позитивних наслідків для нашої держави. По-перше, відбудеться прискорення економічного зростання регіонів. Це можна пояснити тим, що кластери є так звані синергетичні об'єднаннями, які акумулюють місцеві конкурентні переваги. Це дозволяє ефективніше використовувати регіональний потенціал. По-друге, формування кластерів у традиційних галузях промисловості стимулюватиме їх вихід на «новий» рівень, адже кластерна політика дуже часто передбачає впровадження інновацій. Таке осучаснення приводить до підвищення рівня інвестиційної привабливості держави, що є необхідним для України, оскільки на даний момент більшість традиційних вітчизняних галузей промисловості характеризується технологічною відсталістю. Говорячи про позитивні наслідки кластеризації, не можна не згадати й про підвищення рівня зайнятості населення. Супутною умовою формування кластерних організацій є створення нових робочих місць. Для України це є важливою особливістю, оскільки рівень безробіття в нашій державі в основному є вищим, ніж у інших державах Європи.

Отже, наразі в Україні немає чітко сформованої кластерної політики, проте певні заходи, спрямовані на стимулювання кластеризації, уже розробляються й впроваджуються на регіональному рівні. Варто розуміти, що кластеризація вітчизняної економіки допоможе нашій державі прискорити регіональний економічний розвиток, зменшити рівень безробіття та відродити технологічно

відсталі галузі промисловості. Це дозволить бізнес-структурам України стати більш привабливими серед інвесторів. Таким чином, можна зробити висновок, що Україні варто перейняти досвід європейських сусідів у впровадженні кластерних стратегій і використати кластерний розвиток як інструмент підвищення рівня конкурентоспроможності.

Література

1. Гоменюк М. О. «Кластер як інноваційна форма територіального розвитку» // Науковий вісник Мукачівського державного університету, 2019 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://journals.indexcopernicus.com/api/file/viewByFileId/903137.pdf>
2. «Національна програма кластерного розвитку до 2027» – 2020 р. // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://mautic.apraai.org.ua/asset/166:proekt-nacprogrami-klasterного-rozvitku-do-2025-v1.pdf>
3. Сайт проектно-освітнього центру «Агенти змін» Прикарпатського національного університету ім. В. Стефаника// [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://agencyzmin.pnu.edu.ua/event/%D0%BF%D1%80%D0%B5%D0%B7%D0%B5%D0%BD%D1%82%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%BE-%D0%BF%D1%80%D0%BE%D1%94%D0%BA%D1%82-%D0%BD%D0%B0%D1%86%D1%96%D0%BE%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%BE%D1%97-%D0%BF%D1%80/>
4. Сайт Львівського ІТ-кластеру// [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://itcluster.lviv.ua/>

СТРАТЕГИИ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ

*Победенко Владислав Михайлович, аспирант 3 курса
специальности 08.00.01 «Экономическая теория»*

ГГУ им. Франциска Скорины

*Научный руководитель: к. э. н., доцент Западнюк Евгений Александрович
заведующий кафедрой экономической теории и мировой экономики*

Стратегию по повышению конкурентоспособности можно рассматривать, как конкурентное преимущество, и как определяющий способ получения конкурентных преимуществ. Под стратегией следует понимать целевое использование средств и ресурсов для достижения определенного результата. При этом конкурентоспособность страны обеспечивается реализацией следующих стратегических программ: качества и эффективности государственной власти, качества образования, качества процессов, качества инновационной деятельности.

Система государственного управления должна обеспечивать [1]: формирование долгосрочных приоритетов деятельности государства в области социально-экономического развития, развертывание долгосрочных решений вместе со среднесрочными задачами, ориентированность регионов образований на деятельность в соответствии с поставленными долгосрочными целями, увязку принимаемых в процессе государственного стратегического управления решений с бюджетными ограничениями, мониторинг реализации принимаемых решений.

В научной литературе были сформулированы основные этапы стратегического управления: ориентация на устойчивый рост в долгосрочном периоде, построение плана действий исходя из анализа текущей ситуации, выполнение сформированного плана с необходимыми текущими корректировками, постоянный контроль исполнения плана, поиск и использование уникальных решений.

На каждой стадии развития страны все факторы конкурентных преимуществ разделяются на операционные, ресурсные и стратегические. Все они должны быть объединены эффективной стратегией национального развития.

Постоянный экономический рост возможен только при правильном соблюдении баланса между рынком и государством. Государство осуществляет стратегию на макроуровне, оно лишь создает благоприятную конкурентную среду и решает долгосрочные экономические задачи.

Каждая стратегия должна решать следующие задачи экономической политики государства [2]: создание наиболее благоприятных условий, формирование доверительных отношений между бизнесом и властью, стимулирование частного сектора к повышению конкурентоспособности его товаров и выходу на мировой рынок.

Политика повышения конкурентоспособности требует координации инвестиций в технологии с развитием человеческого капитала, поскольку в условиях быстрого изменения технологий требуется система адекватного обеспечения производства рабочими новых профессий. В некоторых странах культивируется политика непрерывного образования. В развитых странах более половины ВВП уже создается на базе знаний, а успех национальной экономики определяется эффективностью в использовании знаний и технологий.

Согласно Портеру, человеческий фактор должен быть высокоспециализированным по отраслям производства и быстро приспосабливаться к меняющимся условиям экономического развития. Государственная политика должна включать постоянные инвестиции в образование и здравоохранение.

Ключевым элементом стратегического управления в Европе на сегодня является стратегия инновационного развития. Основными задачами, поставленными в стратегии, являются: образование и наука, допуск к технологиям и знаниям по всему Европейскому Союзу, эффективное использование ресурсов, стремление развивать предпринимательство и финансовый рынок, расширение возможностей населения за счет высокого уровня занятости, инвестиции в профильное образование, борьба с бедностью, модернизация рынка труда и системы социальной защиты, равномерное распределение доходов.

Общая цель стратегии развития Европы – устойчивый и всеобъемлющий рост, обеспечивающий создание новых рабочих мест и повышение производительности, обозначающий направления развития для общества. Европа должна всецело использовать свой трудовой потенциал, чтобы справиться с проблемой старения населения и усиления глобальной конкуренции.

Основные факторы, определяющие рост производительности экономики можно объединить в три части [3]: унаследованные факторы, макроэкономическая конкурентоспособность и микроэкономическая конкурентоспособность. Макроэкономические факторы краткосрочно могут повлиять на изменение ВВП на душу населения, но для долгосрочного изменения макропоказателей нужно развивать производственный потенциал национальной экономики. Высокая производительность приводит к высоким заработным платам, сильной национальной валюте и соответственно высокому уровню жизни. Страны с высокой производительностью являются более конкурентными на мировом рынке.

На первой стадии страны должны грамотно использовать дешевый труд и богатство природными ресурсами, привлекая этим иностранные компании и инвестиции.

На второй стадии государственная политика должна быть направлена на постоянный приток инвестиций в инфраструктуру.

Конкурентоспособность стран на стадии развития за счет инноваций зарождается в кластерах, функционирующих на основе знаний, поддерживающих отрасли и специфических факторов производства. Экономика движется за счет инноваций. В это время нужно развивать институты и стимулировать создание инноваций.

На третьей стадии начинается разрушение конкурентных преимуществ и экономический спад. Экономика, движимая накопленным богатством, перестает развиваться из-за постепенного ослабления конкуренции, направленных на сохранение существующих преимуществ, а не на достижение новых. Признаки данной стадии являются: платежный баланс формируется за счет внутреннего товарного рынка, экспорт заменяется масштабными инвестициями в чужие экономики, внешние инвестиции сводятся к финансовым инвестициям.

Таким образом, стратегия является фактором конкурентоспособности. Стратегия используется как инструмент повышения качества управления страной в направлении повышения национальной конкурентоспособности. Национальная стратегия формирует условия, стимулирующие или сдерживающие развитие компаний: создание наиболее благоприятных условий для бизнеса, формирование атмосферы доверия между бизнесом и властью, стимулирование частного сектора к повышению конкурентоспособности его продукции и выходу на мировой рынок.

Литература

1. Томпсон, А. А. *Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии: учебник для вузов*. М: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1998. – 576с.
2. Фатхутдинов, Р. А. *Стратегическая конкурентоспособность: ученик*. М. : ЗАО издательство «Экономика», 2005. – 504 с.
3. Ходов, Л. Г. *Государственное регулирование национальной экономики*. М. : Экономист, 2006. – 620 с.

ІНОЗЕМНЕ ІНВЕСТУВАННЯ В УКРАЇНІ

*Хлівнюк Олександр Васильович, студент 4 курсу
спеціальності «Фінанси, банківська справа та страхування»
Східноєвропейського університету імені Рауфа Аблязова
Науковий керівник – к.е.н. Сарана Леся Анатоліївна*

Наслідки світової фінансової кризи, які намагається подолати Україна, що підсилюються політичною нестабільністю та бойовими діями на Сході, вимагають від уряду впровадження жорсткої політики щодо економічної стабілізації. Реалізація визначених напрямів у даному контексті зумовлює наявність значної частини капіталу, яка дозволить, не лише фінансувати поточні соціальні виплати, але й сприятиме підтримці та розвитку виробничого потенціалу держави.

Нестабільність національної одиниці, високі темпи інфляції, зuboжіння нації, значне податкове навантаження на підприємницькі структури, відтік капіталу за кордон, на жаль, не сприяють стабілізації економічного стану держави. Відтак, поряд із наявними внутрішніми джерелами ресурсів, саме залучення іноземного капіталу, дозволить стабілізувати економічний стан та стимулювати інноваційний розвиток господарського комплексу країни.

Залучення іноземних інвестицій в економіку країни є невід'ємною складовою інвестиційної політики держави, а сприятливий інвестиційний клімат стимулює підвищення рівня довіри інвесторів.

У напрямі реформування інвестиційної політики та сприяння залученню іноземних інвесторів, на рівні держави, формуються відповідні державні програми, концепції та вдосконалюється законодавство. Але, не зважаючи на значні зусилля з боку уряду, довіра потенційних інвесторів залишається незначною.

Процес формування механізму залучення іноземних інвестицій, у сучасних реаліях, відбувається в умовах скасування багатьма країнами значної частини обмежень на залучення іноземного капіталу та зосередженні уваги на стимулюючих заходах їхнього отримання. А відтак, приплив іноземних інвестицій відбувається в умовах масштабної міжнародної конкуренції, що створює додаткові перешкоди у формуванні ефективного механізму залучення інвестицій у національну економіку.

Іноземні інвестиції, що надходять до України, представлені прямими, портфельними та іншими інвестиціями. Прямі інвестиції, зазвичай мають довготривалий характер та є стратегічно зорієнтованими. Вони є доволі вагомими вкладеннями іноземних юридичних та фізичних осіб, що дозволяють їм встановлювати ефективний контроль в процесі управління галуззю.

Варто зазначити, що збільшення інвестицій можливе лише шляхом впровадження загальнодержавних заходів поліпшення інвестиційного клімату та його адаптування до міжнародних стандартів. У цьому випадку доречним є спрямування наявних державних ресурсів на поліпшення інфраструктури, зниження рівня корупції, розвитку корпоративних фінансів, підготовки кваліфікованих та досвідчених працівників.

Отже, в умовах сьогодення важливого значення набуває сукупність усіх елементів державного фінансового регулювання іноземних інвестицій, адже лише комплексний підхід може сприяти створенню необхідних умов для підвищення обсягів залучення ресурсів.

Система державного фінансового регулювання є сукупністю методів і інструментів впливу на фінансову діяльність іноземних інвесторів, що реалізується шляхом ефективного використання суб'єктами методів і інструментів державного регулювання й стимулювання в межах конкретних галузей економіки, спрямованих на мобілізацію фінансових ресурсів і їхнє використання з метою забезпечення стійкого соціально-економічного розвитку економіки країни.

Іноземні інвестиції є одним з факторів модернізації економіки та становлення її на шлях стабільного економічного зростання. На сучасному етапі залучення та ефективне використання іноземного капіталу мають велику значимість як потенційні фактори, що сприяють виходу країни з економічної кризи, тому питання щодо створення продуманої інвестиційної політики, формування привабливого інвестиційного клімату з метою кількісного та якісного збільшення іноземних інвестицій, побудова системи ефективного використання інвестицій та підвищення якості управління інвестиційними процесами в найближчій перспективі повинні стати основними пріоритетами дій уряду.

Література

1. Концепція Державної цільової економічної програми розвитку інвестиційної діяльності на 2011–2015 роки : Розпорядження Кабінету Міністрів України від 29.09.2010 р. № 1900-р . Офіційний вісник України. 2010. № 75. С. 37.

2. Про інвестиційну діяльність : Закон України від 18.09.1991 № 1560-XII [Електронний ресурс] URL : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1560-12>

3. Про режим іноземного інвестування : Закон України від 19.03.1996 № 93/96-ВР [Електронний ресурс] URL : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/93/96-%D0%B2%D1%80>

МІЖНАРОДНИЙ ФІНАНСОВИЙ РИНОК

Кміть Ганна Євгенівна, студентка 4 курсу

спеціальності 056 «Міжнародні економічні відносини»

Національного університету «Львівська політехніка»

Науковий керівник: к.е.н., доцент Барвінська Єлизавета Стефанівна

доцент кафедри менеджменту і міжнародного підприємництва

Однією із складових частин глобалізації економіки й одним із найвищих етапів глобалізації як такої являється глобалізація світового фінансового простору. А з огляду на те, що фінансові операції є відображенням і своєрідною квінтесенцією процесів, котрі відбуваються у реальному секторі економіки, ступінь інтеграції країн до світової економічної системи передусім визначається їх інтеграцією до міжнародних фінансових ринків і участю в фінансовій глобалізації.

Міжнародний фінансовий ринок є глобальною системою акумулювання вільних фінансових ресурсів та надання їх позичальникам із різних країн на принципах ринкової конкуренції. Міжнародний фінансовий ринок на сучасному етапі має такі особливості [3, 4]:

- доступ на світові ринки довгострокового кредитування для більшості позичальників значно спрощений;
- рівень участі, особливо інституційних інвесторів, на ринках боргових цінних паперів більший, ніж на ринках акцій, бо останні є більш ризиковими (з інституційного погляду) порівняно з ринками боргових інструментів ;
- міжнародні ринки боргових цінних паперів перевищують за своїми обсягами міжнародні ринки акціонерного капіталу тощо;
- потрібні менші витрати на проведення операції;
- ставляться менш жорсткі вимоги до розкриття інформації.

Залежно від періоду закінчення операцій міжнародний фінансовий ринок поділяють на:

- ринок касових операцій – передбачає торгівлю базовим активом, розрахунки за який здійснюються не пізніше другого робочого дня після укладення угоди;
- ринок строкових угод – розрахунок здійснюється пізніше, ніж на другий робочий день після дати укладення угоди, тобто угода здійснюється більше трьох робочих днів.

Міжнародний фінансовий ринок залежно від місця проведення операцій поділяють на [2]:

- централізований – представлений біржами (біржовий ринок);
- децентралізований (позабіржовий) світовий ринок – торгівля повністю децентралізована і здійснюється переважно через дилінгові системи, міжнародні телекомунікаційні системи, по телефону.

Зберігається поділ міжнародного фінансового ринку на [2]:

- грошовий ринок – включає: валютний ринок, ринок короткострокових позичок, ринок короткострокових фінансових активів та їх похідних;
- ринок капіталу – включає: ринок цінних паперів і ринок середньострокових і довгострокових банківських позичок.

Одночасно такий поділ, як вважається, використовується тільки для визначення строковості виданих чи інвестованих коштів. З боку пропозиції кредитних ресурсів визначальним фактором на грошовому ринку є ліквідність інструменту. У разі надання фінансових ресурсів на ринку капіталів головними питаннями для інвестора є середньостроковий кредитний ризик позичальника, процентний ризик, політичний ризик тощо.

Основні сегменти міжнародного фінансового ринку [1, 2]:

- міжнародний валютний ринок, де відбуваються операції виключно з валютою;
- міжнародний ринок банківських кредитів;
- міжнародний ринок цінних паперів (фондовий ринок);
- міжнародний ринок похідних фінансових інструментів (деривативів);

– євроринок, який включає інструменти названих вище сегментів міжнародного фінансового ринку, виражені в євровалюті.

Якісний розвиток світових фінансових ринків є свідченням їх високої ефективності та зростаючої ролі саме міжнародних ринків капіталу в області залучення кредитних ресурсів. Проте, незважаючи на те, що на момент сьогоднішнього глобалізація об'єктивно являється невід'ємним аспектом провадження бізнесової діяльності на світових фінансових ринках та учасники ринків асоціюють із даним процесом, найвищий ступінь складності, більшу частку постійних витрат, високі вимоги до фахівців й дуже тверде конкурентне середовище, питання щодо ступеню привабливості глобального ведення бізнесу для більшості неоднозначний. Чим більш глобалізованою є країна, тим меншим є обсяг функцій держави, що вирішується на національному рівні. Повна глобалізація фінансів зумовить перенесення більшості функцій держави стосовно регулювання фінансовою сферою країни на глобальний рівень, і саме тому надважливим являється визначення тих функцій, котрі залишатимуться прерогативою держави.

Література

1. Ткаченко, А. М., Воронкова, В. Г. та Ткаченко, М. О., 2009. Міжнародні економічні відносини. Київ: «Видавничий дім «Професіонал».
2. Глущенко, В. В., 2006. Финансовые риски в условиях глобализации. Финансы и кредит, 19. с. 19-25.
3. Шишланова, Н. О. та Іванов, А. О., 2017. Фінансовий ринок: сучасний стан, проблеми на перспективі розвитку. Електронне наукове видання з економічних наук «Modern Economics», 1 [online] –Доступно: < <https://modecon.mmai.edu.ua/issue-1-2017/>>
4. Онікієнко, О. В. та Передерієва, С. О., 2014. Сутність фінансового ринку, його роль у фінансовій системі та перспективи розвитку. Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля, 8. с. 127-134.

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ СВІТОВОГО РИНКУ ЗОЛОТА

Івасів Андрій Степанович, студент 4 курсу

*спеціальності 056 «Міжнародні економічні відносини»
Національного університету «Львівська політехніка»*

*Науковий керівник: к.е.н., доцент Далик Володимир Петрович
Доцент кафедри менеджменту і міжнародного підприємництва*

Історія золота налічує приблизно шість тисяч років. Цей найстародавніший з відомих людині метал в сучасних умовах посідає важливе місце в міжнародних економічних відносинах, в економіці кожної з країн світу і, нарешті, виступає символом багатства людей. Протягом всієї історії фінансових відносин золото було гарантією стабільності валют країн усього світу. Залежно від обсягу проведених операцій, їх різновидів і режиму, санкціонованого державою, можна виділити три основні типи золотих ринків [1, 2]: міжнародні (світові); внутрішні: вільні і регульовані; тінюві.

Міжнародні ринки золота – це оптові ринки з обмеженою кількістю учасників, у якості яких виступають провідні транснаціональні банки і фінансові

корпорації, що володіють відмінною репутацією і потужними ресурсами.

Сукупність міжнародних ринків золота становить світовий ринок золота. Динаміка світової ціни на золото за період 2011-2020 рр. подана на рис. 1 [4].



Рисунок 1 – Динаміка світової ціни на золото за період 2011-2020 рр.

Головні міжнародні центри торгівлі золотом зосереджені в Лондоні, Гонконзі, Чикаго, Нью-Йорку, Цюріху, Франкфурті.

Внутрішні ринки золота – це ринки однієї або декількох держав з менш суттєвими оборотами, орієнтовані насамперед на місцевих інвесторів і тезавраторів.

Всередині даної групи можна виділити [1, 2]:

1. Внутрішні вільні ринки (з більш м'яким державним регулюванням). Найбільш значимі ринки зосереджені в Гамбурзі, Франкфурті-на-Майні, Відні, Амстердамі, Парижі, Мілані, Стамбулі.

2. Внутрішні регульовані ринки (відрізняються більш жорстким державним втручанням). Ринки золота даного типу мають місце в Афінах, Каїрі, Олександрії, Саудівської Аравії.

Тіньові («чорні») ринки золота – це ринки нелегальної торгівлі золотом, що функціонують в умовах жорсткого регулювання якого державного вето на операції із золотом. Найбільш відомий тіньовий ринок знаходиться в Мумбай (колиш – Бомбей).

Лондонський ринок золота або лондонський злиток – це найбільший світовий ринок золота з багатовіковою історією. У 1919 р. Лондонський ринок золота був офіційно створений координуючим центром на лондонському ринку є Лондонська асоціація ринку золота.

Американський ринок золота був розроблений в середині 1970-х, головним чином підрозділом COMEX Нью-Йоркської товарної біржі, а згодом був включений СМЕ. Американський ринок золота в основному займається торгівлею ф'ючерсами на золото. Нью-Йоркська товарна біржа (NYMEX) – біржа товарних ф'ючерсів. У 1975 р. Нью-Йоркська товарна біржа (COMEX) розпочала форвардну торгівлю золотом і стала центром форвардних торгів золотом у світі.

Ринок золота в Цюріху розвився після Другої світової війни. З 1960-х рр.

Цюрих став другим за величиною ринком торгівлі золотом у світі. Ринок золота в Цюриху не має системи фіксування цін на золото. У будь-який час кожного торгового дня торгова ціна погоджується, виходячи з попиту та пропозиції. Швейцарія є не тільки найбільшою у світі новою станцією транзиту золота, а також найбільшим у світі приватним центром зберігання золота.

Гонконгський ринок золота має понад 90-річну історію. Найважливішим є Китайське товариство бірж золота та срібла (CGSE), яке було відкрито в 1910 р. як Компанія біржі золота та срібла та змінило свою назву в 1918 р.

Серед учасників ринку золота можна виділити наступні групи[3]:

- золотодобувні компанії
- промислові споживачі;
- біржовий сектор;
- інвестори;
- центральні банки;
- професійні дилери та посередники.

Сьогодні операції з золотом та іншими дорогоцінними металами – це не тільки операції з фізичним золотом, а і безготівкові операції на міжнародному ринку дорогоцінних металів. Всі вони супроводжуються встановленням конкурентних цін, низьких відсоткових ставок за кредитами в банківських металах, високим ставками на депозити в дорогоцінних металах, високою швидкістю і якістю обслуговування клієнтів і дозволяють українському «золотому банківському» бізнесу інтегруватися в світовий.

Література

1. Бодрова, Н., 2011. *Світові ринки дорогоцінних металів: сучасний стан та основні чинники впливу*. Вісник НБУ. 7. с. 26-32.
2. Савчук, Н., *Ринок золота: сучасний стан і перспективи розвитку*. Ринок цінних паперів України [online]. – Доступно: <www.securities.usmdi.org>
3. Полякова, Ю. В., 2017. *Динаміка ринку золота у сучасних світогосподарських процесах*. Економічний науково-практичний журнал Причорноморські економічні студії, 13-2.
4. *Мировой рынок золота* [online]. – Доступно: <<http://www.cmmarket.ru>>
5. *World Gold Council* [online]. – Доступно: <http://www.gold.org/supplyand-demand/gold-demand-trends>

ФІНАНSOVA ПОЛІТИКА ОКУПОВАНИХ ТЕРИТОРІЙ

Сарана Вікторія, студентка 1 курсу

Економічного факультету

Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Державне регулювання фінансових правовідносин на тимчасово окупованих територіях є неналежним. Державна політика щодо тимчасово окупованих територій є хаотичною та ситуативною, внаслідок чого як у короткостроковій, так і довгостроковій перспективі залишатиметься незмінним напаяний стан справ і, відповідно, навряд чи можливими є позитивні зрушення.

Адже проведення всупереч мінським домовленостям виборів у самопроголошених ЛНР і ДНР разом із неодноразовим порушенням режиму припинення вогню змусили український уряд вжити радикальних заходів щодо окупованих територій: 4 листопада Рада національної безпеки і оборони (РНБО) ухвалила рішення «Про невідкладні заходи щодо стабілізації соціально-економічної ситуації в Донецькій та Луганській областях» [1]. Президент доручив, евакуювати з невідконтрольних регіонів органи влади, держустанови, підприємства бюджетної сфери разом із працівниками та спеціалістами (за їхньої згоди), а головне протягом місяця зупинити обслуговування всіх банківських рахунків, у тому числі і карткових. Діяльність усіх українських банків буде примусово припинено, вони перестануть обслуговувати підприємства всіх форм власності, які працюють у зоні АТО. Фактично всі захоплені бойовиками території з 1 грудня повністю відрізані від українського бюджетного фінансування, що означає позбавлення соціальних виплат, пенсій, дотацій та зарплат бюджетним організаціям.

Ухвала такого рішення була викликана рядом причин: по-перше, у ситуації що склалася, держава фізично не може забезпечити виплати громадянам на невідконтрольних територіях – ризик доставки туди готівки є надзвичайно високим, у тому числі і для людей, які це здійснюють. По-друге, окуповані території стали своєрідним «бермудським трикутником», у якому зникають бюджетні гроші. При цьому, громадянам, що залишаються проживати в окупованих регіонах соціальні виплати будуть продовжувати нараховувати з можливістю їх здійснення після звільнення цих територій. Однак, необхідно зауважити, що належні суми населенню, буде виплачено з відповідними відрахуваннями за спожиті ним енергоресурси. Адже Кабінет Міністрів постановив і надалі поставляти на Донбас електрику та тепло для уникнення гуманітарної катастрофи в регіоні. Це рішення було оптимальним. Проте, такі поставки можуть стати полем для нових зловживань, насамперед із блакитним паливом. Адже якщо кількість кубів, наданих самопроголошеним республікам врахувати нескладно, то цього не скажеш про контроль за використаними ресурсами на місцях [2].

Тому, стає очевидним, що організація економіки на окупованих територіях найближчим часом не вбачається можливою: зруйноване господарство, розірвані фінансові зв'язки та зростання злочинності створюють серйозні проблеми для Донбасу. Хоча спроби самостійно налагоджувати виплати робилися місцевим керівництвом неодноразово, адже, по факту, така фінансова блокада існувала і раніше – вже кілька місяців на більшості територій «республік» виплати з держбюджету не здійснювалися ззагалі. Враховуючи відсутність власного банку та незалежної від «Великої України» фінансової системи, ЛНР і ДНР неспроможні належно здійснювати подібні операції. Водночас гостра проблема поповнення власних бюджетів ускладнюється і відсутністю доступу цих областей до централізованого механізму розподілення виплат, необхідного для функціонування того ж пенсійного фонду в регіоні. Вирішенням даної проблеми, є створення радою міністрів ДНР, пенсійного фонду ДНР. Показово, що в

самопроголошених республіках навіть створювалась мережа власних банків. Покищо їх кількість є дуже обмеженою, а валютою залишається гривня. Наразі, у наслідок припинення гривневого потоку, на територіях «республік» розглядається можливість введення бівалютної системи. Крім того, на сьогодні російською стороною розглядаються варіанти можливості функціонування на Донбасі філіалів російських банків. Зрозуміло, що банки з великою обережністю ставляться до цієї ініціативи, оскільки робота російських банків на території України без погодження з НБУ може спровокувати впровадження нових санкцій проти задіяних фінустанов [3].

Отже, припинення бюджетного фінансування окупованих територій було складним і жорстким рішенням чинної влади. Проте, у сьогоднішніх умовах, альтернативу знайти важко. На сьогодні прогнози видаються не надто оптимістичними: зростання кількості прихильників утворення ЛНР і ДНР, розчарування частини суспільства в новій владі, поширення голодних бунтів населення, що вже мають місце в окупованій зоні; невинуваті жертви з обох боків, – усе це можливі наслідки. Подібні дії уряду безперечно посилять напруження в суспільстві та спровокуватимуть радикальні прояви. Існує також висока ймовірність, що, за умови заморожування ситуації, розмови про гуманітарну катастрофу на сході можуть стати реальністю, у першу чергу – для найменш захищених верств населення, що залишилися в окупованих містах.

Література

1. Закон України «Про забезпечення прав і свобод громадян та правовий режим на тимчасово окупованій території України», від 15.04.2014 № 1207-VII : ізм. і доп. станом на 07.04.2016. Відомості Верховної Ради України. 2014. № 26. Ст. 892.

2. Закон України «Про створення вільної економічної зони та про особливості здійснення економічної діяльності на тимчасово окупованій території України» від 12.08.2014 № 1636-VII : ізм. і доп. станом на 09.10.2015. Відомості Верховної Ради України. 2014. № 43. Ст. 2030.

3. Конституція України: Основний Закон України від 28.06.1996 № 254к/96-ВР: ізм. і доп. станом на 15.03.2016. Офіційний вісник України. 2014. № 72/1. Ст. 2598.

ТЕХНОЛОГІЧНИЙ ПРОРИВ ЯК ОСНОВА СУЧАСНОГО ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ КРАЇНИ: ДОСВІД ЛІТВИ

*Цебенога Анна Вячеславівна, студентка 4-го курсу спеціальності 292 «Міжнародні економічні відносини» Національного університету «Львівська політехніка»
Науковий керівник: к.е.н., доцент Адамик Вікторія Віталіївна, доцент кафедри менеджменту і міжнародного підприємництва Національного університету «Львівська політехніка»*

Інноваційний розвиток на сьогодні є чи не єдиною запорукою економічного успіху країни на світовій арені, адже створює передумови для отримання ефекту технологічного розриву і просування у напрямку «ядра» глобальної економіки. Країни, що розвиваються, дедалі активніше прикладають зусилля для зміщення акценту з використання не природних, а т. зв. «створених» (creative) факторів

виробництва задля зміцнення міжнародних конкурентних позицій. Не є винятком і Литва, досвід якої представляє особливий інтерес для України, оскільки вона також входила у групу пострадянських країн, однак стала членом Європейського Союзу та демонструє швидкі темпи соціально-економічного розвитку.

Згідно з європейським рейтингом інновацій, Литва входить до групи «помірних» новаторів (*moderate innovators*), однак має високий рівень розвитку людського потенціалу, а темпи зростання її економіка є одними з найшвидших у ЄС (станом на 2019 рік) [1]. У світовому індексі інновацій (2019) Литва піднялася на дві позиції і посіла 38 місце серед 129 країн світу. Литва характеризується високими показниками науково-технічного розвитку. Так, за кількістю створених мобільних додатків країна перебуває на четвертому місці у світі, за кількістю жінок зі вченими ступенями – також на четвертому місці, за співвідношенням кількості вчителів середньої освіти та учнів – на сьомому місці, а у сфері управління сертифікацією захисту навколишнього середовища посідає десяте місце. Крім цього, Вільнюс, столиця Литви, увійшов у п'ятірку найкращих «розумних міст» (*smart cities*), за версією газети «*Financial Times*», а також литовська стратегія з залучення іноземних інвестицій у сферу нових технологій визнана фахівцями як одна з найкращих у світі (друге місце в номінації *FDI Strategy*). У Литві один з найвищих в Європі рівнів освіти: у 2018 році вищу або професійну освіту мало 57, 6% осіб у віці 30-34 років (третє місце у Євросоюзі), вища освіта є у 68, 2% жінок і 47, 5% чоловіків, а відсоток молоді з незакінченим середньою освітою становив 4, 6% (також третє місце у ЄС, де аналогічний показник – 10, 6%) [2].

Наведені дані вказують на значний потенціал Литви щодо інноваційного розвитку, який на даний час ще не реалізується на повну потужність (продуктивність інновацій дещо нижча, порівняно із середньоєвропейською), однак у середньо- та довгостроковій перспективі країна може вийти у технологічні лідери. Це підтверджують дані про стрімке зростання кількості стартапів, зареєстрованих у Литві (понад 80 на рік), найбільш відомими серед яких вважають сервіс для відстеження громадського транспорту *Trafi*, платформу для зв'язку замовника з розробником *TrackDuck*, сайт для обміну старої одягом *Vinted* тощо.

У великих містах Литви для підприємців доступний коворкінг і простір для роботи: наприклад, *Hub* у Вільнюсі та *Talent Garden* в Каунасі. В країні також діють стартап-акселератори *StartupHighway* і *Startup. It* та технопарк який вважається найбільшим подібним проектом в Скандинавії і країнах Балтії [3].

На території Литви розташовані офіси *Google*, *Amazon*, *Facebook* і інших міжнародних компаній. Крім цього, в країні працює організація *Invest Lithuania*, яка займається залученням інвестицій для вже сформованих компаній, а уряд сфокусувався на розробці законодавства у фінтех-сфері, зокрема і щодо легалізації криптовалют. Найбільший інтерес серед вітчизняних і зарубіжних інвесторів представляють проекти у таких сферах, як біотехнології, механіка, електроніка, інформаційні технології, нанотехнології.

Активна інноваційна політика держави, вдосконалення законодавства, що регулює венчурний бізнес, сприятливе бізнес-середовище, стрімке зростання кількості ІТ-компаній та їх доходів підвищує рівень зацікавленості молоді в отриманні освіти і працевлаштування у Литві. У результаті Литва, на відміну від інших країн Центральної та Східної Європи, зокрема й України, останнім часом практично не потерпає від т. зв. «втечі мізків», тобто від відтоку висококваліфікованої робочої сили [4]. Реалізація багатьох проєктів, в тому числі й завдяки залученню іноземного капіталу, може забезпечити справжній технологічний прорив країн, а відтак стрімке зростання добробуту її громадян.

Література

1. *European innovation scoreboard 2020.* URL: https://ec.europa.eu/growth/industry/policy/innovation/scoreboards_en
2. *Карта з показниками інновацій в Литві (2020)* URL: https://interactivetool.eu/EIS/EIS_2.html#
3. *Інновації в освіті і науці окремих країн Європи, Азії та Америки (2019)* URL: <https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/get/9721>
4. *Литва: бум стартапів замість відтоку мізків (2020)* URL: <https://www.dw.com/uk>

СУЧАСНІ ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В МЕНЕДЖМЕНТІ

Лисенко Аліна, студентка 1 курсу факультету бізнесу

Коледжу Св. Лавренція (St. Lawrence college, Kingston)

Велика частина компаній перебудовує свої системи управління з традиційної виробничої і ринкової на технологічну орієнтацію. Передова технологія є сьогодні ключем до успіху на будь-якому ринку, що з нетерпінням чекає продукцію з новими характеристиками і готовий платити за це високу ціну. Найважливішим фактором успіху кожної компанії стає стратегічне управління технологічним розвитком, чи, іншими словами, технологічний менеджмент.

До питань технологічного менеджменту відносяться управління життєвим циклом продукту й асортиментом продукції, у тому числі управління процесами заміни застарілих технологій і устаткування, формування інноваційної культури персоналу, управління якістю продукції, що випускається, стратегія управління інтелектуальною власністю і багато чого іншого. У цілому ефективний менеджмент технологій повинний поєднувати перспективи створення нової технології і перспективи попиту на неї. Технологія розглядається як найважливіший засіб створення і підтримки конкурентної переваги, що піднімає її до рівня стратегічного капіталу, яким потрібно грамотно керувати на всіх поверхах компанії. Будь-яка діяльність фірми, включаючи стратегічне планування, маркетинг, збут, виробництво, кадри, фінансування може розглядатися, як використання технологій, що здатні збільшити конкурентноздатність фірми. У цілому, стратегічний менеджмент технологій не обмежується рамками галузей зі швидким технологічним розвитком. При

широкому погляді на технології і виробництво ніяких «низьких» технологій не існує.

Головним напрямком перебудови менеджменту і його радикального удосконалення, пристосування до сучасних умов стало масове використання новітньої комп'ютерної і телекомунікаційної техніки, формування на її основі високоефективних інформаційно-управлінських технологій. Засоби і методи прикладної інформатики використовуються в менеджменті і маркетингу. Нові технології, засновані на комп'ютерній техніці, вимагають радикальних змін організаційних структур менеджменту, його регламенту, кадрового потенціалу, системи документації, фіксування і передачі інформації. Особливе значення має впровадження інформаційного менеджменту, значно розширювальної можливості використання компаніями інформаційних ресурсів.

Розвиток інформаційного менеджменту зв'язано з організацією системи обробки даних і знань, послідовного їхнього розвитку до рівня інтегрованих автоматизованих систем управління, що охоплюють по вертикалі і горизонталі всі рівні і ланки виробництва і збуту.

Технологія нерозривно зв'язана з машинізацією виробничого чи невиробничого, насамперед управлінського процесу. Управлінські технології ґрунтуються на застосуванні комп'ютерів і телекомунікаційної техніки.

Відповідно до визначення, прийнятому ЮНЕСКО, інформаційна технологія – це комплекс взаємозалежних, наукових, технологічних, інженерних дисциплін, що вивчають методи ефективної організації праці людей, зайнятих обробкою і збереженням інформації; обчислювальну техніку і методи організації і взаємодії з людьми і виробничим устаткуванням, їхні практичні додатки, а також зв'язані з усім цим соціальні, економічні і культурні проблеми. Самі інформаційні технології вимагають складної підготовки, великих первісних витрат і наукомісткої техніки. Їхнє введення повинне починатися зі створення математичного забезпечення, формування інформаційних потоків у системах підготовки фахівців.

Технологічну основу інформатизації менеджменту створюють комп'ютери останніх поколінь і сучасні засоби зв'язку. На базі цих технічних засобів формуються інформаційні технології – цілісні системи збору, переробки, передачі, використання інформації з метою управління. В основному мова йде про створення інформаційних технологій з використанням штучного інтелекту. Вважається, що основні напрямки в області створення інформаційних технологій і штучного інтелекту зв'язані з перебуванням ефективних систем надання знань і організацією процесу комунікації користувачів з ЕОМ, а також із плануванням доцільної діяльності, формуванням глобальної структури нормативної поведінки. Іншими словами, якісно перебудовується саме управлінське середовище, що пристосовується до вимог сучасних ЕОМ.

Інформаційні технології третього рівня означають вищий етап комп'ютеризації менеджменту, дозволяють задіяти ЕОМ у творчому процесі, з'єднати силу людського розуму і міць електронної техніки.

Повна інтегрована автоматизація менеджменту припускає охоплення

наступних інформаційно-управлінських процесів: зв'язок, збір, збереження і доступ до необхідної інформації, аналіз інформації, підготовка тексту, підтримка індивідуальної діяльності, програмування і рішення спеціальних завдань.

До сучасних технічних засобів автоматизації інформаційно-управлінської діяльності відносяться: персональні комп'ютери, об'єднані в мережі, електронні друкарські машинки, змістообробні системи (проблемно-орієнтовані комп'ютерні системи, що мають великі функціональні можливості), копіювальні машини, комунікаційні засоби, телефонну техніку, засоби для автоматизації введення архівних документів і пошуку інформації (до них відносяться нетрадиційні носії інформації: магнітні диски і стрічки, мікрофільми, диски з оптичними записами), засоби для обміну інформацією – "електронна пошта", відеоінформаційні системи, локальні комп'ютерні мережі, інтегровані мережі організацій.

Таким чином, у сучасних умовах винятково важливе значення має перебудова технічної і технологічної баз управління, що забезпечує процеси інформатизації. Однак не слід переоцінювати роль інформаційно-управлінської техніки. Вона виконує насамперед забезпечення функції. Основні напрямки робіт з інформатизації менеджменту лежать в області організаційної, соціальної, кадрової перебудови управлінської діяльності.

Література

1. Глівенко С. В., Лалін Є. В., Павленко О. О. та ін. *Інформаційні системи в менеджменті: Навч. посібник* - Суми: ВТД "Університетська книга", 2005. 407 с.
2. Ступницький О. *Інформаційні технології та корпоративне управління у XXI ст. Економіка України. 2005. № 2. С. 38–46.*

ОСНОВНІ ФОРМИ МІЖНАРОДНОЇ ПЕРЕДАЧІ ТЕХНОЛОГІЇ

Корпан Дмитро Михайлович, Гнатюк Назар Орестович

студенти 4 курсу спеціальності 056 «Міжнародні економічні відносини»

Національного університету «Львівська політехніка»

Науковий керівник: к.е.н., доцент Адамик Вікторія Віталіївна

доцент кафедри менеджменту і міжнародного підприємництва ІНЕМ

До основних форм міжнародної передачі технології належать [2, 3, 4]:

1. Патентні угоди – міжнародна торговельна угода, за якою власник патенту уступає свої права на використання винаходу покупцеві патенту.
2. Ліцензійні угоди – міжнародна торговельна угода, за якою власник винаходу або технічних знань надає іншій стороні дозвіл на використання у визначених межах своїх прав на технологію.

Ліцензійні угоди бувають наступних видів:

- 1) патентна ліцензія;
- 2) безпатентна ліцензія;
- 3) невиняткова ліцензія;
- 4) виключна ліцензія;
- 5) повна ліцензія.

Об'єктами ліцензій виступають:

- запатентований винахід чи технологічний процес;
- технологічні знання і досвід, ноу-хау;
- промислові зразки (нове художньо-конструкторське рішення, що визначає його зовнішній вигляд);
- товарний знак

Основними видами ліцензійних платежів являються:

- 1) роялті;
- 2) паушальний платіж;
- 3) участь у прибутку;
- 4) участь у власності.

3. «Ноу-хау» – надання технічного досвіду та сертеїв виробництва. Також це знання та досвід наукового, технічного, виробничого та іншого характеру, котрі практично застосовуються в діяльності підприємства, проте ще не стали загальним надбанням. Використання ноу-хау часто забезпечує конкурентні переваги й комерційну вигоду організації, яка їх отримала. Передача здійснюється на основі укладання ліцензійних договорів. Ноу-хау співіснує з патентами, торговими марками і авторським правом та є економічним активом.

4. Франчайзинг – надання прав на використання торговельної марки або фірмової назви, а також надання послуг з технічної допомоги, підвищення кваліфікації робочої сили, організації торгівлі і керування

Крім того, на комерційних умовах технологія передається між країнами в рамках угод про промислове співробітництво, про науково-технічну і виробничу кооперацію, про інвестиційне співробітництво й у багатьох інших організаційно-правових формах.

5. Інжиніринг- – надання технологічних знань, необхідних для придбання, монтажу і використання куплених або орендованих машин і устаткування. Інжиніринг – це послуги з використання технологічних і інших науково-технічних розробок. У цьому полягає його відмінність від ліцензійної торгівлі, де об'єктом купівлі-продажу є сама технологія. Отже, інжиніринг є лише непрямою формою передачі технології.

Різновидом міжнародної передачі технології також є міжнародне технічне сприяння або технічна допомога.

Технічне сприяння – надання країнам сприяння на платній або безкоштовній основі у сферах технології процесів, продуктів та управління. Із погляду ступеня залучення одержувача технічної допомоги можна виділити кілька організаційних видів технічної допомоги:

Технологічні гранти – безкоштовна передача розвиненими країнами технології або фінансових коштів на купівлю технології, навчання персоналу. Фінансова участь одержувача допомоги не передбачається.

Софінансування – передбачає фінансову участь одержувача, що становить меншу частку вартості проекту.

Кримінальні форми передачі технології:

- промислове шпигунство – передача, викрадення або збирання з метою передачі іноземній державі або компанії відомостей у науково-технічній і виробничій сферах, що становлять державну або комерційну таємницю;

- технічне піратство – масовий випуск і продаж технологій-імітацій тіньовими структурами.

Кожна країна прагне удержати передову технологію в національних рамках і тому багато країн обмежують імпорт технологій із метою запобігання іноземної конкуренції та збереження робочих місць.

Література

1. Цивільний Кодекс України №1618-IV ВВР 2008 р. №40 – 44 зі змінами і доповненнями № 435-IV від 16. 10. 2020 р. [online] Доступно: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-1>

2. Матвеев, П. С., 2015. Теоретико-правові аспекти охорони та захисту ноу-хау та комерційної таємниці як об'єктів права інтелектуальної власності при інноваційному векторі розвитку економіки. Європейські перспективи, 2, с. 99-106.

3. Святоцкий, А. Д., 1999. Интеллектуальная собственность в Украине: правовые основы и практика. Киев: Ін Юре.

4. Каница, Ю. М., Шахбазян, К. С., Махновський, Д. С. та Хоменко, І. І., 2015. Трансфер технологій та охорона інтелектуальної власності в наукових установах. Київ: Центр інтелектуальної власності та передачі технологій НАН України

ВПЛИВ ТЕХНІЧНОГО ПРОГРЕСУ НА МІЖНАРОДНУ ТОРГІВЛЮ

Дмитрів Анастасія Василівна, Затхей Ганна Богданівна

студенти 4 курсу, спеціальності 056 «Міжнародні економічні відносини»

Національного університету «Львівська політехніка»

Науковий керівник: к.е.н., доцент Малиновський Юрій Володимирович

доцент кафедри менеджменту і міжнародного підприємництва ІНЕМ

Міжнародна торгівля – це сфера міжнародних товарно-грошових відносин, яка являє собою сукупність зовнішньої торгівлі усіх країн світу. Технологічний прогрес – це розвиток техніки, технологій та організації виробництва, результатом якого є зростання продуктивності праці, коли при інших рівних умовах (наприклад, при невизначених цінах на факторах виробництва) виходить або більший обсяг готової продукції, або попередній, або при менших затратах.

Можливі наступні сценарії впливу технологічного прогресу на міжнародну торгівлю:

1. Якщо темпи зростання об'ємів споживання в країні ростуть такими ж темпами, як і торгівля, то технічний прогрес нейтральний по відношенню до міжнародної торгівлі.

2. Якщо темпи зростання об'ємів міжнародної торгівлі переганяють темпи приросту національного споживання, то вплив технічного прогресу є позитивний. Таке співвідношення відбувається у випадку, коли за незмінних цін темпи росту об'ємів використання імпортованих продуктів ростуть швидше використання експортних.

3. Якщо темпи зростання торгівлі менше темпів зростання обсягів національного споживання, то технічний прогрес впливає на міжнародну

торгівлю негативно. Тоді при інших рівних умовах споживання імпортованих товарів відстає від зростання обсягів споживання товарів, що експортуються.

Технологічний життєвий цикл товару в міжнародній торгівлі має пройти наступні етапи

1. Вихід на внутрішній ринок. Вдосконалення якості товару в процесі його завоювання.

2. Повне задоволення попиту на внутрішньому ринку та початок експорту товарів

3. Вичерпання можливостей відпрацювання технології виробництва товару всередині країни, задоволення потреби в даному товарі більшості потенційних покупців на внутрішньому ринку.

4. Збільшення випуску товару в країнах, у котрі було перенесено виробництво. Задоволення попиту на внутрішньому ринку та початок завоювання товаром ринків у інших країнах та, зокрема, національного ринку країни-розробника.

5. Повне припинення виробництва товару країною-розробником, задоволення решти потреби за рахунок його імпорту. За цих умов дана країна вимушена зайнятися розробкою принципово нового товару.

З метою оцінювання динаміки передачі технологій, котра відбувається через торгівлю високотехнологічними товарами, застосовується показник технологічної ємності торгівлі. Це галузевий показник, котрий відображає частку витрат на дослідження та розробки в загальному обсязі виробництва й торгівлі окремими товарами. Якщо він високий (5-20%), то продукція вважається високотехнологічною, а якщо незначний (1% і менше) – низькотехнологічною.

За 20 років питома вага товарів, які втілюють у собі високі технології, збільшилась у міжнародній торгівлі вдвоє. Так, наприклад, витрати на наукові дослідження і розробки (в % до ВВП) в Ізраїлі у 2018 р. становили 5% проти 4,1% у 2005 р. ; у Південній Кореї відповідно вони становили 4, 8% проти 2,6%; у Швеції – 3,4% проти 3,3%; в Японії – 3,3 % проти 3, 2%; в Австрії 3,2% проти 2,4%; у Німеччині – 3,2 % проти 2,4%; у Данії – 3,1 % проти 2,3%; у США – 2,8% проти 2,5%; а в Україні – 1% проти 0,5 %. Окрім того, експорт високотехнологічних товарів (у % від експорту країни) в Гонконзі у 2018 р. становив 27,8% проти 53,5% у 2000 р. ; у Сінгапурі відповідно він становив 40,8 % проти 26,6%; у Малайзії – 41,2% проти 25,1%; у Китаї – 22,7 % проти 20,2%; у Філіппінах- 38,1% проти 22,1%; у Чехії – 16,3 % проти 9,7%; у Парагваї – 15,6 % проти 9,9 %; у Мексиці- 17,9% проти 15,2%.

Все це сприяє піднесенню загального рівня світового технологічного розвитку, розширює можливості використання технологічних ресурсів менш розвинутими в економічному відношенні країнами.

Згідно існуючих бачень, торгівля майбутнього матиме наступний вигляд:

- стане більш орієнтована на передачу потоків даних інформації через кордони;

- зменшаться торгові витрати;

- штучний інтелект полегшить планування маршрутів;

- відстеження вантажів зменшить логістичні витрати.
- роботи забезпечать розумніше зберігання товарів на складах;
- усі види транспорту стануть більш ефективними, надійними та дешевшими;
- малий і середній бізнес матиме доступ до ринків будь-де у світі;
- Digital технології змінять звички покупців.

Література

1. Иванова, Н., Влияние мирового кризиса на сектор высоких технологий и антикризисная политика в инновационной сфере [online]. – Доступно ; <http://www.analytic-smz.ru/?p=792>
2. Родионова, И. А. и Кокуйцева, Т. В., 2012. Современные тенденции развития промышленности мира. Москва: Издательство РУДН.
3. Костина, К. В., 2009. Система регулювання торгівлі послугами на глобальному рівні. Зовнішня торгівля: право та економіка, 1. с. 41 -47.
4. Статистичні дані про обсяги зовнішньої торгівлі. Офіційний сайт Eurostats [online]. – Доступно < <http://ep.eurostat.ec.europa.eu/>

ФОРМИ ТА МЕТОДИ СУЧАСНОЇ МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ

Вишинська Мар'яна Вікторівна, Бесараб Микола Олексійович

*студенти 4 курсу, спеціальності 056 «Міжнародні економічні відносини»
Національного університету «Львівська політехніка»*

*Науковий керівник: д.е.н., професор Одрехівський Микола Васильович
професор кафедри менеджменту і міжнародного підприємництва ІНЕМ*

Міжнародна торгівля являє собою одну із найбільш досконалих форм зовнішньоекономічних зв'язків. Міжнародна торгівля – торгівля між резидентами різних держав. При міжнародній торгівлі відбувається переміщення товарів та послуг через митні кордони різних держав. Результатом міжнародної торгівлі є виникнення світового ринку та міжнародного поділу праці.

До факторів, що обумовлюють зростання обсягів міжнародної торгівлі належать:

- розвиток міжнародний поділ праці, інтернаціоналізація виробництва;
- активна діяльність транснаціональних компаній на світовому ринку;
- науково-технічний розвиток, яка сприяла оновленню капіталу і виникненню нових галузей промисловості;
- регулювання міжнародної торгівлі в межах СОТ;
- лібералізація міжнародної торгівлі
- розвиток торгово-економічної інтеграції
- здобуття політичної незалежності колишніми колоніальними країнами.

Міжнародна торгівля буває наступних видів:

1. За специфікою об'єкту:

- торгівля товарами;
- торгівля послугами;
- торгівля результатами творчої діяльності.

2. За специфікою взаємодії суб'єктів:

- традиційна;
- зустрічна торгівля;
- торгівля кооперованою й спеціалізованою продукцією.

3. За специфікою регулювання:

- звичайна торгівля;
- торгівля за режимом найбільшого сприяння;
- дискримінаційна торгівля;
- преференційна торгівля.

Метод торгівлі – це засіб здійснення торговельного обміну (торговельної операції чи торговельної угоди). В міжнародній торговельній практиці використовується два основні методи торгівлі:

1. Торгівля напряму.

2. Торгівля через посередників:

- операції з перепродажу;
- комісійні операції;
- агентські операції;
- брокерські операції;

За минулі кілька десятиліть можна виокремити появу таких форм міжнародної торгівлі:

1) торгівля на міжнародних товарно-сировинних та валютних біржах. За рівних умов участі фірм і держав у таких торгах, біржова торгівля дозволяє встановити справедливі ціни на товари, сприяє формуванню міжнародних обмінних курсів валют, а також збільшується капіталізація фірм;

2) міжнародні торги передбачають організацію процесу продажу товарів на конкурсній основі. Ці міжнародні тендери найчастіше оголошуються при закупівлі обладнання, будівельних роботах, послугах інжинірингу, освітніх послугах і тренінгах для персоналу фірм;

3) міжнародний лізинг – це оренда на тривалий термін транспортних засобів, обладнання. Після завершення терміну лізингового договору, орендатор має право викупити обладнання, повернути його лізинговій фірмі, або ж продовжити міжнародний договір оренди. Орендар за таких умов, не маючи достатньої кількості обігових коштів, може розпочати, або продовжити вести бізнес, використовуючи дороговартісну імпортовану техніку і не ставити її на баланс, так як по суті, власником майна є лізингодавець. Доволі часто при розрахунках за оренду використовується експортна продукція, яку виготовляють за допомогою лізингового обладнання;

4) торгівля ліцензіями, яка виникла через необхідність продажу одній країні іншої ліцензії на право користування винаходами, промисловими зразками, товарними знаками;

5) новітні форми міжнародної зустрічної торгівлі. При класичній формі організації бартерної торгівлі між країнами, готівкові розрахунки тут замінюються товарними. Сьогодні ми зустрічаємося із наступними різновидами цієї форми міжнародної торгівлі:

- світч, як довготривала угода, при якій не користуються грошима, як засобами платежу;

- бай-бек, за яких передбачено розрахунки грошима, проте експортер зобов'язується закупити товар у імпортера, а імпортер використовує у своєму виробництві товар експортера;

- офсет, де передбачено розрахунки і грошима, в тому числі, без зобов'язань експортера щодо обов'язкової закупки товарів імпортера;

б) міжнародна торгівля посилками – головна компанія забирає товари інших підприємств, які публікуються у єдиному каталозі, чи на сайті інтернет – магазину. Головний принцип такої торгівлі – це розподіл за адресами кінцевого споживання укомплектованих посилок, персональна робота з покупцями і організована мережа складів в різних країнах.

В умовах глобалізації світових економічних процесів відбувається розширення торговельних зв'язків між різними країнами з використанням інструментів:

1. Міжнародних бірж – особливих видів постійно діючих ринків, на яких здійснюються угоди з купівлі-продажу масових сировинних і продовольчих товарів, що мають спільні ознаки та є взаємозамінними.

2. Міжнародних аукціонів – спеціально організованих періодично діючих у певних місцях ринків, на яких шляхом публічних торгів у заздалегідь обумовлений час і в спеціально призначеному місці проводиться продаж попередньо оглянутих покупцем товарів, котрі переходять в його власність за умов пропозиції найвищої ціни

3. Міжнародних торгів (тендерів) – методів укладання договорів закупівлі-продажу чи підяду, за якими покупці (замовники) оголошують конкурс для продавців (постачальників) на товар (із заздалегідь визначеними характеристиками) і після порівняння отриманих пропозицій підписують контракт із продавцем (постачальником), що запропонував товар на найбільш вигідних для покупця (замовника) умовах.

Отже, міжнародна торгівля – торгівля між резидентами різних держав. При міжнародній торгівлі товарами відбувається переміщення товарів через митні кордони різних держав. При міжнародній торгівлі послугами клієнти та ті хто надають послуги є резиденти різних країн. Результатом міжнародної торгівлі є виникнення світового ринку та міжнародний поділ праці.

Література

1. Дахно, І. І., 2003. *Міжнародна торгівля*. Київ: МАУП.
2. Рожкова, Т. С., 2015. *Міжнародна торгівля*. Київ: *KiMY*.
3. Соколюк, Г. О. та Футорний, П. В., 2015. Сучасні світові тенденції з проведення міжнародних аукціонів. *Ефективна економіка*, 10 [online] – Доступно: <<http://www.econotny.nauka.com.ua/?op=1&z=4420>>
4. Козак, Ю. Г., Спорек, Т. та Молендовський, Е., 2015. *Міжнародна торгівля*. Київ-Катовіце-Краков. Центр учбової літератури.
5. Полішко, Н. Л., 2011. Особливості укладання договорів на торгах, аукціонах, конкурсах. *Юридична наука*, 4-5. с. 24-30.

**ОЦІНКА ДИНАМІКИ УМОВ ТОРГІВЛІ ДЛЯ ЕКОНОМІКИ
УКРАЇНИ В 2000-2010 РР.***Верон Іванна Володимирівна, Вихрест Марія-Діана Ігорівна**студентки 4 курсу, спеціальності 056 « Міжнародні економічні відносини »
Національного університету « Львівська політехніка »**Науковий керівник: д.е.н., професор Одрехівський Микола Васильович
професор кафедри менеджменту і міжнародного підприємництва*

Зовнішня торгівля України у період 2008-2010 рр. розвивалася під впливом двох визначальних подій: членства у СОТ, набутого в 2008 р., та світової фінансово-економічної кризи 2007-2010 рр. Членство в СОТ надало національним експортерам низку переваг, пов'язаних зі скасуванням квотування експорту української металопродукції, зменшенням антидемпінгових обмежень тощо. Разом з тим, зміцнення позицій України на зовнішніх ринках не змогло відвернути обвальне скорочення обсягів експорту України.

Слід зазначити, що в 2000 р. в Україні, вперше з моменту отримання незалежності, зафіксовано економічне зростання. Численні скандали того року не призвели до уповільнення української економіки. Завдяки реформам тодішнього прем'єр-міністра Віктора Ющенка, в Україні вперше зріс валовий внутрішній продукт (протягом 90-х ВВП постійно знижувався, в 1999 р. проти попереднього року, зниження склало 0, 2% і лише в 2000 р. почалося зростання, яке становило 5,9%.) та істотно зросло промислове виробництво (за підсумками 2000 р. зростання становило 13,2%) [1].

У 2003 р. фактично почав роботу ще один регулятор на фінансовому ринку. Була створена і почала функціонувати Державна комісія з регулювання ринків фінансових послуг (Держпослуг).

З 2005 р. влада спробувала розбудувати в Україні європейську соціально-орієнтовану модель економіки. На першому етапі така політика була обґрунтована, оскільки через значну державну підтримку бізнесу в 1999-2004 роках рівень благополуччя українців був заниженим. Нова економічна епоха в Україні розпочалася після помаранчевої революції. В даний період відчутно змінилися чинники економічного розвитку.

Україна вступила у Світову організацію торгівлі в 2008 р., після 15 років переговорів. Процес приєднання України до СОТ почався в 1993 р. і лише в 2005 р. процес був прискорений. 5.02.2008 р. Генеральна рада СОТ на засіданні в Женеві схвалила вступ України в цю організацію. 16 травня 2008 р. набрав чинності ратифікований Верховною Радою 10.04.2008 р. Протокол про приєднання України до Марракеської Угоди про створення Світової організації торгівлі [2]. Україна стала повноправним 152 членом СОТ.

У нинішньому десятилітті фактично почалася інтеграція України в Євросоюз. 21.02.2005 р. наша країна і ЄС підписали трирічний план дій в цій сфері. Документом було передбачено 270 невідкладних заходів, які українська сторона повинна здійснити при проведенні реформ. У першу чергу, – вступ до СОТ, а також посилення ролі органів, що відповідають за забезпечення демократії і верховенства права. Особливий наголос зробили на забезпеченню

демократичності майбутніх парламентських виборів 2006 р., гарантії свободи слова, проведення податкової реформи і поліпшення інвестиційного клімату.

01.12.2005 р. Євросоюз заявив, що визнає Україну країною з ринковою економікою.

06.04.2006 р. на сесії Європарламенту в Страсбурзі прийняли резолюцію, в якій Європарламент закликав Єврокомісію почати переговори з Україною про асоційоване членство в ЄС.

25.02.2010 р. Європейський парламент проголосував за резолюцію щодо України, в якій, зокрема, міститься пункт про можливість Києва попросити членство в Європейському Союзі.

Восени 2008 р. світова фінансова криза докотилася до України. Національна валюта знецінилася до кінця р. практично вдвічі. В результаті кризи різко впав ВВП, об'єм промислового виробництва, стала зростати інфляція, різко зросло безробіття, були скорочені або «заморожені» зарплати.

Ключовими чинниками поживлення експортної діяльності в Україні у посткризовий період стали [3]:

- зростання попиту на традиційні товари експортної спеціалізації України на ринках країн – торговельних партнерів, що обумовлено більш ефективними антикризовими заходами та швидшим відновленням після кризи;

- зростання світових цін на сільськогосподарську та промислову сировину (ціни на залізну руду за період із грудня 2009 р. по грудень 2010 р. зросли на 80,2 %, пшеницю – на 48, 8 %, олію – на 29, 4 %).

- позитивна динаміка промислового виробництва, продовження реалізації технологічних модернізаційних проєктів та розвиток інвестиційної діяльності у країнах СНД та Азії, що сформувало попит на продукцію українського машинобудування (зокрема, збільшення обсягів експорту транспортного обладнання 5 відбулося у 2010 р. переважно за рахунок нарощування поставок до Росії) та сировинні товари вітчизняного виробництва;

- зняття торговельних обмежень ЄС та інших країнами – торговельними партнерами по відношенню до українського металопрокату, олії, хімічної продукції; зокрема у 2010 р. обсяги зовнішніх поставок соняшникової олії досягли 44 %1 від світового експорту цього виду продукції

Водночас реалізація потенціалу зростання вітчизняного експорту впродовж 2008-2010 рр. гальмувалася низкою чинників внутрішнього та зовнішнього походження, серед яких [3]:

- різке погіршення стану світових товарних ринків у другій половині 2008 року – першій половині 2009 року під час загострення світової фінансової кризи, що проявилася, зокрема, у зниженні цін на чорні метали та одночасному підвищенні рівня цін на енергоносії (природний газ, нафту) в результаті зростання світового енергетичного попиту та підвищення Російською Федерацією експортного мита на вуглеводні;

- зниження попиту на міжнародних ринках продукції інвестиційного спрямування (через зниження обсягів виробничої діяльності) у низці країн – торговельних партнерів України, зокрема, в країнах СНД та ЄС;

- девальвація національних валют низки країн світу (включаючи Україну) протягом 2008-2009 рр., з наступним переважанням ревальваційних тенденцій на вітчизняному валютному ринку (реальний ефективний курс гривні зріс протягом 2010 р. на 9 %), а також стагнації окремих сегментів світового ринку, що призвело до зниження рівня цінової конкурентоспроможності вітчизняної продукції на міжнародних ринках;

- активізація протекціоністських заходів на світових ринках та, зокрема, з боку торговельних партнерів по відношенню до України;

- зниження обсягів експорту сільськогосподарської продукції у 2010 р. на 0,8 % порівняно з 2009 р. (в тому числі пшениці – на 30,6 %) у результаті низької врожайності зернових та запровадження зовнішньоторговельних обмежень;

- низька пропускна спроможність прикордонної транспортної інфраструктури, що суттєво обмежила можливості швидкого реагування на поживлення зовнішнього попиту, обумовивши високі альтернативні втрати вітчизняних експортних виробництв.

Отже, на початку ХХІ ст. глобальні трансформації, спрямовані на лібералізацію торговельних відносин України, набувають нового виміру, оскільки підтверджують складність узгодження гео економічних пріоритетів країни, яка, дотримуючись уніфікованих міжнародними інституціями правил міжнародної торгівлі, змушена захищати свої національні інтереси. Пріоритетом інтеграції України у глобальне економічне середовище залишається забезпечення її зовнішньоторговельних інтересів відповідно до власного потенціалу та обґрунтованих потреб, що й визначає використання нею різних моделей економічної поведінки.

Література

1. Державна служба статистики України, 2020. [online] Доступно: <<http://www.ukrstat.gov.ua/>>
2. Угода Про заснування Світової організації торгівлі № 981_053 від 15.04.1994 р. [online]-Доступно: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_342#Text>
3. Клименко, І. В. та Федірко, О. А., 2011. Три роки членства у СОТ: тенденції зовнішньої торгівлі України у посткризовий період. Київ: НІСД.

ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ ПРОТЕКЦІОНІЗМУ В УКРАЇНІ

Кійко Остап Борисович, Николяк Віталій Васильович

*студенти 4 курсу, спеціальності 056 «Міжнародні економічні відносини»
Національного університету «Львівська політехніка»*

*Науковий керівник: к.е.н., доцент Малиновський Юрій Володимирович
доцент кафедри менеджменту і міжнародного підприємництва ІНЕМ*

Протекціонізм – економічна політика держави, яка виражається в системі взаємопов'язаних заходів, спрямованих на підтримку й захист власних товаровиробників. Політика протекціонізму часто застосовується промислово розвинутими країнами для захисту національних виробників як всередині країни так і за її межами. Протекціонізм використовується багатьма країнами світу для

збільшення виробництва вітчизняних галузей. Політика протекціонізму захищає національну промисловість і сільське господарство, заохочує розвиток вітчизняного виробництва [1, 2].

Розвинуті країни, які декларують принцип вільної торгівлі активно застосовують політику протекціонізму, що значно впливає на розвиток світової економіки. Тому, використання певних видів та інструментів протекціонізму є важливою та необхідно умовою економічного зростання для країн, що розвиваються особливо в сучасних умовах.

Основні форми політики протекціонізму:

- селективний;
- галузевий;
- колективний;
- прихований;
- наступальний;
- неопротекціонізм.

Якщо говорити за Україну, то за 10 років українським урядом впроваджено 94 заходів протекціонізму, по відношенню до торгівлі з 101 країни.

Ключові інструменти захисту українського виробника [1, 3]:

- антидемпінгові заходи;
- імпорнтне мито;
- імпорнтне ліцензування;
- експортне ліцензування;
- загальні захисні гарантії.

Всебічне та зважене оцінювання політики протекціонізму зобов'язує нас визначати її переваги та недоліки. До переваг протекціонізму можна віднести [1, 3]:

- врівноваження пасивного торгового балансу
- захист національного виробництва
- забезпечення захисту молодих галузей національної економіки
- стимуляція власного виробництва в країні

До недоліків протекціонізму належать [1, 3]:

- послаблення конкуренції в економіці і стимулів до її вдосконалення
- падіння ефективності виробництва
- збіднення прилавків магазинів, ріст цін
- позбавлення країни від відповідних переваг міжнародного руху товарів і послуг.

Інструменти для підтримки українського виробника [1, 3]:

- державна фінансова підтримка на дослідження і розробки;
- експортні кредити;
- страхування експорту;
- захист інвестицій;
- пільги та преференції для інвестицій;
- державне сприяння виходу на світові ринки.

Таким чином, розвинуті країни, які декларують принцип вільної торгівлі активно застосовують політику протекціонізму, що значно впливає на розвиток світової економіки. Політика протекціонізму повинна сприяти підвищенню конкурентоспроможності економіки. Незадовільні фінансові результати країни не повинні ставати єдиним чинником для застосування протекційних методів, оскільки вони можуть відображати нестачу новаторства і підприємницької активності і немати нічого спільного з несправедливою іноземною конкуренцією.

Література

1. Келічавий, А. В., 2014. Політика протекціонізму як фактор підвищення конкурентоспроможності економіки країни. Ефективна економіка, 6. [online] - Доступно: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1=3133>
2. Меркель, А., 2012. Протекционизм тормозит рост мировой экономики [online] - Доступно: www.dw.de/dw/article/0,16023317,00.html
3. Серпухов, М. Ю., 2013. Прихований протекціонізм як інструмент сучасної міжнародної торговельної політики. Економіка розвитку (Economics of Development), 4 (68). с. 23-27.

ПРОБЛЕМИ ТА ШЛЯХИ ПОДОЛАННЯ БІДНОСТІ В УКРАЇНІ

Куліш Анастасія, студентка Інституту технологій та підвищення кваліфікації Хамбера (Humber college, Toronto)

Проблема бідності – є однією із най глобальніших проблем у сучасному світі. Дана проблема є найболучішою для українського суспільства, оскільки тут проблема бідності є досить загостреною. А особливість цієї проблеми в Україні є те, що до бідних тут відносять не тільки осіб які не працюють, не мають жодних доходів, але й деякі верстви працездатного населення, що є досить дивним. Проблема малозабезпеченості повинна бути під постійним контролем держави. Як зазначалося у програмі Кабінету Міністрів України, діяльність Уряду повинна бути спрямована на подолання проблем бідності в країні. Ця діяльність повинна містити певну низку програм які б могли збільшити доходи населення, підвищити економічну активність населення, уникнути розшарування населення за рівнем доходів

Наша країна є далеко позаду за рівнем оплати праці відносно інших країн, оскільки реальна заробітна плата постійно знецінюється. Через низький рівень заробітних плат і відсутність зв'язку з ефективністю праці трудова активність постійно падає. Україні притаманний не Європейський стандарт розшарування населення за доходами, а латиноамериканський, де більша частина населення зафіксована із низькими доходами, розрив між бідними і багатими є надто високим.

Подолати дану проблему неможливо, якщо усі дії Уряду будуть спрямовані лише на підтримку нужденних, потрібні такі підходи, які будуть спрямовані як на бідних так і на більш забезпечені прошарки населення. Досвід інших країн

говорить, що успіху можна досягти, якщо спрямувати свою діяльність на розвиток людського капіталу – професійного, творчого, освітнього, наукового.

На сьогодні важливою необхідністю є акцентувати увагу на розвитку ринку праці, розширити зайнятість і забезпечити належний рівень заробітної плати, що повинно стимулювати працівників до активнішої діяльності та покращити виробничий процесу загалом в усій країні. Ефективна політика доходів сприятиме підвищенню рівня життя населення і створення відповідної соціальної структури.

Необхідно корегувати політику подолання безробіття, оскільки є велика кількість осіб які не входять до офіційних даних країни. Є певна тенденція, по якій найбільша частина безробітних зосередження у західних районах країни, це пояснюється відсутність промислових об'єктів. Тому, я вважаю, що держава повинна сприяти розвитку малого і середнього бізнесу, який повинен стати фактором подолання бідності.

Необхідно здійснювати реформи у таких галузях як освіта, наука, охорона здоров'я, які потребують грошових внесків працівників і надають допомогу непрацездатним. Необхідною умовою у подоланні бідності в Україні є реформування соціальної сфери, яке спрямоване на посилення адресності певної допомоги і встановлення величини мінімального доходу. Як засвідчує практика, оптимальним вирішенням даних проблем є розвиток нових технологій, які стосуються підтримки потребуючих сімей у вигляді надання безкоштовних послуг охорони здоров'я, науки, освіти. Говорячи про ефективність надання соціальної допомоги, то існує два її прояви: максимальне охоплення всіх нужденних і мінімальне надання допомоги тим, хто не потребує її.

Основним завданням соціальної підтримки є максимально повне охоплення тих, кому необхідна допомога. Тобто тим людям, які не в змозі самотійно забезпечити себе та своїх дітей хоча б мінімальним рівнем життя. Таким чином усі потребуючі повинні отримувати допомогу у різних формах: грошовій чи товарній, надання безкоштовних послуг, допомога у працевлаштуванні.

Також важливим аспектом у боротьбі із бідністю є поповнення пенсійного фонду, оскільки одною і з груп бідного населення і є пенсіонери. Для покращення їхнього становища в суспільстві необхідно збільшити пенсії і інші соціальні виплати малозабезпеченим верствам населення.

Необхідно суттєво змінити систему пільг в країні. Існування настільки розширеної системи є масштабною проблемою у соціальній політиці. Зазначено наприклад, що військові окрім заробітної плати отримують ще низку різних пільг. Сьогодні в Україні нараховують дев'ять видів багаторазових і чотири види одноразових пільг. Частина цих коштів іде на фінансування і без цього заможних верств населення, а частина на допомогу бідним і малозабезпеченим сім'ям. Проте, більше 70% осіб які отримують пільги є люди які цілком забезпечені за соціальним стандартом.

За даними міжнародних організацій, щодня від голоду і злиднів помирає близько 25 тис. осіб. Близько 60% голодуючих – жінки, 25% діти. Кожних п'ять

секунд у світі помирає одна дитина від голоду. А число людей, які хронічно недоїдають збільшується з кожним роком на 4 млн.

Вирішення проблеми бідності постійно зв'язана з низкою реформ, які повинні враховувати характер, рівень, причина та які наслідки несе дана проблема для країни. Це негативне явище неможливо викоринити за один день, це результат активної діяльності уряду протягом кількох років. Досить швидко шляхом надання субсидій, пенсій, грошових виплат і навіть допомогою продуктами та одягом ми зможемо зупинити і уникнути поширенню абсолютної бідності. Прояви ж відносної бідності пов'язані з нерівністю населення, тому для пом'якшення її рівня держава здійснює активнішу політику. А саме, допомагає у відкритті своєї справи, підвищення кваліфікації, працевлаштуванні.

Література

1. Борисенко М. І. Особливості бідності в Україні. Журнал «Молодий вчений». 2015. №1(16). С. 178-179.

2. Стан безробіття в Україні: [Електронний ресурс]. URL: <http://edclub.com.ua/analitika/stan-bezrobittya-v-ukrayini>

СОЦІАЛЬНІ РИЗИКИ

Мовчан Ігор Ігорович, студент 4 курсу

спеціальності «Фінанси, банківська справа та страхування»

Східноєвропейського університету імені Рауфа Аблязова

Науковий керівник – д.е.н., доцент Гордієнко Людмила Анатоліївна

В умовах сьогодення пріоритетним завданням, для будь-якої країни, є забезпечення максимально високого рівня добробуту громадян і соціальної стабільності в суспільстві. Окреслені завдання можуть бути вирішені за допомогою реалізації ефективної системи соціального захисту населення – соціального страхування.

Державне соціальне страхування є невіддільною складовою соціальної системи країн із розвиненою економікою. Основне призначення соціального страхування – формування грошових фондів, коштом яких: фінансуються витрати, пов'язані з утриманням непрацездатних або осіб, що не беруть участь у трудовому процесі; забезпечується скорочення розриву в рівнях матеріального забезпечення непрацюючого та працюючого населення країни.

Соціальними ризиками, як правило, є – небезпека та загрози, що обмежують економічну самостійність, соціальний добробут й призводять до негативних змін у соціальному стані людини.

У житті громади соціальний ризик має суспільний характер, адже, здебільшого, визначається соціальними умовами й не залежить від окремого індивідуума, а відтак є – вираженням функціонування суспільства, індивідуальний захист від якого неможливий, оскільки він визначений складним комплексом об'єктивних соціально-економічних умов.

Однією зі складових соціального ризику є – безробіття, що виникає в результаті порушення економічної рівноваги в суспільстві, а відтак зумовлює

необхідність державного втручання в регулювання даних процесів.

З метою подолання соціальних ризиків, скорочення рівня безробіття в розвинених країнах ефективно використовується «нетипова зайнятість» [1].

Так, у Німеччині «нетипова зайнятість» містить: часткову зайнятість (із робочим тижнем менше ніж 20 год.); незначну зайнятість; термінову зайнятість та тимчасову зайнятість.

З метою подолання соціальних ризиків, скорочення рівня безробіття в розвинених країнах ефективно використовується «нетипова зайнятість» [1]. Так, у Німеччині «нетипова зайнятість» містить: часткову зайнятість (із робочим тижнем менше ніж 20 год.); незначну зайнятість; термінову зайнятість та тимчасову зайнятість.

Отже, державне регулювання ринку праці, з метою мінімізації соціальних ризиків, залучення приватного сектора та адаптація закордонного досвіду, дозволить значно скоротити рівень безробіття, і як наслідок, скоротити витрати на державну допомогу з безробіття.

Література

1. Кохан В. П. *Нестандартна зайнятість в Україні: виклики часу. Актуальні питання інноваційного розвитку* : Науково-практичний журнал. X. : ФІНН, 2012. № 3. С. 79-84.

2. Новікова О. Ф. *Оцінка соціальних ризиків в регіонах України як підстава для прийняття управлінських рішень щодо їх подолання.* [Електронний ресурс] URL : <http://old.niss.gov.ua/Monitor/Jul08/08.htm>.

3. *Про загальнообов'язкове державне соціальне страхування на випадок безробіття* : Закон України. URL : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1533-14>.

4. *Про мінімальні норми соціального забезпечення* : Конвенція МОП від 28.06.1952 р., № 102. [Електронний ресурс]. URL : http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/993_011.

ALTERNATIVE EMPLOYMENT AS A DRIVING FACTOR OF PROFESSIONAL DEVELOPMENT

*Ivan Davidzenka, Postgraduate student (PhD in economics),
Faculty of economy (International management),
Belarusian State University (BSU), Minsk, Belarus*

Alternative employment reached large-scale changes only in the last years with the development of Internet-technologies that allow assigning and fulfilling work remotely. In this article examined the essence of the gig economy and its influence on company talent attracting strategy.

In most cases, employers cannot afford to hire full-time employees to do all non-core work, so they hire part-time or temporary employees (freelancers) for special projects, what in the end form a generally new **gig economy** – a system of socio-economic short-term relationships.

Online business economy often requires specialized skills such as programming and graphic design [Labour, 2017]. Outdated educational programs that do not bring future benefits in the alternative workforce market can be considered as broadening the horizons, but the need for additional skills to realize the possibility of finding a job as independent specialists is becoming an urgent trend.

The development of gig economy has a socio-economic impact as well, which erases the boundaries of the work performed and increases the activity, involvement and financial interest of task performers, what simultaneously increases the operational efficiency and competitiveness of the business which hire such employees.

Companies link employees to these temporary-jobs through freelancing platforms that are quite new and promising nowadays. By the end of 2023, it is expected that the global gig economy will reach \$455 billion [Mastercard, 2019]. The success of the widespread adaptation of freelancing platforms that provide services (being services themselves) in the era of searching for unique human talents determines requirements not only for employees (their skills, motivation, professional background, portfolio etc.), but for employers (their recruitment policy, organizational structure, culture with which independent workers will contact).

The gig economy in relation to companies and external task performers has a number of advantages, however, there are risks, which task performers should consider before completely, dive in gig economy such as: income stability, personal expenses, taxes, measuring productivity, long-term relationships, trust and culture factor. With its pros and cons, for both independent contractors and corporations, the gig economy occupies a new niche that not only develops business, but also challenges executives, employment centers, legislators, technology manufacturers on the way to ease coexisting of temporary workers and business.

The study tends to cover aspects of gig economy, which could be analyzed by business in order to design solutions to overcome integration barriers. The expansion of the global Industry 4.0 technologies contributes to the development of high-tech directions in all spheres of socio-economic relations, establishing new service and product quality levels. Development of technology helps companies and individuals to solve a wide range of problems, offering solutions for adapting to new competitive and environmental conditions. Through these solutions developed, appear new areas of business activities influencing old and developing new job positions, set up new requirements for business HR and task performer's skills. As more organizations use an alternative workforce – they can adapt their performance management processes to create appropriate interactions between full-time and alternative employees. To leverage talents, organizations can begin a strategic approach to manage alternative workers, what includes understanding the relevant information and interactions to be prepared and shared with workers [Deloitte, 2020, p. 8].

References

1. Deloitte, 2020. *The alternative workforce – creating value and impact through the alternative workforce*. URL: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/us/Documents/human-capital/Alt-Workforce.pdf> (accessed: 13.12.2020).
2. Ilabour 2017. *The online gig economy grew 26% over the past year*. URL: <http://ilabour.oii.ox.ac.uk/the-online-gig-economy-grew-26-over-the-past-year/> (accessed: 13.12.2020).
3. Mastercard, 2019. *The Global Gig Economy: Capitalizing on a ~\$500B Opportunity*. URL: <https://newsroom.mastercard.com/wp-content/uploads/2019/05/Gig-Economy-White-Paper-May-2019.pdf> (accessed: 13.12.2020).

ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ МІЖНАРОДНОЇ ТРУДОВОЇ МІГРАЦІЇ

Галишин Юрій Васильович, Муль Роман Михайлович

*студенти 4 курсу, спеціальності 056 «Міжнародні економічні відносини»
Національного університету «Львівська політехніка»*

*Науковий керівник: д.е.н., професор Георгіаді Неллі Георгіївна
професор кафедри менеджменту і міжнародного підприємництва ІНЕМ*

На рубежі XX-XIX століть міжнародна трудова міграція (МТМ) перетворилася на невід'ємний атрибут сучасної світогосподарської системи. Глобалізація створює нові умови для розвитку цього явища, сприяє глибокій трансформації міграційних зв'язків країн і регіонів світу. Під впливом глобалізації виникли нові тенденції МТМ, обумовлені подальшим поглибленням процесів інтернаціоналізації та інтеграції. Міграційні потоки, інтенсифіковані глобалізацією, усе сильніше впливають на окремі національні економіки, перетворюючись на важливий об'єкт державного регулювання.

Участь України в світових міграційних процесах є надзвичайно активною. Відомо, що українська держава є одним з найбільших донорів трудової міграції в сучасному світі та країною транзиту, через яку проходять більше 10 маршрутів міграції.

Як відомо, до основних причин зовнішніх міграцій населення належать:

1. Збройні конфлікти
2. Переслідування за етнічною ознакою
3. Порушення прав людини
4. Економічні труднощі
5. Екологічні катастрофи
6. Неспроможність урядів налагодити гідний рівень життя

Україна за роки державної незалежності через демографічні процеси втратила понад 6, 5 млн. осіб, а внаслідок зовнішніх міграційних переміщень населення втрати склали від 3 млн. до 4 млн. населення, насамперед через трудову міграцію.

Україна, як передбачено частиною третьою статті 25 Конституції України [1], гарантує піклування та захист своїм громадянам, які перебувають за її межами. Така сама норма міститься у статті 8 Закону України «Про громадянство України» [2]. Вона спрямована на законодавче забезпечення реалізації зазначеного конституційного положення. Також до основних реальних та потенційних загроз національній безпеці України віднесені нелегальна міграція (у війсьній сфері та сфері безпеки державного кордону України) і вплив учених, фахівців, кваліфікованої робочої сили за межі України (у соціальній та гуманітарній сферах). Нелегальна міграція з України до загроз національній безпеці не включена, загрозу національній безпеці з боку нелегальної трудової міграції з України органи державної влади та управління як центральні, так і на місцях недооцінюють.

Структура правового врегулювання трудової міграції, ускладненої іноземним елементом, передбачає [3]:

- міжнародні угоди у сфері трудової міграції;
- національне законодавство;
- правові акти волевиявлення учасників правовідносин, пов'язані з трудовою міграцією.

Аналіз двосторонніх угод України з державами про взаємне працевлаштування та соціальний захист засвідчує широку географію легального працевлаштування українських громадян. Заходи щодо державного регулювання міграційної політики ґрунтуються на тому, щоб, спираючись на наявні науково-технічні та організаційно-фінансові засоби, досягнути упорядкування міграційного простору та взяття під дієвий державний контроль ті міграційні процеси, що у ньому відбуваються.

Тому серед основних завдань і заходів у сучасних умовах є наступні :

- скорочення масштабів нелегальної трудової міграції за межі країни;
- забезпечення соціальної захищеності українських трудових мігрантів за кордоном;
- забезпечення зворотності зовнішніх трудових поїздок;
- якнайширше залучення коштів від закордонної трудової міграції в економіку України;
- запобігання зниженню кваліфікації високоосвічених спеціалістів, внаслідок виконання ними за кордоном низькокваліфікованих робіт;
- недопущення нелегальної міграції, передусім – транзиту нелегальних мігрантів через територію України;

Зважаючи на усе вищезазначене, можемо зробити висновок, що під державним регулюванням трудової міграції варто розуміти системний моніторинг, розробку і застосування на національному, регіональному та міжнародному (глобальному) рівнях системи соціально-психологічних, інформаційних, адміністративних, організаційних, нормативно-правових, ринкових та суспільних механізмів з метою упорядкування процесів, обсягів, якісного складу та інтенсивності переміщення осіб з метою працевлаштування з однієї країни в іншу, а також усіх можливих наслідків, що виникають у зв'язку з цим переміщенням, їх перебуванням, інтегруванням та працевлаштуванням в іншій країні, для досягнення економічної рівноваги та соціальної справедливості на світовому ринку праці. Тому вирішальна роль у регулюванні трудових міграційних процесів, як загалом в Україні, так і в її регіонах, належить управлінню соціально-економічними факторами, тобто такими умовами життя і трудової діяльності, які можуть змінюватися в результаті перерозподілу капітальних вкладень, фонду заробітної плати, суспільних форм споживання.

Література

1. Конституція України від 13.05.1996 р. зі змінами і доповненнями 254к/96-ВР від 01.01.2020 р. [online] Доступно: <<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA-96-%D0%B2%D1%80#Text>>
2. Закон України «Про громадянство України» № 2508-IV від 05.04.2005 р. [online] Доступно: <<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2235-14#Text>>
3. Лошенко, О. В., 2016. Державне регулювання міжнародної трудової міграції у країнах світу. Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі, 5 (77). с.

179-183.

4. П'ятковська, О. Р., 2015. Механізми регулювання міжнародної трудової міграції: визначення операційного поняття. Глобальні та національні проблеми економіки, 8. с. 66-70.

ОСОБЛИВОСТІ ДИСТАНЦІЙНОЇ РОБОТИ ОФІСУ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ: ЕФЕКТИВНІСТЬ ТА МОТИВАЦІЯ

Крушинська Марія-Олена Миколаївна, студент 3 курсу спеціальності 081 «Право»

Львівського національного університету імені Івана Франка

Науковий керівник: к.е.н., доцент Герасименко Олена Вікторівна

*доцент кафедри публічного адміністрування та управління бізнесом факультету
управління фінансами та бізнесу ЛНУ ім. І. Франка*

Актуальність даної тематики головним чином зумовлена ситуацією, що склалася у світі внаслідок стрімкого поширення смертельно небезпечної вірусної інфекції COVID-19. Перед фізичними особами-підприємцями, господарськими товариства та виробничими кооперативами, що мають на меті одержання прибутку та, навіть, органами державної влади та органами місцевого самоврядування постало питання, як за таких умов виконати мету своєї діяльності та отримати очікуваний дохід. У зв'язку з цим багато науковців, економістів, психологів і юристів приділяють значну увагу даній тематиці, зокрема, Євген Килимник, Олексій Москаленко, Дарина Сидоренко, Олександр Слобожан, Денис Лавриненко.

Тому метою цієї роботи є вироблення ефективних методик стимулювання працівників до роботи у дистанційних умовах, систематизація виокремлених фахівцями у наведених вище галузях практичних порад та їх доповнення.

До пандемії відносно незначна частина населення у світі працювала дистанційно на постійній основі. За оцінками МОП, 8% світової робочої сили, або приблизно 260 мільйонів працівників, постійно працювали вдома до пандемії COVID-19. Натомість пандемія очікувано змінила ситуацію. Так, у розпал пандемії – у березні-квітні – в тій чи іншій мірі вдома працювали дві третини (62%) всіх працюючих у США (згідно з панельними даними Gallup). У країнах ЄС ці показники були дещо меншими, проте різниця із ситуацією до пандемії є значною [2]. Щодо ситуації в Україні, то за місяць карантину збільшилась кількість тих українців, які не мають заощаджень – з 39% до 47%, 51% опитаних заявили про зменшення рівня прибутку сім'ї в цілому. Про це свідчать результати проекту Rubicon – дослідження, проведеного компанією Research & Branding Group. Підкреслюється, що більшість опитаних відзначають фінансово негативний вплив нинішньої ситуації з коронавірусом на життя своєї родини. Зокрема, 13% відчувають труднощі ізчасною сплатою рахунків (ЖКГ, мобільний зв'язок тощо) [1].

Психологи наголошують, що багато що залежить від графіку офісної роботи, який у вас був до карантину. Чим гнучкішим він був, тим легше буде увійти в новий режим роботи з дому, і навпаки [3]. Тобто роботодавець повинен

орієнтуватися на те, що в домашніх умовах існують відволікаючі фактори, що зумовлює необхідність адаптації робочого режиму під потреби працівника. Проте слід пам'ятати, що карантин тимчасовий і сильно змінювати режим не варто. Так само звертають увагу і на необхідності забезпечення безперервної роботи. Тобто при переході на дистанційну форму організації праці варто швидко зорієнтуватися та надати усі можливості працівникам для якісного здійснення своїх службових чи посадових обов'язків. Наприклад, в «ArioLawFirm» зазначають: «технічні можливості для віддаленої роботи забезпечені вже не один рік. Отже, окрім стандартних електронної пошти, месенджерів, хмарних сховищ для документів, CRM для контролю виконання завдань співробітниками та білінгування, наша команда підключена до спеціальної корпоративної платформи, що містить у собі робочі чати за кожним окремим проектом, замітки, зустрічі, вкладення та можливість одночасного колективного редагування документів. Таким чином, навіть у разі, якщо буде необхідність повністю перейти на дистанційний режим роботи, ArioLawFirm для цього абсолютно підготовлена» [4].

На мою думку, найкращим стимулом до продовження якісної роботи у такому «незвичному режимі» є додаткові матеріальні заохочення, наприклад, у разі можливості, виплата відсотків від доходу за виконану роботу.

Ще однією проблемою, з якою стикаються роботодавці в ході здійснення підприємницької діяльності в нових умовах є тривога та невизначеність [5]. У цьому випадку рекомендується забезпечити працівника максимально комфортними умовами, це можуть бути дружні наради колективу без обговорення робочих тем, корпоративні вечірки онлайн, а також і сам працюючий може створити для себе «домашній офіс», де приємно та комфортно працювати. Також має негативний вплив на продуктивність постійний потік інформації пов'язаної з кількістю випадків захворюваності та смертності, тому рекомендовано обмежити такі ресурси.

Отже, на даний момент дистанційна робота є необхідністю. Проте для ефективної організації робочого процесу потребується тісна співпраця роботодавця та працівника, а також, як зазначають експерти, розуміння збоку близьких, що, хоча, особа і знаходиться вдома, але вона виконує свої професійні чи службові обов'язки.

Література

1. Карантин: 51% українців заявили про зменшення рівня прибутку сім'ї – опитування: веб-сайт. URL: <https://www.epravda.com.ua/news/2020/04/27/659869/> (дата звернення: 10.12.2020).

2. Коронавірус і дистанційна робота: що зробила держава : веб-сайт. URL: <https://www.cedos.org.ua/uk/articles/koronavirus-i-dystantsiina-robota-shcho-zrobyla-derzhava> (дата звернення: 10.12.2020).

3. Пережити карантин і не перетворити роботу з дому в муку. Поради психолога: веб-сайт. URL: <https://biz.liga.net/hr/all/opinion/perejit-karantin-i-ne-prevratit-rabotu-iz-domu-v-muku-sovety-psihologa> (дата звернення: 10.12.2020).

4. Переходити на дистанційну роботу чи працювати в офісі? : веб-сайт. URL: <https://jur-gazeta.com/golovna/perehoditi-na-distanciynu-robotu-chi-pracyuvati-v-ofisi.html> (дата звернення: 09.12.2020).

5. Почути український бізнес в умовах пандемії : веб-сайт. URL: <https://www.ua.undp.org/content/ukraine/uk/home/blog/2020/get-ukrainian-business-heard-during-the-covid-crisis.html> (дата звернення: 09.12.2020).

ОСОБЛИВОСТІ ПРОЦЕСУ ПРОФЕСІЙНОГО ВИГОРАННЯ В УМОВАХ ДИСТАНЦІЙНОЇ РОБОТИ

*Вакуленко Валерія Олегівна, студентка 1 курсу
спеціальності 073 «Менеджмент»*

*Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара
Науковий керівник: к. н. із соц. ком., Шевченко Тетяна Сергіївна
викладач кафедри маркетингу та міжнародного менеджменту
Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара*

Дуже часто в умовах діджиталізації працівники стикаються з тим, що вони «вигорають». Однією з причин може бути те, що будь-які зміни в роботі передбачають тривалий час для адаптації, і не всі працівники можуть витримати таку напругу. Сьогодні, коли в світі пандемія, більшість підприємств змушені переходити на дистанційну форму роботи та все більше комп'ютеризувати працю. Тому складним завданням для всіх управлінців стало передбачення професійного вигорання працівників, якщо вони знаходяться в умовах дистанційного спілкування.

Вже багато вчених пропонували свої способи вирішення цієї проблеми. Ще в 1974 році термін «staffburn-out» (вигорання працівників) запропонував американський психіатр Герберт Фрейденберг. У 1976 році американська дослідниця Христина Маслач замість терміна «staffburn-out» запропонувала використовувати поняття «емоційне вигорання» або просто «вигорання» (припинення горіння).

С. О. Мащак трактує професійне вигорання, як синдром фізичного та емоційного виснаження, визначає його складові: розвиток негативної самооцінки, пасивне ставлення до роботи, втрата розуміння й співчуття [1]. Психолог зазначає, що професійне вигорання – це не втрата творчого потенціалу, а емоційне виснаження, що виникає на тлі стресу в процесі міжособистісного спілкування. За словами С. О. Мащак, емоційне вигорання, яке є причиною професійного вигорання – це розплата за співчуття [1].

Ефективними заходами, які може вжити менеджер, аби захистити від вигорання своїх працівників, є:

- скорочення робочого дня. В Україні восьмигодинний робочий день, але працюючи вдома за комп'ютером, працівник не зможе з тою ж продуктивністю виконувати всі функції;

- чіткі задачі. Наприклад, в умовах дистанційного спілкування часто виникають труднощі в розумінні поставлених роботодавцем задач, виконавець може зрозуміти завдання частково або взагалі не зрозуміти, і на розбір самого завдання піде набагато більше часу, ніж на його виконання;

- мотивація. Мотивувати працівників в таких умовах стає важливішим, ніж

раніше. Працюючи дистанційно людина наче не бачить результатів своєї роботи. Тому менеджеру потрібно звертати більше уваги на якісь, навіть не дуже значні успіхи працівників;

- уважне ставлення до поведінки працівника. В першу чергу кожен працівник – це особистість і потрібно помічати, коли в вашого колеги зменшується зацікавленість до роботи та помітно знижується ефективність, бо це є першими симптомами вигорання. Якщо ви помічаєте таку поведінку в своїх працівниках, то починайте вживати запобіжні заходи аби попередити проблему;

- дружня атмосфера. Підтримка в колективі – це не тільки чудовий засіб для запобігання робочих чвар, а й фактор який допомагає працівникам відчувати себе краще та впевненіше;

- актуальним є навчання працівників прийомам психологічної саморегуляції [3].

Отже, в умовах діджиталізації працювати стає важче, бо монотонна, важка та відповідальна робота виснажує працівників, тому потрібно вживати більше заходів для розвантаження працівників, що підвищити їхню працездатність і дати змогу запобігти професійному вигоранню. Менеджер повинен пам'ятати, що діджиталізація – це процес важкий і тривалий, потрібно розумно та зважено планувати роботу та не перезавантажувати своїх підлеглих. Таким чином, менеджер може за допомогою правильних управлінських дій знижувати ризик професійного вигорання працівників.

Література

1. Мацак С. О., (2012). Професійне вигорання особистості як соціально-психологічна проблема. Науковий вісник Львівського державного університету внутрішніх справ, №2 (1). URL: https://www.lvduvs.edu.ua/documents_pdf/visnyky/nvsp/02_2012_1/12msospp.pdf

2. Бурлакова Ю., (2020) Эффект феникса: как возродиться и зпламени 2020 года, даже если вы сов сем выгорели. Forbes: сайт. 27. 11. 2020. URL: <https://www.forbes.ru/forbeslife/414859-effekt-feniksa-kak-vozrodit-sya-iz-plameni-2020-goda-dazhe-esli-vy-sov-sem-vygoreli>

3. Драб Я. М., (2012). Психічна саморегуляція у формуванні готовності до роботи оперативного персоналу електроенергетичного підприємства. Вісник Національного університету оборони України, № 2 (27). URL: file:///C:/Users/admin/Downloads/Vnaou_2012_2_31.pdf

КОНЦЕПЦИЯ ДОГОНЯЮЩЕГО РАЗВИТИЯ

*Горновская Оксана Юрьевна, магистрант 2 курса
специальности 1-25 80 02 Мировая экономика*

Гомельского государственного университета им. Ф. Скорины

*Научный руководитель: д. э. н., профессор Сорвиров Борис Владимирович,
профессор кафедры экономической теории и мировой экономики ГГУ им. Ф. Скорины*

Современный этап исторического развития можно охарактеризовать как процесс всемирной экономической, политической, а также культурной интеграции. Речь идет о возрастающей глобализации, основой которой стало

возникшая в последнее десятилетие XX века легкость перемещения капитала, информационная открытость мира, технологическая революция, приверженность развитых индустриальных стран либерализации движения товаров и капитала [1].

Глобализация не стирает самобытность национальных экономик, а, наоборот, побуждает задуматься, как встроить свою специфику развития страны в процессы модернизации и решения других важных задач общественного воспроизводства. Кроме того, в условиях глобализации поиск путей для создания мощного потенциала и обеспечение устойчивого экономического роста – проблема каждого государства [2]. Одни страны находят ответ на данный вопрос и вырываются вперед, другие же находятся на стадии стагнации экономики, пытаясь вырваться из бедности.

Со второй половины XX века широкое распространение получил такой экономический феномен как «догоняющее развитие национальной экономики», то есть этап в развитии некоторых стран, преследующих цель преодолеть разрыв в уровнях социально-экономического развития между лидирующими и отстающими странами, путем повторения исторического пути, пройденного более зрелыми странами.

Основы стратегии догоняющего развития были заложены в XIX веке одним из значительных представителей немецкой политической экономики, ученым, который стоял у истоков зарождения немецкой исторической школы, Фридрихом Листом. Однако следует отметить, что в настоящее время все составляющие в плане необходимых экономических и институциональных преобразований, учеными до сих пор еще четко не сформулированы.

Не так много стран, которые в исторически короткий срок успешно достигли цели ликвидации разрыва в уровне социально-экономического развития, совершив экономический рывок и институциональную перестройку, что в последующем существенно улучшило их позиции в мировом сообществе. Наиболее ярким представителем такого экономического рывка является Япония. Она является пионером в этой сфере, вслед за ней сформировалось несколько поколений стран-последователей в азиатском регионе, но, необходимо отметить, вовсе не из-за копирования опыта развитых стран, а благодаря умелому использованию своих конкурентных преимуществ [2, 3].

Вначале японский опыт проведения промышленной политики применяли в своей практике азиатские тигры, вступившие на путь реформ на десятилетие позже. Корея, пребывающая в руинах после войны, также как Япония, Гонконг, Сингапур, Тайвань были аграрными странами, не имеющими своей промышленности. Однако, несмотря на отсутствие природных ресурсов, этим странам удалось добиться экономического процветания, выстраивая вслед за Японией стратегию экспортноориентированного развития, которая позволяла достигать очень высоких темпов роста. Еще спустя десятилетие сформировалась новая волна последователей, среди которых Малайзия, Тайланд и другие страны Юго-Восточной Азии. Но особенно заметно копирование опыта Японии наблюдалось в Южной Корее. Позже этой стратегии следовал Китай [3].

Следует отметить, что если азиатские тигры в ходе реформ сразу же сделали ставку на иностранные инвестиции, как источник новых технологий и полезного управленческого опыта, то Япония строго ограничивала приток иностранного капитала и полностью опиралась только на национальные ресурсы. Здесь необходимо принимать во внимание исторические особенности государства. Многовековая закрытость, психология островного государства, делали движение по пути открытости весьма проблематичным. Однако именно высокая сосредоточенность всего общества, как элиты, так и простого народа, на решении поставленной единой задачи индустриализации страны – явилась энергетическим источником успеха.

Западные страны, критиковали Японию за использование открытых рынков других стран, при этом закрывая с помощью неформальных барьеров доступ на внутренний рынок иностранных товаров и инвестиций. Япония использовала лицензионные соглашения для привлечения необходимых для модернизации технологий. Ограничения на приток прямых иностранных инвестиций в Японию были сняты только в 1970-х годах после создания экономического чуда, но и после этого либерализация доступа на внутренние рынки произошла лишь частично (по ряду продуктов, получивших достаточный уровень развития), барьеры для зарубежных компаний были еще достаточно высоки [2, 3].

Структурная организация экономики Японии в ходе догоняющего развития претерпела колоссальные изменения, она постоянно совершенствовалась, усложнялась, шла по пути уменьшения доли традиционных секторов и увеличения значимости отраслей, основанных на создании инноваций. Японское «экономическое чудо» способствовало тому, что страна уверенным темпом усиливала свои позиции как научно-техническая держава мира.

На примере Японии, которая заняла высокое место в ряду мировых лидеров, показав неожиданно огромные успехи в своем социально-экономическом развитии в исторически короткий срок, можно сказать, что стратегия догоняющего развития должна опираться не столько на традиционные экономико-технологические возможности, сколько на факторы ментальности, на специфику страны с позиции способа жизни и только во вторую очередь – на особенности способа производства.

Одним из факторов догоняющего развития является участие государства в этом процессе. Мировая экономика работает не столько на экономических (воспроизводственных) механизмах, сколько на политических. Глобализация в данном случае служит социальной опорой национального государства, а современное догоняющее развитие становится геополитикой. Догоняющее развитие выявляет историческую необходимость пройти путь рационализации национальной экономики, открытой для науки и практики классикой и неоклассикой, кейнсианством и посткейнсианством, монетаризмом и глобализацией. В этом отношении теоретический базис догоняющего развития изучен мало [2].

Таким образом, растущий интерес исследования концепции догоняющего развития в условиях глобализации связан с тем, что совсем немногим

отстающим странам, которые ставят перед собой цель встать в один ряд с развитыми странами, удастся решить данную задачу. А изучение данной темы позволит догоняющим странам определить, какие необходимы экономические и институциональные преобразования государства, чтобы совершить такой же «рывок», как в свое время его совершили ряд стран в периоды развития индустриализации.

Литература

1. Федотова, В. Г. *Меняющийся мир и глобализация* / В. Г. Федотова // *Знание. Понимание. Умение.* – 2004. – № 1. – С. 47 – 59.
2. Евстигнеева, Л. П., Евстигнеев, Р. Н. *Догоняющее развитие: современная трактовка.* М: институт экономики РАН, 2012. 45 с.
3. Губайдуллина, Ф. С. *Роль прямых иностранных инвестиций в стратегии догоняющего развития* / Ф. С. Губайдуллина // *XII Международная конференция «Российские регионы в фокусе перемен».* Екатеринбург, 16-18 ноября 2017 г. : сборник докладов. – Екатеринбург: Издательство УМЦ УПИ. – 2018. – Ч. 2. – С. 160 – 169.

АНАЛИЗ РЕСУРСНОЙ БАЗЫ ТВЁРДЫХ ГОРЮЧИХ ПОЛЕЗНЫХ ИСКОПАЕМЫХ БЕЛАРУСИ И ВОЗМОЖНОСТИ ИХ ДАЛЬНЕЙШЕГО ПРИМЕНЕНИЯ

Самусев Артур Андреевич, студент 3 курса

*специальности 1-51 01 01 «Геология и разведка месторождений полезных
ископаемых»*

Гомельского государственного университета им. Ф. Скорины

*Научный руководитель: д. э. н. наук, профессор **Сорвилов Борис Владимирович**
профессор кафедры экономической теории и мировой экономики*

На территории Беларуси, помимо прочих, имеются запасы таких полезных ископаемых как бурый уголь, горючие сланцы, торф. Данные природные ресурсы интересны в плане многогранности их использования как топлива, так и получения из них многих компонентов, применимых в различных отраслях промышленности. Рациональное их использование и поиск новых способов применения таких ресурсов становится особенно важным в условиях довольно ограниченных природных ресурсов, расположенными на территории Беларуси.

Широкое распространение на территории Беларуси получил торф, по добыче которого страна занимает 2-е место в Европе. Запасы торфа оцениваются в 4 млрд. т., из которых 20% пригодны к промышленной разработке. Ежегодно добывается 2, 5 млн. т. торфа и производить 1, 4 млн. т. топливных брикетов. Нынешних объёмов достаточно для обеспечения предприятий по производству торфобрикетов. Почти весь объём торфа идёт на внутренний рынок и 100 тыс. т. поставляется на экспорт в страны Европы. Торф ежегодно замещает 470 млн. куб. м. природного газа, обеспечивая порядка 15% местных видов топлива. Торфобрикеты используются в качестве коммунально-бытового топлива на объектах социальной сферы и в частных домохозяйствах, в целом обеспечивая порядка 10% населения Беларуси. Также торф широко используется на

цементных заводах, куда поставляется до 400 тыс. т. торфяного топлива. Важной задачей экономического использования торфяных ресурсов является создание технологии подготовки торфяного топлива для прямого сжигания на цементных заводах без брикетирования и последующего дробления брикетов для сжигания. Применение такой технологии снизит потребление торфа для нужд цементной промышленности фактически в два раза, так как на производство 1 т. брикета расходуется 2 т. фрезерного торфа, а также исключит затраты на брикетирование и дробление брикетов.

Планируется значительное увеличение номенклатуры альтернативной продукции, производство которой основано на глубокой термохимической и биохимической переработке торфа. В данную категорию входят комплексные гранулированные удобрения, регуляторы роста и экологически безопасные средства защиты растений, жидкие гуминовые удобрения с микроэлементами, биологически активные добавки, кормовые добавки, консерванты кормов, биологически активные препараты для животноводства и ветеринарии. Комплексная глубокая переработка торфа обеспечивает получение инновационной продукции с уникальными свойствами. Это торфяной воск, являющийся исходным материалом для производства ряда продукции бытовой химии и лечебных препаратов, это сорбенты для очистки воздушных и водных сред, в том числе от радионуклидов и нефтяных загрязнителей, это ингибиторы коррозии и стойкие нетоксичные красители, активированные угли, торфяной кокс, жидкие и газообразные энергоносители.

Одним из важных источников решения энергетической проблемы Беларуси за счёт собственных ресурсов являются месторождения бурого угля. Общие запасы бурого угля в Беларуси оцениваются в 1, 5 млрд. т. На сегодняшний день в Беларуси разведано три месторождения бурых углей, из которых Житковичское и Бринёвское с общими запасами 99 млн. т. разведаны детально и подготовлены к промышленному освоению. Тонезское месторождение по предварительным подсчётам располагает запасами порядка 42 млн. т. Также установлены многочисленные буроугольные проявления. По качественным характеристикам бурые угли данных месторождений пригодны для использования в качестве энергетического сырья и коммунально-бытового топлива. Они также могут являться сырьём для получения воска, гуминовых удобрений и биостимуляторов роста растений.

В чистом виде бурые угли могут применяться для бытовых нужд населения, для энергетических нужд и слоевого сжигания в котельных установках с колосниковыми топками, пылевидного сжигания в стационарных котельных установках, производства строительных материалов (цемент, известь, кирпич), производства жидкого и газообразного топлива, активированных углей, агломерирования (окускования) и коксования. Окисленные угли можно применять для производства гуминовых препаратов (например, удобрений).

На базе Житковичского месторождения с учётом предварительно разведанных запасов возможно строительство буроугольного карьера годовой мощностью 2 млн. т. Ориентировочная стоимость строительства первой очереди

разреза мощностью в 1,2 млн. т. в год составит 57 млн. долл. США, при увеличении мощности до 2,4 млн. т. потребуются дополнительно 25,7 млн. долл. США. Низшая теплота сгорания данных углей составляет 1500-1700 ккал/кг, влажность – 56–60%. Они пригодны для использования в качестве энергетического и коммунально-бытового топлива после брикетирования совместно с торфом. При строительстве бурогольного карьера мощностью 2 млн. т. в год себестоимость добычи составит 12–15 долл. США за тонну. Энергетики включили бурый уголь в перспективный план освоения местных видов топлива. Планируется добывать около 4 млн. т. в год, что соответствует 3,7% от общего потребления котельно-печного топлива в республике на сегодняшний день и заменит 5-6% импортируемого природного газа.

Прогнозные запасы горючих сланцев на Любанском и Туровском месторождениях оцениваются в 11 млрд. т., промышленные – 3 млрд. т. В настоящее время месторождения не полностью подготовлены к освоению, так как выполнена только предварительная разведка части их площадей. Из-за высокой зольности и низкой теплоты сгорания горючие сланцы в естественном виде не являются эффективным топливом. Они требуют предварительной термической переработки для получения жидкого и газообразного топлива и других ценных продуктов. Новая технология термохимической переработки сланцев методом высокоскоростного пиролиза позволяет рассматривать горючие сланцы Туровского месторождения, как комплексное органико-минеральное сырьё, пригодное для производства высококалорийных энергоносителей (сланцевой смолы и горючего газа). Полукоксы, получаемый в результате пиролиза сланцев, может использоваться для производства строительных и дорожных материалов, минеральных добавок в сельхозпроизводстве.

Из существующих технологий наиболее эффективной и освоенной в промышленном масштабе является технология термической переработки с твёрдым теплоносителем, в основу которой положен разработанный в России метод пиролиза – «Галотер». Эта технология наиболее эффективна для переработки белорусских горючих сланцев. Технологическая схема установок предусматривает получение сланцевой смолы и полукоксового газа, являющихся альтернативными заменителями нефти и природного газа. Дальнейшая их переработка обеспечивает получение моторного, котельного и газотурбинного топлива, а также ценного сырья для химического производства

Литература

1 Лишван И. И. *Состояние и перспективы комплексного использования торфа и торфяных месторождений в народном хозяйстве Белоруссии // Экспресс-информация. – Минск: БелНИИТИ, 1977.*

2 *Концепция энергетической безопасности Республики Беларусь от 17 сентября 2007 г. № 433.*

**ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СОВРЕМЕННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ДЛЯ
ПРЕДОТВРАЩЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ КАТАСТРОФ***Терешин Даниил Александрович, курсант 2 курса**Университета гражданской защиты МЧС РФ**Научный руководитель: д. э. н., профессор Сорвилов Борис Владимирович
профессор кафедры экон. теории и мировой экономики ГГУ им. Ф. Скорины*

Экономическая катастрофа – трагические события, повлекшие за собой необратимые потери экономических ресурсов. Под определение экономических катастроф попадает пожар, несущий за собой не только опасность разрушения зданий, но и угрожает жизням людей. Зачастую пожары несут очень большие экономические потери, а причины возникновения пожаров могут быть вызваны многими факторами, начиная от несоблюдения правил эксплуатации производственного оборудования и электрических устройств, либо их неисправности, и заканчивая умышленным поджогом. Пожар как следствие чьих-то ошибок несет огромные трагедии. [1] Так, например, пожар в торговом центре «Зимняя вишня», произошедший 25 марта 2019 года в России, унес за собой жизни 64 человек, 41 из которых дети [2]. Также относительно недавно произошел еще один крупный пожар 21 века, пожар в соборе Парижской Богоматери случившийся 15 апреля 2019 года. В результате пожара пострадало 3 человека, обрушился шпиль и часть крыши. Предположительной причиной пожара является короткое замыкание. Если пожар в Зимней вишне образовался из-за неисправных пожарных извещателей и по вине сотрудников ТЦ «Зимняя вишня», то пожар в Нотр-Дам-де-Пари можно было избежать, если бы в состав деревянной конструкции крыши и шпиля входили бы специальные добавки, которые защищают от возникновения пожара – антипирены [3]. Согласно ГОСТ 12. 1.033-81, антипирены – это вещества, которые добавляют в состав дерева для снижения горения или полностью его отсутствия. Антипирены изменяют характеристику горючести древесины, тканых материалов и полимеров использование которых связано с опасностью контакта с открытым огнем или нагретым поверхностям способные привести к пиролизу, и к дальнейшему его возгоранию. Как показывает практика, использование новых технологий в пожаротушении – применение специальных добавок – антипиренов – способствует не только повышению эффективности борьбы с пожарами, снижению затрат на борьбу с ними, но и важным фактором в спасении жизни людей от пожаров и безопасности окружающей среды.

Основы действия антипиренов закладываются в следующих принципах:

- при термическом воздействии на антипирен над открытым пламени, идет большое поглощение энергии и выделение негорючих газов что разбавляет воздушную среду;
- изменение процесса пиролиза органических веществ, для образования негорючих газов и негорючего коксового остатка;
- торможение процессов окисления органических веществ, также этот процесс называется ингибированием;
- увеличение образование летучих углеродных веществ, не участвующих в

процессе горения.

Главной задачей антипиренов, безусловно, является эффективная борьба с возгоранием, а также распространению огня на обработанных огнезащитой поверхностях.

По химическому составу антипирены можно разделить на несколько основных групп:

- соединения из неорганической веществ – гидроксиды алюминия, магния; фосфаты и полифосфаты аммония;
- галогеносодержащие соединения;
- фосфорсодержащие вещества;
- интумесцентные добавки;
- полимерные композиты;
- органические коксообразователи.

Гидроксид алюминия – основная область применения – повышение огнестойкости латекса применяемого при производстве ковровых покрытий, а также для производства негорючей эластомерной кабельной изоляции.

Галогеносодержащие антипирены – антипирены, содержащие такие вещества, как F, Cl, Br, I. Чаще всего используют хлор- и бромсодержащие соединения, так как они обеспечивают оптимальное соотношение «цена – качество».

Фосфорсодержащие вещества могут быть как органическими, так и неорганическими. Они активны как в газовой, так и конденсированной фазе. Соединения фосфора в газовой фазе действуют через радикал “PO”, поглощающих активные радикалы “H” и “OH”, которые способствуют распространению пламени.

Интумесцентные добавки. Изобретение относится к антипиренам (интумесцентным коксообразующим антипиренам) – веществам и смесям, предохраняющим материалы органического происхождения от воспламенения и горения.

Интумесцентными (“вспучиваемыми”) антипиренами являются вещества и смеси, которые при действии тепла и пламени расширяются, увеличивают свой объем и образуют твердую вспененную массу, проявляющую теплозащитные свойства по отношению к нижележащему слою материала. Известны различные виды интумесцентных антипиренов неорганической и органической природы. Известны, например, интумесцентные неорганические антипирены типа силиката натрия, вспучивающиеся синтетические филосиликаты, расширяющие природные минеральные вещества, такие как вермикулит.

Полимерные композиты – это материалы, состоящие из полимерной матрицы с заданным распределением в ней усиливающих элементов: волокнистых, дисперсно-уплотненных или слоистых. Физико-механические свойства композитов зависят от структуры и характеристик межфазной границы [5]. В основном физические свойства традиционных композитов не превосходят свойства составляющих их компонентов.

Органические коксообразователи (эко-антипирены). Эти материалы –

окисленные крахмальные реагенты (ОКР), а также окисленный лигнин (ОЛ) – могут найти применение в качестве эффективных огнезащитных пропиток, антипиреновых присадок при изготовлении различных полимерных материалов на базе водорастворимых полимеров и латексов, а также при тушении пожаров, хотя специалисты еще совсем недавно даже не предполагали, что данные природные соединения могут обладать высокими огнезащитными свойствами.

Таким образом, наиболее выгодными антипиренами в плане результата и экономичности из всех выше перечисленных являются гидроксиды металлов, таких как алюминия и магния занимают более 40% всего объемов антипиренов.

Литература

1. Пожар в ТЦ “Зимняя вишня” – URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki> (дата обращения: 06.11.2020).

2. Пожар в соборе Парижской Богоматери – URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki> (дата обращения: 06.11.2020)

3. Антипирены – URL: <https://fireman.club/inseklodepia/antipiren> (дата обращения: 06.11.2020).

4. Варфоломеев С. Замедлители горения нового поколения. – URL: http://tcj.ru/wp-content/uploads/2013/12/2010_1-2_42-45_ognetushenie.pdf (дата обращения: 20.08.2020).

5. Озерин А. Н. Полимерные нанокмозиты: перспективы, возможности, результаты / А. Н. Озерин. – URL: <http://nano.msu.ru/files/conferences/school-2010-04/OzerinAN.pdf> (дата обращения: 20.08.2020).

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО КАК ОСНОВА ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ

Горбаченко Антон Сергеевич

курсант 1 курса ГФ Университета гражданской защиты МЧС РФ

*Научный руководитель: д. э. н., профессор Сорвилов Борис Владимирович
профессор кафедры экон. теории и мировой экономики ГГУ им. Ф. Скорины*

Предпринимательская деятельность – это самостоятельная, осуществляемая на свой риск деятельность, которая направлена на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, продажи различных товаров, выполнения работ или оказания услуг лицами, зарегистрированными в этом качестве в установленном законом порядке [1].

Начальной точкой в предпринимательстве и в создании нового предприятия является именно идея создания нового продукта, либо какой-то услуги для общества. Для того, чтобы принять решение будущему предпринимателю не обойтись без изучения состояния рынка, без того, как идут дела у будущих его конкурентов и прогнозов на вероятные изменения спроса и предложения, а также способности населения купить тот или иной товар. Хорошим примером является изучение положения дел аналогичной сферы деятельности в иных развитых странах мира.

Существует несколько причин, которые служат побудителем людей вести предпринимательскую деятельность и открывают собственные компании:

1. Стремление получить максимальный доход – надежда заработать в

«собственном деле» больше, нежели это удастся в качестве наемного работника.

2. Средство реализации своих возможностей – стремление максимально проявить и реализовать индивидуальные замыслы, способности, инициативу, самостоятельность и творчество, освободившись от необходимости подчинения при работе по найму.

3. Самоутверждение в обществе и своем непосредственном окружении в более значимом социальном статусе.

4. Стремление к успеху и радость творчества при самостоятельной деловой активности.

Но далеко не все бизнес идеи воплощаются в жизнь. Причинами таких, так сказать, провалов может служить влияние негативных внешних факторов, сложившаяся конъюнктура рынка, недостаточное изучение рынка, а также лиц, занимающих в нем ведущую роль, отсутствие денежных средств, необходимых для финансирования своей идеи, а также некоторые кадровые проблемы.

Успех предпринимательства в основном зависит от избранной сферы деятельности, стратегии и тактики управления. Решая проблему создания нового предприятия, предприниматель должен избрать подходящую сферу деятельности, учесть возможности вложения в свое дело собственных и заёмных средств, вычислить возможные сроки окупаемости его вложенных финансовых ресурсов.

Практически безошибочным вариантом предпринимательства будет такая сфера, в которой предприятие начинает функционировать первым и будет иметь возможность предопределять товар, его цену, привлекать различных клиентов и заказчиков. Однако каждый предприниматель, в любом случае, должен иметь свой «запасной» вариант направления деятельности, так как любая предпринимательская деятельность – это риск, а значит нет сто процентного шанса на успех.

Так же следует знать о наличии ряда законодательных ограничений по некоторым видам предпринимательской деятельности. Например, для частного предпринимательства запрещено производство оружия и алкогольной продукции. А по отдельным видам деятельности необходимо иметь специальную лицензию, предоставляющую разрешение на ведение той или иной предпринимательской деятельности. Кроме административных ограничений, существуют и чисто экономические, связанные с преодолением так называемых входных барьеров. Входным барьером следует считать значительный объем первоначальных инвестиций, сверхнормативный срок окупаемости капитальных вложений, высокую степень риска и общую неопределенность в получении коммерческого результата.

Но уже для развития необходимы определенные экономические, социальные, правовые и другие условия. Таким образом, важную социальную роль в развитии предпринимательства играет профессиональная подготовка предпринимателей, формирование определенной социально-культурной предпринимательской среды, социальной ответственности предпринимателя.

Но предприниматели должны практиковать эффективную коммуникацию

как внутри своей фирмы, так и с внешними партнерами и инвесторами, чтобы запустить и развивать предприятие, тем самым позволяя ему существовать. Предпринимателю нужна коммуникационная система, которая связывает персонал его фирмы и соединяет фирму с иными фирмами и клиентами.

Предприниматель должен быть харизматичным лидером, чтобы он мог эффективно донести свое видение до своего персонала и помочь создать сильную команду. Передача видения последователям может быть самым важным актом трансформационного лидера. Убедительные видения дают сотрудникам чувство цели и поощряют приверженность. Видение должно быть сообщено через письменные заявления и через личное общение. Предпринимательские лидеры должны говорить и слушать, чтобы выразить свое видение другим.

Коммуникация играет ключевую роль в предпринимательстве, поскольку она позволяет лидерам убедить потенциальных инвесторов, партнеров и сотрудников в целесообразности того или иного действия. Предприниматели должны эффективно общаться с акционерами.

Невербальные элементы в речи, такие как тон голоса, взгляд в глаза отправителя, язык тела, жесты рук и состояние эмоций, также являются важными средствами коммуникации. Теория коммуникативной адаптации утверждает, что во время общения люди будут пытаться приспособить свой метод общения с другими людьми [2]. Теория «поддержания лица» описывает, как люди из разных культур управляют конфликтными переговорами, чтобы сохранить «лицо» [3]. Модель коммуникаций Хью Рэнка «интенсификация и преуменьшение» может быть использована предпринимателями, разрабатывающими новый продукт или услугу. Рэнк утверждает, что предприниматели должны быть в состоянии усилить преимущества своего нового продукта или услуги и преуменьшить недостатки, чтобы убедить других поддержать их предприятие.

При этом можно быть уверенным, что крепкое социально-экономическое развитие страны зависит от уровня активности, успеха малого и среднего бизнеса. Этот сектор экономики решает проблему занятости населения, обеспечивает социальную адаптацию работников, которые ушли с крупных предприятий, а также создает новые различные ниши и помогает развитию экономического роста.

Литература

1. *Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30. 11. 1994 № 51-ФЗ.* – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5142/8d8cd335130f04a70361eb50fff606c93fc643a/ (дата обращения: 30.09. 2020).
2. *Jordan Soliz, Howard Giles. Language and Communication // The Handbook of Communication Science.* – 2455 Teller Road, Thousand Oaks California 91320, United States: SAGE Publications, Inc. – С. 75–92.
3. *Stella Ting-Toomey, John G. Oetzel. Culture-Based Situational Conflict Model: An Update and Expansion // The SAGE Handbook of Conflict Communication.* – 2455 Teller Road, Thousand Oaks California 91320, United States: SAGE Publications, Inc. – С. 763–790.

ПЕРВИННИЙ ДОКУМЕНТ: РОЛЬ В ОБЛІКУ ТА ВИМОГИ ДО ОФОРМЛЕННЯ

*Циганкова Ольга Вадимівна, студентка 2 курсу
спеціальності 071 «Обліку і оподаткування»*

*Криворізького державного комерційно-економічного технікуму
Науковий керівник: викладач вищої категорії, викладач – методист*

Пономаренко Наталія Віталіївна

Первинні документи – фундамент, на основі якого здійснюється облік. Ефективна організація первинного обліку є актуальним питанням, що потребує оперативного вирішення шляхом розробки його методичного інструментарію. Первинний облік, як початковий етап облікового процесу, генерує оперативну, достовірну інформацію та виступає сполучною ланкою між господарською діяльністю і системою управління суб'єкта господарювання.

В умовах сьогодення стан первинного обліку не повною мірою відповідає рівню розвитку господарської діяльності підприємств і залишається проблемною і трудомісткою ділянкою облікової роботи. На кожному підприємстві кожного дня відбувається велика кількість операцій і кожна з них знаходить первинне відображення в обліковому процесі. Тому, удосконалення документування операцій та упорядкування документообігу є основою раціональної організації праці облікових працівників.

Спочатку звернімося до визначення «первинного документа». Зокрема про нього згадується у двох нормативних актах:

1) у Законі України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» від 16.07.1999 р. № 996-XIV [1];

2) у Положенні про документальне забезпечення записів у бухгалтерському обліку, затверджене наказом Міністерства України від 24.05.1995 р. № 88 [2].

Первинний документ – документ, який містить відомості про господарську операцію[1].

Якщо документ не містить достатньо інформації про операції або взагалі не містить такої, то це не первинний документ.

Первинні та зведені облікові документи складаються в електронному або паперовому вигляді. Вони повинні містити такі реквізити [1];

- назва документа (форми);
- дата складання;
- назва підприємства, від імені якого складено документ;
- зміст і обсяг господарської операції, одиницю виміру господарської операції;
- посади осіб, відповідальних за здійснення операції і правильність її оформлення;
- особистий підпис або інші дані, що дають змогу ідентифікувати особу, яка брала участь у здійсненні операції.

Підприємство може самостійно розробляти в більшості випадків форми первинних документів за умов дотримання вищенаведених реквізитів з ч. 2 ст. 9 Закону № 996.

Залежно від характеру операції та технології обробки даних до первинних документів можуть бути включені додаткові реквізити: ідентифікаційний код підприємства, установи, з ЄДР, номер документа, підстава для здійснення операції, дані про документ, що засвідчує особу-одержувача тощо.

Комп'ютеризація бухгалтерського обліку обумовила суттєві зміни в організації бухгалтерського обліку – з допоміжного засобу обчислювальна техніка перетворюється на визначальний фактор його організації. Сучасна комп'ютерна система бухгалтерського обліку підприємства оперативно відображає основні господарські процеси, які пов'язані з отриманням різних показників, що характеризують фінансово-господарську діяльність підприємств. В цій обліковій системі інформація формується по єдиному каналу і використовується для всіх потреб управління.

Як відомо, основою облікової системи суб'єктів господарювання є первинний облік, який є оперативно-технічною складовою системи бухгалтерського обліку. Вітчизняні та зарубіжні вчені єдині у думці, що основою первинного обліку є спостереження за господарською діяльністю суб'єкту господарювання, збір даних спостережень, їх реєстрація на паперових і електронних носіях та наступна обробка первинних даних. Найважливішу інформаційну функцію в системі бухгалтерського обліку виконує саме первинний облік, який є сполучною ланкою між господарською діяльністю суб'єкту господарювання та управлінською системою господарської одиниці. Первинному обліку і контролю підлягає кожна господарська операція, тому господарська діяльність є безпосереднім об'єктом первинного обліку.

Професор Ю. А. Кузьмінський вважає, що до системи первинного обліку обов'язково слід включати: елементи методу – документація, інвентаризація, оцінка, калькуляція, рахунки, подвійний запис, а також методика – конкретизація застосування методів, і форму – сукупність алгоритмів для обробки первинних даних і отримання результативної облікової інформації за допомогою заданих технічних засобів [3].

Дані первинного документу, як інформаційна складова, не мають кінцевого логічного змісту також, як і окрема операція в будь-якому технічному процесі. Тому, первинний облік є невід'ємним від облікового процесу взагалі і не може виконувати функцію самостійного виду обліку. Первинний облік є складовим елементом системи бухгалтерського обліку, а саме під системою в системі вищого рівня. В умовах сьогодення стан первинного обліку всіх суб'єктів господарювання не в повній мірі відповідає рівню розвитку господарської діяльності, залишається достатньо трудомістким і має недостатній рівень комп'ютеризації. Сучасні засоби зчитування інформації не знайшли широкого використання серед малого та середнього бізнесу, оскільки побудова автоматизованого первинного обліку потребує значних капітальних інвестицій, що є для них недоступним. Помітно також відсторонення провідних державних

установ, органів та комітетів від наукового підходу рішення питань щодо формування системи первинного обліку і її автоматизації, що позначається, в цілому, настанні всієї системи обліку.

В Україні постійно вдосконалюються податкові документи (зокрема податкові накладні), оскільки розвиток економіки країни має фіскальний характер. Але податкові документи не є первинними обліковими документами, оскільки вони фіксують не факт здійснення господарського процесу, а виникнення об'єкту оподаткування. Тому, можна зробити висновок, що державу не зовсім цікавить стан інформаційного забезпечення суб'єктів господарювання, а суб'єкти господарювання, навпаки, мають практичний інтерес щодо підвищення якості облікової інформації, зменшення її кількості, прискорення процесів обробки для прийняття управлінських рішень на всіх етапах господарювання.

Література

1. *Про бухгалтерський облік і фінансову звітність в Україні: Закон України [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua>.*
2. *Положенні про документальне забезпечення записів у бухгалтерському обліку, затвердженому наказом Міністру України від 24.05.19 Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0168-95#Text95> р. № 88 .*
3. *Кузьмінський Ю. А. Автоматизація оперативного обліку та контролю міжнародних економічних операцій : монографія. К. : КНЕУ, 2001. – 268 с.*

СЕКЦІЯ 2
ДЕРЖАВА ТА СУСПІЛЬСТВО**МІСЦЕВЕ САМОВРЯДУВАННЯ В УКРАЇНІ: ВІД РЕТРОСПЕКТИВИ
ДО СУЧАСНОСТІ**

*Боднарчук Уляна Олегівна, студентка 3 курсу
спеціальності 281 «Публічне управління та адміністрування
Львівського національного університету імені Івана Франка
Науковий керівник: к.е.н., доцент Герасименко Олена Вікторівна
доцент кафедри публічного адміністрування та управління бізнесом*

В умовах глобальних змін, пов'язаних з обранням європейського напрямку розвитку, побудова України як демократичної, соціальної та правової держави актуалізує питання розвитку місцевого самоврядування як однієї з найважливіших ланок державного управління загалом.

Поняття «система місцевого самоврядування» з'явилося в сфері публічного управління в Україні з ухваленням закону «Про місцеві Ради народних депутатів Української РСР та місцеве самоврядування» ще в 1990 р. В Статті 2, яка отримала назву «Система місцевого самоврядування», перелічувалися наступні складові елементи:

- сільські, селищні, районні, міські, районні в містах, обласні Ради народних депутатів та їх органи;
- органи територіального громадського самоврядування (комітети і ради мікрорайонів, житлових комплексів, домові, вуличні, квартальні, дільничні, селищні, сільські комітети та інші органи);
- місцеві референдуми, загальні збори (сходи) громадян, інші форми безпосереднього волевиявлення населення, передбачені законодавством Української РСР [1].

В 1996 р. з ухваленням Конституції України відбулось закріплення загальних засад місцевого самоврядування, яке тепер відокремлювалося від державної влади, що в свою чергу суттєво вплинуло на підходи щодо формування структури поняття «система місцевого самоврядування в Україні» [2].

1 квітня 2014 р. Кабінет Міністрів України ухвалив «Концепцію реформування місцевого самоврядування та територіальної організації влади в Україні», яка визначає основні шляхи вирішення проблем існуючої системи місцевого самоврядування. Ключовими питаннями, які визначають сутність запланованих змін, є:

- визначення обґрунтованої територіальної основи для діяльності органів місцевого самоврядування та органів виконавчої влади;
- створення належних матеріальних, фінансових та організаційних умов для забезпечення здійснення органами місцевого самоврядування власних і делегованих повноважень;

- розмежування повноважень між органами місцевого самоврядування та органами виконавчої влади на різних рівнях адміністративно-територіального устрою за принципами субсидіарності та децентралізації;
- максимальне залучення населення до прийняття управлінських рішень, сприяння розвитку форм прямого народовладдя [3].

Після доопрацювання закону було закріплено, що у містах з районним поділом за рішенням територіальної громади міста або міської ради можуть утворюватися районні в місті ради, а до загального переліку елементів цієї системи було віднесено: територіальну громаду; сільську, селищну, міську раду; сільського, селищного, міського голову; виконавчі органи сільської, селищної, міської ради; старосту; районні та обласні ради, що представляють спільні інтереси територіальних громад сіл, селищ, міст; органи самоорганізації населення

Суттєво вплинули нахід розвитку системи місцевого самоврядування прийняття таких законів України як «Про співробітництво територіальних громад», «Про добровільне об'єднання територіальних громад», «Про засади державної регіональної політики» [4].

З прийняттям Верховної Ради України 16 квітня 2020 року проекту № 2653 про внесення змін до Закону України «Про місцеве самоврядування в Україні», уряд отримав на законодавчому рівні право приймати рішення щодо визначення адміністративних центрів та територій територіальних громад, а також подавати до Верховної Ради України проекти законодавчих актів щодо утворення і ліквідації районів.

Особливої уваги варто приділити пояснювальній записці до цього законопроекту, в якій було вказано, що такі зміни необхідні для того, щоб місцеві вибори 2020 відбулись на новій територіальній основі. Також законопроект ввів такі терміни: адміністративний центр територіальної громади – населений пункт (село, селище, місто), який має розвинуту інфраструктуру та в якому розташовані органи місцевого самоврядування територіальної громади; територія територіальної громади (громада) – територія, в межах якої територіальна громада здійснює свої повноваження щодо вирішення питань місцевого значення в межах Конституції і законів України, як безпосередньо, так і через органи місцевого самоврядування [5].

Зміна територіального устрою України – це одне із ключових завдань 2020 року, пов'язаних з питанням місцевого самоврядування. За півроку Уряд вже затвердив перспективні плани формування територій спроможних громад 24 областей, визначив адмінцентри та затвердив території територіальних громад, направив на розгляд парламенту проект В жовтні відбулись чергові місцеві вибори, які юридично закріпили міські, селищні, сільські територіальні громади і завершили процес формування спроможних громад. Також згодом законодавчо має бути розроблене чітке розмежування повноважень між усіма рівнями органів місцевого самоврядування та виконавчої влади з визначенням джерел фінансування того чи іншого повноваження.

Отже, сучасний стан місцевого самоврядування в Україні, на жаль, ще не

такий, яким б хотілось його бачити в 2020 році, проте зміни, які відбуваються зараз, показують, що наша держава нарешті зробила перші кроки на шляху до становлення ефективної державної влади. Незважаючи на те, що ці зміни ще мінімальні і в більшості лише на законодавчому рівні, важливо те, що ми все таки почали змінювати цю застарілу систему.

Література

1. Про місцеві Ради народних депутатів Української РСР та місцеве самоврядування: закон України від 7 грудня 1990 р. No 533–XII // Відомості Верховної Ради України. – 1991. – No 2. – Ст. 5.

2. Про внесення змін до Закону Української РСР «Про місцеві Ради народних депутатів Української РСР та місцеве самоврядування»: закон України від 26 березня 1992 року No 2234–XII // Відомості Верховної Ради України. – 1992. – No 28. – Ст. 387.

3. Про схвалення концепції реформування місцевого самоврядування та територіальної організації влади в Україні: розпорядження Кабінету Міністрів України від 1 квітня 2014 р. No 333-р. Режим доступу: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/333-2014-p.publish/article?art_id=248081369&cat_id=244274160

4. Про місцеве самоврядування в Україні: закон України від 21 травня 1997 р. No 280/97-ВР. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/280/97-вр>.

5. Закон про місцеве самоврядування – Режим доступу: <https://agropolit.com/news/16111-rada-priynyal-zakon-pro-mistseve-samovryaduvannya-neobhidniy-dlya-provedennya-viboriv>

ОСОБЛИВОСТІ САМООРГАНІЗАЦІЇ НАСЕЛЕННЯ ТА ЇЇ ВПЛИВ НА РОЗВИТОК ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД

Балєс Яна Сергіївна, студентка 2 курсу

Спеціальності 281 «Публічне управління та адміністрування»

Львівського національного університету імені Івана Франка

Науковий керівник: к.е.н., доцент, Герасименко Олена Вікторівна

доцент кафедри публічного адміністрування та управління бізнесом

Становлення громадянського суспільства здійснюється через децентралізацію влади, самоорганізацію населення, посилення мотивації локальних спільнот до саморозвитку на основі самоврядування, використання місцевих ресурсів і власних можливостей. Вміння людини організувати свою діяльність для найповнішої реалізації власного творчого потенціалу шляхом самоактуалізації, самовиховання, самонавчання і самоконтролю є проявом її самоорганізації. Для адміністративно-територіальної реформи самоорганізація населення набуває значення чинника розвитку об'єднаних територіальних громад.

Самоорганізація співвідносна з процесом формування інституційного середовища місцевого життя та взаємовідносин у соціумі на основі вільного вибору правил і процедур для підтримання стійких міжособистісних стосунків. Вона базується на прагненні, готовності й діях місцевих жителів, які поділяють спільний життєвий простір, до поліпшення його економічного, соціального й екологічного становища [1-3].

Сьогодні особливо важливим завданням для України є стимулювання самоорганізації населення у зв'язку з двома основними причинами. По-перше, з розвитком інформаційних технологій та глобалізацією усіх сфер суспільного життя змінюються та ускладнюються проблеми життєдіяльності територіальних громад, тому виникає нагальна потреба в розробці підходів до забезпечення їх сталого розвитку, які у тому числі сприятимуть зменшенню негативних зовнішніх впливів і пов'язаних із ними кризових явищ, а також забезпечуватимуть швидкі й адекватні реакції на них з боку територіальних громад. По-друге, самоорганізація населення забезпечує посилення суб'єктних позицій громадян та їх об'єднань, що є необхідним для формування громадянського суспільства в державі.

Самоорганізація – це ознака діяльності місцевої територіальної громади як соціальної спільноти, тому самоорганізаційний процес визначається як суспільний та такий, що характеризує місцеве самоврядування як сферу функціонування громадянського суспільства. А самоврядування – це ознака функціонування територіальної громади як політичної спільноти, тому самоврядний процес визначається як політичний та такий, що характеризує місцеве самоврядування як політичний інститут [4].

Самоорганізація населення має конкретні організаційно-правові форми, на відміну від самоорганізації загалом. Це одна з форм участі членів територіальних громад у вирішенні окремих питань місцевого значення. В Україні вона найчастіше пов'язується з відповідними інституціями – органами самоорганізації населення. Згідно із Законом України "Про органи самоорганізації населення" це представницькі органи, що створюються жителями, які на законних підставах проживають на території села, селища, міста або їх частин, для вирішення завдань, передбачених цим Законом [2]. Органи самоорганізації населення являють собою інститут безпосередньої демократії, колективну форму реалізації права громадян на участь у місцевому самоврядуванні згідно з принципом субсидіарності.

Коли ж говоримо про самоорганізацію населення в широкому розумінні, то сюди слід віднести всі об'єднання громадян за інтересами, у тому числі неформалізовані об'єднання, які виникають спонтанно, для розв'язання певної актуальної проблеми.

Активний діалог між органами місцевого самоврядування, громадськими організаціями, підприємницькими структурами з такого чутливого питання, що зачіпає інтереси всієї територіальної громади чи її частини, як формування бачення майбутнього стану своєї території та шляхів його досягнення дозволило:

- точно діагностувати те, що найбільше хвилює населення;
- підвищити авторитет органів місцевого самоврядування, зробити передбачуваними і зрозумілими їх дії для всіх мешканців;
- пробудити в територіальній громаді почуття своєї причетності до рішень, які зорієнтовані на ефективний розвиток території;
- об'єднати зусилля з громадою у відстоюванні інтересів перед державною владою та політичною кон'юнктурою;

- гармонізувати інтереси всіх суб'єктів місцевого розвитку та консолідувати територіальну громаду для вирішення життєво важливих для неї проблем;

- визначити на основі консенсусу пріоритетні завдання соціально-економічного розвитку території, заходи щодо їх реалізації та відповідальних за них, джерела фінансування [5].

Залучення різних суб'єктів місцевого розвитку до процесу управління структурує і організовує територіальну громаду. У процесі спільного обговорення загальних проблем і роботи над пошуком шляхів їх розв'язання, люди і організації починають краще розуміти один одного. З'являється можливість зіставлення та узгодження своїх інтересів з інтересами інших груп і територіальної громади в цілому. За рахунок цього відбувається консолідація активної частини територіальної громади на основі усвідомлення загальних інтересів, у людей з'являються нові зацікавленості й можливості [5].

Отже, в Україні розвиток самоорганізації населення територіальних громад відбувається в контексті становлення громадянського суспільства, формування місцевого самоврядування й активної діяльності громадян. Посилення активності населення громад потребує низки заходів законодавчого, організаційного та просвітницького характеру.

Завдяки активній соціальній роботі населення влада розуміє, що саме потрібно людям, на які проблемні аспекти варто звертати увагу. Самоорганізація населення є вагомою рушійною силою у розвитку територіальних громад.

Література

1. Конституція України : Закон України від 28.06. 1996 р. № 254к/96-ВР в редакції від 30.09. 2016 р. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua>.

2. Про органи самоорганізації населення : Закон України від 11.07. 2001 р. № 2625-III в редакції від 06. 12. 2012 р. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2625-14>.

3. Про місцеве самоврядування в Україні : Закон України в редакції від 19.03. 2017 р. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua>.

4. Підкуйко О. Стимулювання самоорганізації територіальної громади як ключовий чинник її сталого розвитку / О. Підкуйко // Збірник наукових праць Національної академії державного управління при Президентові України. – 2012. – Вип. 1. – С. 150-159. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/znpnadu_2012_1_17.

5. Берданова О. В., Вакуленко В. М., Гринчук Н. М., Колтун В. С., Куйбіда В. С., Ткачук А. Ф. Управління розвитком об'єднаних територіальних громад на засадах громадської участі: навч. посіб. / [О. В. Берданова, В. М. Вакуленко, Н. М. Гринчук, В. С. Колтун, В. С. Куйбіда, А. Ф. Ткачук] – К. : – 2017. – 129 с.

ИСТОРИЧЕСКАЯ ПОЛИТИКА КАК ОСНОВНОЙ ИНСТРУМЕНТ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ

Надольская Виктория Ивановна, аспирант

специальности 22.00.05 «Политическая социология»

Института социологии Национальной академии наук Беларуси

Научный руководитель: к. ф. н., доцент Шекин Николай Сергеевич,

*заведующий отделом социологии государственного управления Института
социологии НАН Беларуси*

Распад советского общества ознаменовался глобальными технологическими и коммуникационными трансформациями, социальными кризисами и пертурбациями в обществе и политической системе. Все это привело к формированию новых способов репрезентации прошлого, визуализации и интерактивизации социальной памяти.

Изучение политики памяти претендует в начале XXI века на звание новой парадигмы в гуманитарных науках. В основе данного научного направления лежит понимание социальной памяти исходя из образов прошлого, которые предстают в качестве коллективного конструкта, параметры которого задаются властными отношениями в социуме – отношениями между различными уровнями власти, между высшими элитами и властью, между всеми акторами социального и политического пространства. «Использование образов прошлого в качестве властного ресурса, используемого для легитимации существующего порядка вещей или для обоснования претензий на изменение политического порядка, заставляет говорить о существовании политики памяти как отдельного вида политических отношений в современном мире», считает российский ученый Д. А. Аникин[1, с. 121].

Основная цель исторической политики – консолидация нации на основе государственной версии истории. Но как правило, невозможно объединить все общество одним типом официальной памяти и тогда начинается война памяти, или битва за историю, когда официальная историческая память противостоит контрпамяти. Кроме того, идентичность нации можно построить только на фундаменте общей единой истории.

Однако отметим, что любая память нуждается в визуальном выражении для того, чтобы занять место в сознании граждан, стать неотъемлемым элементом повседневной жизни. Как правило, в каждом социальном и политическом пространствесодержатся определенные модели поведения, наполненные некими символами за счет апелляции к прошлому. Память всегда привязана к некому объекту, соответственно и памятование как процесс обеспечивает возможность неразрывной связи предмета или явления с предшествующим формами их существования.

История легитимирует социальную реальность, придавая ей масштаб и значение в глазах обычных граждан, ведь несмотря на множество источников информации, человек как правило, распознает только отчетливо слышимые сигналы, а соответственно и всю историю видит такой, какой ее представляет

ему государство. Тем самым осуществляется своего рода манипулирование по отношению к сознанию граждан посредством актуализации тех или иных образов прошлого.

Политика памяти выходит на первый план тогда, когда современная социальная и политическая ситуация вызывает потребность в изменении не самого отношения к прошлому, а его отдельных элементов. Определенный тип памяти начинает поддерживаться и транслироваться в том случае, когда вызываемые этой памятью ценности оказываются созвучны приоритетам современной государственной политики. Зачастую, государство предлагает гражданам упрощенный правильный «курс» истории, используя памятки, высказывания первых лиц, литературу, искусство и праздничные ритуалы. Одним из инструментов работы с исторической политикой являются СМИ. СМИ выполняют не только ряд таких функций как информирование, социализацию граждан, критику и контроль, но и обслуживают корпоративные интересы их владельцев и руководителей, манипулируют массовым сознанием. Контроль над страницами истории позволяет установить контроль над народом. Бывают такие периоды в развитии стран, когда официальные представления об истории ложатся в основу неписаного социального контракта государства и граждан. При этом историческая политика становится едва ли не основным инструментом управления обществом. Порой исторические события обмениваются на политическую лояльность большинства граждан страны к правящей власти. В таком случае государство и его лидеры, военная элита и бюрократия оказываются основными двигателями исторического процесса. Кроме того, если в представлениях о будущем преобладает прошлое – то оно же становится желаемым образом будущего, и правящие элиты оказываются не готовыми к изменениям и модернизации [2].

Белорусский ученый, профессор В. Г. Шадурский, анализируя проводимую в Беларуси историческую политику, отметил ряд ее особенностей.

Главная особенность связана с тем, что территория Беларуси длительное время находилась на стыке различных цивилизаций (восточно-христианской и западно-христианской), мировых религий (православием и католицизмом/протестантизмом), геополитических центров сил (евразийской, европейской и Россией) и т.д. Данные противоречия привели к тому, что в белорусском обществе на протяжении столетий, сосуществуют диаметрально противоположные подходы не только к оценке основных этапов и событий белорусской истории, но и к вопросам национально-государственного строительства, выбору государственного языка, определению интеграционных перспектив. В условиях определенной фрагментарности духовно-культурного пространства Беларуси коллективная память и историческая наука превратились в арену борьбы не только представителей исторических школ, но и политических сил. Вопрос о том, какие события нужно отмечать, каких героев чествовать, часто из научно-исторической плоскости переходит в политическую [3, с. 160].

Еще одной особенностью является слабое выражение, до последнего

времени, коллективной воли белорусской нации, ее медленная мобилизация на решение сложнейших национальных и государственных задач.

Кроме того, в данном контексте можно отметить то, что в Беларуси историческая политика является элементом белорусской государственной идеологии, формированию которой белорусское руководство уделяет огромное внимание. Курс государственной идеологии внедрен в учебный процесс вузов. По решению руководства страны создана «идеологическая вертикаль» управления государством.

Таким образом, историческая политика это лишь способ создания приемлемого для государства и общества образа прошлого. Наиболее мощным средством воздействия на сознание является культура, которая с помощью кино, телевидения, искусства, книг формирует картину прошлого. И основная задача молодого подрастающего поколения в том, чтобы, не прибегая к фальсификациям сделать историю, которая бы служила на благо государства. В этом, как раз и должна заключаться главная цель исторической политики.

Литература

1. Аникин, Д. А. Стратегии трансформации политики памяти в современной России: региональный аспект /Д. А. Аникин. – Волгоград : Вестн. Волгогр. гос. ун-та., 2012. – № 3 (18). – 121-126 с.
2. Колесников, А. Историческая политика в России: почему она разобщает, а не объединяет [Электронный ресурс]. /А. Колесников. – Режим доступа <https://carnegie.ru/2017/08/09/ru-pub-72746>. – Дата доступа: 12. 12. 2020.
3. Шадульский, В. Г. Историческая политика в Республике Беларусь: этапы развития и версии интерпретации прошлого / В. Г. Шадульский. – Минск : Труды факультета международных отношений : науч. сборник. – Вып. 5, 2014. – 160 с.

ФІЗИЧНА КУЛЬТУРА ТА СПОРТ В СИСТЕМІ ПАТРІОТИЧНОГО ВИХОВАННЯ СТУДЕНТІВ

*Разонов Максим Васильович, студент III курсу
спеціальності 017 «Фізична культура і спорт»*

*КЗ «Донецький обласний спеціалізований коледж спортивного профілю ім. С. Бубки»
Науковий керівник: заступник директора з навчально-методичної роботи
Дудник Світлана Віталіївна*

Патріотизм, як моральна та етична вища цінність не втратив своєї значущості і актуальності. Патріотизм – поняття дуже широке. Це, перш за все, стан душі, який виражається в небайдужості до долі України, в здатності співпереживати, відчувати біль і радість від того, що відбувається в країні. Цим станом визначаються і думки, і слова, і вчинки людини-патріота.

У сучасних, жорстких соціально економічних умовах підготовка студентів до професійної діяльності – це, перш за все, формування у неї компетентних професійних знань, цілеспрямованості, самостійності, впевненості у власних силах. Загальновідома формула: «Патріотами не народжуються – патріотами стають». Стають під впливом тих чинників, тих умов, в яких існують. Відродження патріотичних відчуттів можна добитися рішенням різних завдань, у

тому числі і через фізичний розвиток молоді, формуванні потреби в здоровому способі життя.

Всі знають латинський вислів «*Menssanaincorporesano*» («У здоровому тілі здоровий дух»). Ідеал гармонійного розвитку людини з'явився в глибокій старовині. Турбота про фізичне здоров'я вважалася в Древній Греції і Римі обов'язковою для кожного громадянина. У всі часи, у всі епохи хлопчиків спеціально навчали і готували до ролі захисника, борця, а дівчаток виховували як натхненників на подвиг своїх близьких. Філософи Древньої Греції вірили, що чоловіки і жінки повинні володіти не лише такими атрибутами, як фізична краса, сила і здоров'я; лише у з'єднанні з моральними і духовними якостями, розвиненими за допомогою вправ і змагань, вони можуть створити досконалу людину, гармонійно розвинену людину у всіх його елементах і діях.

Фізичне виховання, яке постійно збагачує арсенал своїх засобів і методів результатами наукових досліджень, різноманітними елементами рухової активності з культур різних народів і спорту, що інтенсивно розвивається, стало невід'ємним елементом способу життя та істотно впливає на освіту, виховання та здоров'я людини, її місце в суспільстві, життєві позиції, працездатність, комунікабельність, відпочинок, розваги, зняття напруженості й профілактику стресів [1, с. 22].

На думку основоположника теорії фізичного виховання професора А. Д. Новікова, «будь-яка якість може бути вихована лише через діяльність і в процесі діяльності, що не можна зробити людину сміливою, мужньою, колективістом одними розмовами про це. Його треба ставити в умови, що вимагають прояву вказаних якостей» [2, с. 15]. Саме на тренуваннях людина багато разів ставиться в умови для прояву таких якостей, як рішучість, наполегливість, самодисципліна.

Постійне усвідомлене подолання фізичних труднощів, боротьба з наростаючим стомленням виховують волю, упевненість в собі. Саме спортивні тренування і змагання моделюють можливі життєві ситуації, ситуації в навчальному і виробничому колективі. Правила і норми поведінки в спортивній діяльності (колективізм, працьовитість, пошана до суперника і ін.) переносяться в повсякденне життя.

Окрім розвитку фізичних якостей, студенти отримують теоретичні знання з питань здорового способу життя і організації самостійних тренувальних занять, про методи самоконтролю і історії видів спорту.

Жодне змагання не обходиться без його традиційних ритуалів, спортивної символіки з метою патріотичного виховання. Такі моменти, як підйом прапора, виконання гімну, вітання спортсменів, барвисте оформлення місць проведення змагань, нагородження переможців, музичне супроводження, – все це, безумовно, робить виховний вплив на молодь, формує відчуття патріотизму, громадянськості, гордості, честі, відповідальності.

У коледжі існують ефективні методи виховання студентів на спортивних традиціях. На стендах є літопис розвитку спортивної діяльності коледжу. В кабінеті директора – виставка спортивних «трофеїв» (почесні грамоти, пам'ятні дипломи, кубки), стенд з фотографіями, що відображають яскраві моменти

спортивної боротьби. Спорт вищих досягнень – один з елементів патріотичного виховання суспільства.

Він не лише забезпечує усесторонній фізичний розвиток людини, але й сприяє вихованню його морально-вольових якостей. Історія участі спортсменів нашого коледжу на Українських і міжнародних змаганнях – це десятки прикладів прояву високих людських якостей: сміливості, мужності, невичерпної волі до перемоги, цілеспрямованості, працьовитості, патріотизму.

Специфіка спорту – у видовищі, що залучає багатомільйонні маси людей, які переживають перипетії спортивних поєдинків, які активно виражають свої симпатії і антипатії спортсменам і командам. Ці видовища несуть в собі могутній емоційний заряд. У основі відчуття співпереживання і причетності в спорті лежить психологічне ототожнення глядача із спортсменом, навчальним закладом, країною. Заходи «День здоров'я», «Олімпійський день», «День Збройних сил України», «День захисника України» – є найяскравішим прикладом в залученні студентів коледжу до єднання в коло вболівальників або учасників змагань.

Впродовж декількох десятиліть в освіті з'являвся все новий вигляд фізичної культури, удосконалювалися методи тренувань і організація проведення спортивних змагань, але завжди зберігалось вихідне завдання – формування і виховання гармонійно розвиненої людини.

У довершенні можна сказати, що організація патріотичного виховання в нашому коледжі на сучасному етапі – складний управлінський і технологічний процес. Причому, всі змістовні компоненти цього процесу взаємопереплетені, доповнюють один одного, що дозволяє цілеспрямовано, комплексно будувати його.

Література

1. Литвин О. Т. *Історичні передумови і теоретико-методологічні основи сучасної системи фізичного виховання: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. наук із фізичного виховання і спорту: спец. 24.00.02 «Фізична культура, фізичне виховання різних груп населення».* Київ, 2016. 22 с.

2. Новіков А. Д. *Впровадження інноваційних фізкультурно-оздоровчих технологій у систему фізичного виховання вищих навчальних закладів. Фізична культура, спорт та здоров'я нації : зб. наук. праць. Житомир : Вид-во ФОП Євенок О. О., 2017. Вип. 2. С. 15.*

ВПЛИВ АКТИВНОЇ МОЛОДІ НА РОЗВИТОК ТА МАЙБУТНЄ УКРАЇНИ

Миронець Дар'я Леонідівна, студентка 4 курсу

Спеціальність 017 «Фізична культура та спорт»

КЗ «Донецький обласний коледж спортивного профілю ім. С. БУБКИ»

*Науковий керівник: методист виховного відділу **Бабич Вікторія Олексіївна***

Майбутнє країни в першу чергу залежить від молоді, її ініціативності і професійної підготовки. Молодь – активний, енергійний, суспільний прошарок, який має своє місце в соціальній структурі та відіграє особливу роль у

суспільстві. Саме молодь виступає рушієм нових, якісних змін, викликаних назрілим потребам суспільства, держави, міст та селищ. В умовах новітнього процесу децентралізації пріоритетом як держави, так і місцевих громад є залучення молоді до управління громадою та спрямувати її потенціал, енергію на корисні справи.

На жаль, у пошуках кращого життя та роботи багато молодих й кваліфікованих спеціалістів часто виїжджають з громад, з країни і ці негативні процеси тривають. Саме тому важливо, щоб місцеві громади уже зараз, на етапі об'єднання, визначали систему стимулів, які б допомогли зупинити міграцію молодих людей з маленьких населених пунктів. Ще декілька років тому в невеликому містечку навіть в апараті міської ради не було фахівця, який би займався питанням молодіжної політики. Створюються громади, і часто ніхто не думає, чи буде та громада такою, де б молодь могла проявити себе. Що треба зробити, аби у наших громадах, які зараз активно реформуються, на базовому рівні були створені такі умови, щоб не потрібно було молоді виїжджати до великих міст та за кордон. Щоб кожен хотів залишитись в Україні і тут працювати, жити, виховувати дітей, розвиватись.

Що ж наразі потрібно молодій людині у новостворених громадах? Це – комфортні умови для навчання, підвищення свого інтелектуального рівня, хоча б елементарні умови для проживання – благоустрій, добрі дороги, робота, відчуття того, що до тебе прислухаються і усвідомлення твоєї потреби. Наразі ми бачимо покращення на тлі розвитку молодіжних рухів та новостворень молодіжних організацій, не без допомоги органів місцевого врядування. Механізми реалізації молодіжної політики, підтримка руху молодіжних громад та організацій повинні розширюватись, адже вони позитивно впливають на розвиток молодих людей, зокрема на їхню мотивацію. Більше того, що кожна з громад, яка почне системно працювати з молоддю, віднайде і свої креативні методи співпраці з молоддю, і розвитку їхніх навичок. Й у відповідь отримас енергію, натхнення і зацікавленість молодих мешканців громади до позитивних перетворень.

Змінити ситуацію на свою користь під силу кожній громаді й державі в цілому. Без наявного молодіжного середовища в громаді, без молодіжних центрів і просторів досить проблематично запустити будь-яку молодіжну ініціативу. Дійти до того рівня, що є нормальним у ЄС, коли в кожній громаді діє по кілька молодіжних організацій. Створювати різноманітні проекти та навчання разом з представниками місцевої влади, які мають на меті просвіту молоді, формування її активної та свідомої життєвої позиції. На яких учасники не лише будуть здобувають теоретичні знання, а й мають змогу опанувати практичні інструменти спілкування з місцевою владою, інвесторами, волонтерами, медійниками. Багато уваги ватро приділяти таким проектам, котрі дають змогу отримувати нові знання шляхом обміну досвідом з такими саме організаціями з країн, які пройшли шлях євроінтеграційних реформ. Громади різні. Підходи до їхнього розвитку теж мають бути різними. Зараз модними є практики обмінів успішними досвідом в громадах. Цим треба користатися та їздити. Переїмати

досвід та обмінюватися можливостями. Такі спільні проекти та спільна співпраця сприяє інформуванню й вихованню молодих людей в дусі спільних європейських цінностей, сприяючи встановленню партнерських стосунків із європейськими молодіжними неурядовими організаціями, підтримуючи курс України на інтеграцію в європейські структури. Як кажуть в тій же Європі, що знань не буває забагато.

Дуже дієвим методом залучення молоді до громадського життя це створення молодіжної ради. Молодіжна рада – це інструмент молодіжного «голосу» який дає можливість почути молодих людей. Це консультативно-дорадчий орган, який утворюється при органах місцевого самоврядування із представників молоді для консультування, розробки та реалізації молодіжної політики на місцях. Найважливіше те, що молодь сама хоче організовувати власні заходи, виступає їх ініціатором та основним реалізатором. Задача місцевої влади підтримати таку молодь, підвищити її компетенції та показати, що вони не самі у цій галузі, що вони мають багато можливостей для втілення ідей у життя. Основними показниками ефективної молодіжної ради є отримання бюджетних преференцій для цього напрямку та створення майданчиків для прийняття управлінських повноважень в громаді, а саме призначення відповідальних за вирішення цих завдань, що у наш час є надважливим питанням в умовах децентралізації.

Де кілька студентів нашого спортивного коледжу входять до молодіжної ради місцевої ради, тому частіше працюємо зі спортивними компонентами різноманітних програм. На нашу думку, найоптимістичнішими є стратегії розвитку громад на основі спортивної, молодіжної та культурної сфер. Дуже добре, коли до молодіжної ради входять представники різних навчальних закладів та сфер. Кожен реалізує свій «напівпрофесійний» погляд від ідеї до впровадження у життя. Бо молодь – це не майбутнє. Молодь – це сьогодні. І з нею потрібно працювати не завтра, а вже зараз. Не раз у рік на кілька свят, а постійно – на всіх напрямках будь-якого органу самоврядування, долучаючи до вироблення проєктів, рішень.

В умовах погіршення соціально-економічного стану держави молодь потребує першочергової підтримки держави. В Україні законодавство про молодь сформувалося ще на початку незалежності, тобто фактично на радянській основі та уявленнях про роль і потреби молоді. Недосконалість законодавства щодо молоді потребують тотального перегляду та зміни задля посилення рівня захисту та подальшого їх професійного зростання та реалізації. Ситуація з питаннями працевлаштування, соціального захисту, підтримка молодіжних ініціатив та багатьох інших законодавчих норм в нашому суспільстві є досить суперечливою. З одного боку, маємо справу із законодавчо закріпленими правилами, нормами, гарантіями, а з іншого – в реальному житті ці норми не працюють. Наразі державні органи працюють над проєктом Закону, який передбачає розробку Національної молодіжної стратегії. Важливо, щоб в цьому законі найшла відображення Європейська хартія залученості молоді в прийнятті рішень: щоб на всіх рівнях діяли подібні молодіжні ради. Бо насправді

молоді в нас залишилося дуже мало. І боротися потрібно за кожну молоду людину, в кожній громаді.

Література

1. Тетяна Родненкова Соціальна роль освіти. Молодь у пошуках змісту: нові цінності старої системи? // Незалежний культурологічний часопис «І» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ji.lviv.ua/n46texts/rodnenkova.htm>.
2. Анна Сердюк. Молодіжна рада Бахмута: що це, хто там і для чого (інфографіка)//Новини/Вільне радіо [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://freeradio.com.ua/molodizhna-rada-bahmuta-shho-ce-hto-tam-i-dlja-chogo-infografika>
3. Онікієнко В. В., Ткаченко Л. Т. Молодіжний ринок праці України: проблеми та шляхи рішення. – К. : Рада по вивченню продуктивних сил України, Український інститут соціальних досліджень, 2003. .
4. Саволейн В. І. Молодь: її права та соціальне ставлення в сучасній Україні. //Міністерство юстиції. [Електронний ресурс]. - Режим доступу. : Молодь: її права та соціальне становлення в сучасній Україні (minjust.gov.ua)
5. Парламентські слухання «Про становище молоді в Україні» від 20. 12. 2006 р. // www.rada.gov.ua

ПОСЛЕВОЕННЫЕ ПЕРИОДЫ ВОССТАНОВЛЕНИЯ АРХИВА Г. ПИНСКА

*Гончар Ілья Александрович, учасник 2 курсу
Спеціальність: 1-89 01 01 «Туризм і гостеприємство»
Пинський коледж БрГУ імені А. С. Пушкіна
Научний керівник: директор Пинського зонального архіву
Гончар Ольга Сергіївна, магістр бізнес-адміністрування ПолесГУ*

Пинський архів був образован на основі постановлення Совета Народных Комиссаров БССР от 11 февраля 1940 г. «Об организации архивного дела в западных областях Белоруссии» как государственного архив Пинской области. Располагался архив в здании бывшего Окружного суда, верхние этажи которого в 1940 году занял Пинский облисполком. Подвальные помещения, где до 1939 года находились камеры для досудебного заключения, были выделены архиву

Первыми руководителями архива были Мазур Афанасий Ефремович и Кучеров Иван Алексеевич. Штатная численность в 1940-1941 гг. составляла 8 человек.

В довоенные годы в архиве были сконцентрированы документы «польского периода» (1921-1939 гг.), которые не были разбиты на фонды и находились в россыпи.

Планом работы архива на 1941 год была предусмотрена систематизация уже имеющихся 66 тонн документов и прием еще 50 тонн. Но внезапно начавшаяся война перечеркнула все планы...

Эвакуация документальных материалов в глубь страны не производилась. Все имеющиеся документы вместе с имуществом были закрыты на замок, окна и двери архива были забиты досками и заложены кирпичами.

За годы войны имущество архива было разграблено, стеллажи поломаны и сожжены, в помещении архива было организовано бомбоубежище. Часть документов была уничтожена, а остальные были вывезены в здание по ул. Кирова, 1.

14 июля 1944 г. был освобожден Пинск. Деятельность архива была возобновлена в первые послевоенные недели на основании решения Пинского облисполкома от 3 августа 1944 г. Руководителем был назначен Калмыков Василий Афанасьевич, в архиве работало 13 человек. К концу 1945 года сотрудники архива сформировали из россыпи 10 фондов, 310 547 единиц хранения. В несистематизированном виде оставались около 80 тонн документов.

Через 25 лет после образования архива, в 1965 году, на хранении находилось 1528 фондов, 373 065 единиц хранения. Штатная численность составляла 17 человек. На протяжении года сотрудниками архива было принято на хранение 26 961 дело, исполнено 6 538 запросов.

Руководителями архива за период 1944-1965 гг. являлись:

Калмыков Василий Афанасьевич – с августа 1945 г.

Шер Арон Лазаревич – с сентября 1945 г.

Бобовников Олег Петрович – с февраля 1948 г.

Сысоев Михаил Ануфриевич – с апреля 1951 г.

Козулева Елена Степановна – с сентября 1953 г.

В 1986 г. архив переехал в новое здание по ул. Брестской, 139, где и располагается на сегодняшний день.

В 1990 году, через 50 лет после образования, в архиве хранилось 1073 фонда, 136 950 единиц хранения. Штатная численность составляла 19 человек.

За период 1966-1990 гг. руководителями архива являлись:

Кулиш Светлана Анатольевна – с октября 1967 г.

Колосовский Степан Владимирович – с декабря 1970 г.

Васильев Иван Георгиевич – с сентября 1974 г.

Никитина Надежда Валентиновна – с декабря 1986 г.

В 2012 году был опубликован путеводитель по фондам архива

С мая 2014 г. директором архива является Гончар Ольга Сергеевна. Штатная численность составляет 20 человек. На 1 января 2019 г. в архиве хранится 871 фонд, 257 951 единиц хранения.

Литература

1. Жумарь, С. В. *Очерки истории архивного дела в Беларуси (XV в. – 1991 г.)* / С. В. Жумарь, Д. В. Карев, М. Ф. Шумейко. – Минск : Асвета, 1999. – 298 с.

2. Жумарь, С. В. *Ведомственные архивы и отраслевые фонды Республики Беларусь* / С. В. Жумарь. – Минск : Асвета, 2005. – 269 с.

3. *Государственные архивы Республики Беларусь (1944 – 1997). Краткий справочник* / Авт.-сост. А. Н. Михальченко [и др.]. – Минск : БелНИИДАД, 2000. – 476 с.

4. *Приказ Государственного комитета по архивам и делопроизводству Республики Беларусь 15 января 2001 г. № 4 «Об утверждении Устава зонального государственного архива»* // Консультант Плюс: Беларусь. *Технология 3000 [Электронный ресурс]* / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2015.

СЕКЦІЯ 3
МОЛОДІЖНІ ДОСЛІДЖЕННЯ**ОСОБЛИВОСТІ РОБОТИ МЕНЕДЖЕРА З ТУРИЗМУ**

*Шугайло Сандріна Сергіївна, учениця
загальноосвітньої школи №1, м. Жашків*

Туризм завжди був галуззю, яка постійно розвивається, а в наш час цей розвиток став особливо стрімко набирати обертів. Це відбувається завдяки тому, що розширюються, як географічні горизонти мандрівок, так і інтелектуальні, впроваджуються революційні методики і новітні технології. З кожним роком можливості та потреби людей зростають, відповідно і туристичний продукт стає все більш вишуканим і різноманітним.

Якщо говорити про молодь і людей середнього віку, тобто основну цільову аудиторію туристичних сервісів, варто зазначити, що в світі залишилося не так вже й багато тих, хто хоч раз не побував би за кордоном або ж не планує це зробити. Світ став мобільним. Вже ні для кого не дивина попрацювати пару місяців фріланс на Таїті або злітати на вечерю до Парижу.

З кожним роком кількість бажаючих відпочити за межами нашої країни стає все більше. Найвищим професіоналізмом такого фахівця вважається розшифрувати мрію клієнта. Адже багато людей інколи самі не знають, чого хочуть. Можна довго розповідати про визначні пам'ятки Греції, а людині, можливо, хочеться поїхати куди-небудь подалі і побути на самоті. Важливо правдиво розповісти про плюси й мінуси туру, країни, врахувати фінансові можливості клієнта і надати самостійні вибір. Робота менеджера з туризму в туристичному агентстві відрізняється від туроператорської фірми. У першому випадку менеджер в основному оформляє путівки та веде туристів за руку. У туроператорській фірмі колектив великий. Одні бронює квитки, місця в готелях, інші оформляють візи, треті готують рекламні буклети і продають готові маршрути турагентствах. 70% робочого часу в туристичному агентстві займає спілкування з клієнтами.

Замкнений, закомплексований працівник не зможе продати жодної путівки. Потрібно бути веселим, уважним і приємним у спілкуванні. Професіонал розписує красу заморського курорту і вміє слухати клієнта. Дуже важливо для менеджера вміти оперативно дозволити негативну ситуацію, не втрачаючи при цьому робочого ритму. Адже проблема одного туриста не повинна позначитися на інших. Часто в поїздках по рекламних турах всього за тиждень потрібно оглянути масу готелів, їх номерний фонд, інфраструктуру, оцінити екскурсійні програми, вивчити пам'ятки країни. Тут треба мати не тільки чіпку пам'ять, але все записувати і структурувати спостереження. Це знадобиться потім, коли посиляться питання допитливих клієнтів.

Досвідчений менеджер з туризму вільно орієнтується у величезних обсягах інформації і блискавично комбінує різноманітні варіанти відпочинку. Страждають склерозом шлях у цю сферу закритий. Щоб продати закордонний тур, потрібно знати все про даній країні. Менеджер тримає в голові велику

кількість інформації. Висока ступінь особистої організованості, підвішеному мова, плюс вільне володіння іноземними мовами необхідні йому кожен день.

Коли на ринку праці виник попит на менеджерів з туризму, вузи миттєво відреагували на нього. Зараз практично в кожному вузі відкрита спеціальність, що дає можливість працювати в сфері туризму. Щоправда, навчання навіть в державних непрофільних вузах найчастіше платне.

Кар'єра менеджера з туризму починається з помічника менеджера. Спочатку робота на телефоні, потім з клієнтами. Далі можна стати фахівцем по одному з цих напрямів.

Подорожі завжди привертають яскравих і цікавих особистостей, людей успішних і цілеспрямованих. Спілкування з такими людьми ніколи не буває марним, у них можна багато чому повчитися, а вони у свою чергу оцінять ваші знання та досвід, отже це може стати початком прекрасних та корисних взаємовідносин. Найголовніше це: гарні комунікативні здібності, високий ступінь особистої організованості, вміння не губитися, а швидко і вільно орієнтуватися у величезних обсягах інформації при роботі з клієнтами.

Крім цього необхідно добре знати географію, бути до певної міри обізнаним у культурі, історії та соціальній обстановці усіх країн світу. Це дуже важливо для того, щоб надавати достовірні консультації та вміти привернути увагу і зацікавити клієнта.

Література

1. Кіптенко В. К. *Менеджмент туризму: Підручник*. URL: http://pidruchniki.com/1584072020334/turizm/menedzhment_turizmu
2. Кудла Н. Є. *Менеджмент туристичного підприємства: підручник*. К. : Знання, 2012. 343 с.

КОЛІР ЯК КЛЮЧОВИЙ ІНСТРУМЕНТ У МАРКЕТИНГОВІ ТУРИЗМУ

Колісниченко Вікторія Вікторівна, студентка 4 курсу спеціальності 242 «Туризм»

*Східноєвропейського університету імені Рауфа Аблязова
Науковий керівник: к. філол. н. Півньова Лілія Василівна
доцент кафедри готельно-ресторанної справи СУРА*

Туризм завжди перебуває у вирі нових світових викликів, перипетій та бурхливих трансформацій, яким слідує стрімкий розвиток індустрії, а разом з ним і реклами, як одного з найефективніших способів просування турпродукту на ринку. Туризм і реклама в сучасному суспільстві тісно пов'язані: існує велика кількість туристичних журналів, електронних платформ тощо, що формують необхідність не тільки візуально демонструвати колір, але й описувати його вербально.

Мета дослідження – з'ясувати значення кольору (вербальний та невербальний аспект) у маркетингові туризму.

Для того, щоб сучасна реклама була якісною і приносила найкращий результат, недостатньо просто її придумати і продукувати. Сучасна реклама –

цемистецтво, в якому потрібно знати не лише цільову аудиторію. Тепер важлива і форма, і подача, і колір, які в тандемі спрощують міжкультурну комунікацію, забезпечують легке сприйняття, викликають зацікавлення та просування послуги чи продукту.

Безумовно, між колірним потрактуванням і природним сприйняттям людини існує певна залежність. Достовірно встановлено, що кожен колір викликає підсвідомі асоціації. Останній рідко сприймається ізольовано, споглядач, як правило, вибудовує зв'язок його з чимось, що частково надає інформацію про предмет. Мовна система сприйняття кольору відрізняється від наукової «в силу своєї антропоцентричності: на те, як ми описуємо колір об'єктів, впливають як фізичні і психологічні закони сприйняття, так і знання про світ, про функціональне використання об'єктів, які споглядаємо» [1, 111].

Справді, сприйняття кольорів залежить від досвіду і не завжди може однозначно відбивати яку-небудь емоцію. Особливості виховання та культури та й загалом менталітету настільки різночудно відрізняють людей один від одного, що практично повністю виключають можливість однаково впливати на підсвідомість певної групи окресленими кольорами. До прикладу, усталеною є фраза «зелений – колір спокою». Без контексту складно зрозуміти, чи можна погодитися з цим твердженням, а практика показує, що зелений використовується для передачі абсолютно різних смислових відтінків. Згадаймо бренди з зеленими логотипами: зелений у GreenPeace означає екологічність, у деяких банках – фінансову стабільність тощо. «Забарвлюючи», наприклад, тип туризму в зелений колір, туроператори апелюють до сформованих в суспільній свідомості стереотипів, крізь призму яких потенційні туристи зможуть сприймати необхідну інформацію. Як наслідок, маємо в активному життєвому лексико-семантичному варіанті колірних термінів зі вторинним значенням, наприклад: *зелений (сільський) туризм* (зелений колір в туристичній індустрії асоціюється з рослинним світом, натуральністю, відпочинком на лоні природи, переважно, у сільській місцевості).

Багатофункціональний і коричневий колір: його часто використовують для створення відчуття розкоші та привабливості, наприклад, Lamborghini, Porsche та Louis Vuitton, або для створення атмосфери смакоти і задоволення, як у M&M's та реклами інших цукерок. Туризм також зручно огорнув себе коричневою обгорткою, спираючися на свої асоціативні підвалини. Групи мандрівників зацікавлені у якнайшвидшому та вичерпному ознайомленні з туристичними атракціями. Виникає необхідність в інформації про розташування цікавих локацій для подорожувальників та об'єктів сервісу, що зумовлює зростання актуальності інформаційних знаків (заввичай, для них використовують коричневий фон і білі позначення). Уперше коричнево-білі знаки з'явилися у Франції в 70-ті роки ХХ ст., а у 80-ті вони набули поширення в Німеччині та інших країнах Європи. Саме через те в туристичній індустрії побутує думка, що колір туризму – *коричневий*. Це тло легко пізнаване як для жителів країни, так і для іноземців, оскільки стало міжнародним символом. Вибір коричневого фону не випадковий – з усіх кольорів він найменш яскравий і не забиває іншу,

важливішу інформацію з організації руху. Решта користувачів доріг (не туристи) переважно ігнорують інформацію на коричневому тлі без шкоди для уважності. Розуміння значення кольорудопомагає налагодити міжкультурну комунікацію, зорієнтувати, спростити міжнародні контакти, швидше порозумітися [3, 109].

Колір може привертати і відштовхувати, вселяти відчуття спокою і комфорту або буджувати і непокоїти. Білий колір – символ чистоти, прозорості. Вінне викликає особливих емоцій, оскільки споживачей нейтрально ставиться до нього, але він дієвий, якщо потрібно донести інформацію. У поєднанні з чорним (темним) кольором буде виглядати витончено і ніжно, злегка футуристично, тому таке переплетення відмінно підходить для рекламине лише техніки, а й туризму. В туристичному асортименті маємо: *білий (зимовий) туризм* (білий асоціюється із легкістю і спокійним станом душі та, врешті-решт, із зимою; *чорний* або *темний туризм* (чорний, як правило, несе негативний семантичний відтінок та асоціюється з неприємними, подекуди моторошними місцями). Система образів, асоціацій, здатних доносити спеціальні знання «доступною мовою», доповнюючи план мовного змісту, сприяє, насамперед, полегшенню сприйняття інформації і таким чином створює певний вербальний комфорт, що може сприяти швидшому рішенні у придбанні товару чи послуги [3, 103].

Прикметно, у спеціальній лексиці туризму чітко простежується опозиція, яку можуть утворювати не лише контрастні кольоропозначення чорний/білий, а й інші кольорні лексеми, що у звичайному мовному середовищі цього значення не мають, наприклад, *зелений / червоний коридор*. Проходження митного контролю «зеленим коридором» звільняє громадян від заповнення митної декларації, а проходження «червоним коридором» передбачає заповнення громадянами митної декларації, а у разі наявності товарів, що перевищують встановлені норми, – і сплату податків. Для підсилення або підтвердження вербальної інформації такі митні коридори мають додаткові позначення відповідного кольору та написи кількома мовами (*greenchannel/redchannel*); ці візуальні символи, тим більше з елементами кольору, допомагають швидше зорієнтуватися потокам туристів. Додамо й колірне окреслення пандемії коронавірусу, від якої суттєво залежить напрямок розвитку усієї туристичної індустрії. Саме колірні зони стали дороговказом для усієї світової спільноти. Вони по суті дозволяють, обмежують чи забороняють усі глобальні рухи. Отож, розтлумачимо рекомендоване маркування, яке має *зелений, жовтий, помаранчевий та червоний* колір, що пояснюють рівень небезпеки поширення Covid-19. Червоний колір у споглядача асоціюється з експресивністю, силою, агресією, надважливістю і нашо вухе на сильну емоційну реакцію. Саме червоний колір за пандемії змушує зупинитися, тут він означає повну паузу через небезпеку зараження. Він дієвий, якщо в рекламі потрібно виділити якийсь елемент, зацентувати на чомусь увагу. Спостерігач точно запам'ятає це посилання. *Помаранчевий* колір – суміш жовтого з червоним – максимально активний. Він, як правило, асоціюється зі спекотною погодою, викликає відчуття домашнього затишку, і не спричиняє негативних емоцій, але це не про Covid-19. Тут цей колір нагадує про те, що рівень небезпеки зростає і варто готуватися до обмежень. *Жовтий* – найбільш світлий

та сяючий. Перші асоціації, які виникають – променисте сонце, яке пробуджує життєрадісність, зігріває та стимулює розумову діяльність. У ситуації з пандемією, жовтий колір певною мірою зберігає своє конотативне значення, але про повний релакс не йдеться. Якщо за допомогою червоного передають атмосферу небезпеки, то *зелений*, як і описано вище, має розслаблюючу і заспокійливу дію. Отже, можемо констатувати, що «текст обростає новими можливостями, і якщо раніше він був лише фіксацією на папері слова, яке звучить, то зараз це і слово, яке звучить, і зорове зображення, і, звичайно, графіка» [2, 3].

Отже, можна використовувати багато «родзинок», на зразок яскравих кольорів в рекламі та комунікації, працювати на асоціацію, але все таки, кожен колір відіграє свою роль: один привертає увагу потенційних споживачів; інший сприяє осмисленню сутності продукту чи послуги; в тандемі вони можуть полегшити міжкультурну взаємодію, якийсь вплине на зростання запам'ятовуваності реклами; котрийсь підкреслить конкретні якості продукту чи послуги. Але вся кольорова палітра покликана сформувати позитивні відчуття, створити атмосферу зрозумілості і легкості та схилити до наступних дій, наприклад, придбання товару чи послуги.

Література

1. Белявская Е. Г. *Семантическая структура слова в номинативном и коммуникативном аспектах (когнитивные основания формирования и функционирования семантической структуры слова)*. М., 1992. 423 с.
2. Засурский Я. Н. *Медiateкст в современных СМИ. Вестник МГУ. Сер. 10. Журналистика. М.: МГУ. 2005. №2. С. 3–15.*
3. Півнюва Л. В. *Кольоромени в українській лексичній туризму. Українська мова. 2016. № 1. С. 100-110.*

ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ МАРКЕТИНГА

*Жуков Даниил, студент Таллиннской Ласнамяской
механической профессиональной школы (Tallinna Lasnamäe Mehaanikakool)*

Современная экономика характеризуется высоким уровнем динамичности и нестабильности. Для приведения в соответствие внутренних возможностей развития предприятий условиям рынка, одним из наиболее обоснованных средств, в данный момент, является создание и распространение инноваций. В современном мире инновации являются эффективным средством повышения конкурентоспособности, поскольку ведут к созданию новых продуктов и освоению новых рынков, к притоку инвестиций и снижению всех видов издержек.

Наряду с инновационным развитием предприятий, весомое значение приобретают новые подходы в управлении экономикой и новые подходы в управлении маркетингом, когда в условиях подъема экономики должны быть созданы конкурентные преимущества, порождая принципиально новые благоприятные возможности на рынке или же позволяя заполнить

сегментырынка, на которые другие соперники не обратили внимания. Это, в свою очередь, неизбежно приведет к оперативности взаимодействия с клиентами и поставщиками, к рынку, ориентированному на покупателя и инновации.

Каждая маркетинговая инновация в определенной степени является полезной, так как ее появление уже отражает потребность участников рынка в новых продуктах. Выявление этих потребностей, изучение условий внедрения инновации в определенном сегменте потребителей требует знания основ управления инновационной деятельностью, а также способствует глубокому пониманию закономерностей рыночных процессов. Логичным взаимодействием на современном рынке является развитие инновационного маркетинга. Инновационный маркетинг в современном понимании представляет собой единство стратегий, философии бизнеса, функций и процедур управления.

Инновационный маркетинг – это процесс создания, общения, доставки и обмена новыми продуктами, которые больше удовлетворяют требованиям клиентов конкурентно и выгодно, чем существующие решения.

Помимо анализа рынков и факторов внешней среды современный инновационный маркетинг не только изучает сегодняшних потребителей, но и формирует потенциально возможных. Основными компонентами инновационного маркетинга являются уникальность, новизна и нестандартность.

При формировании концепции инновационной маркетинговой деятельности фирмы следует учитывать 4 группы факторов:

1) тенденции развития спроса и внешней маркетинговой среды (рыночный спрос, запросы потребителей, системы товародвижения, правовое регулирование, тенденции в деловых кругах и т.д.);

2) состояние и особенности конкурентной борьбы на рынке, основные фирмы-конкуренты и направления их деятельности;

3) управленческие ресурсы и возможности фирмы, ее сильные стороны в конкурентной борьбе;

4) основные направления развития фирмы, ее глобальные цели и тактические задачи.

Таким образом, концепция маркетинга основана на сегментации, дифференциации и позиционировании. Она направлена на поиск конкурентного преимущества фирмы на рынке и разработку такого комплекса маркетинга (marketing-mix), который позволил бы реализовать это конкурентное преимущество.

Развитие инновационного маркетинга требует создания новой концепции, учитывающей не только понятия, определяющие текущие процессы, но и учитывающие динамические изменения, как в ретроспективе, так и те, которые произойдут в перспективе.

Литература

1. Котлер Ф. *Маркетинг от А до Я*. СПб. : Издательский Дом «Нева», 2003. 126 с.
2. *Global Competitiveness Report 2012-2016* World Economic Forum, Geneva. 2016. 457p.
3. Kleindl, B., Mowen, J., and Chakraborty, G., (1996), "Innovative Market Orientation an alternative strategic orientation in Marketing Research at the Marketing /Entrepreneurship

Interface”, University of Illinois at Chicago, Conference proceedings, pp. 211-228.

4. Nicholas O'Regan, Abby Ghobadian, (2005) "Innovation in SMEs: the impact of strategic orientation and environmental perceptions", *International Journal of Productivity and Performance Management*, Vol. 54 Issue: 2, pp. 81-97.

ОБОСНОВАНИЕ ПРОДВИЖЕНИЯ ПРОДУКЦИИ СТРОИТЕЛЬНОГО СЕКТОРА НА ОСНОВЕ ИНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГИЙ

*Бабура Евгений Андреевич, студент 3 курса
специальности 1-26 02 02 «Международный менеджмент»
Белорусского Государственного Университета
Научный руководитель: Рассеко Юлия Юрьевна, старший преподаватель*

Многие организации рискнули войти в мир интернет-технологий, чтобы открыть новые каналы ведения бизнеса, с целью пожинать обещанные “беспрецедентные” выгоды и создавать богатство. Ожидаемые выгоды включают повышение доходов, конкурентоспособности и прибыли. Однако, несмотря на то, что есть некоторые ранние истории успеха, связанные с использованием интернета (например, Ebay), есть также многочисленные истории компаний, которые потерпели неудачу в своих поисках успеха, такие как Webvan. Даже для компаний, которые не потерпели неудачу, все еще остается вопрос о том, есть ли какие-либо выгоды от использования интернет-технологий, поскольку может быть трудно определить, перевешивают ли выгоды от ведения бизнеса через интернет его издержки. Эта неспособность оценить воздействие интернет-технологий проистекает из двух основных проблем, которые необходимо решить, чтобы облегчить лучшее понимание эффективности движения к интернет-технологиям.

Исходя из данных, полученных из Национальных счетов Республики Беларусь, строительных материалов в 2018 году было продано на 1095951,9 тыс. руб., а в 2019 году – 1240579,2 тыс. руб. Рост составляет 8,9% по сравнению с 2018 годом. Так же доля продажи стройматериалов отечественного производства в общем объеме продажи товаров в 2019 г. составила 47,2% [2].

Данные цифры свидетельствуют о росте рынка продаж строительных материалов, что показывает необходимость выхода на интернет-пространство.

Во-первых, организации должны определить основное обоснование применимости и использования интернет-технологий для их конкретных бизнес-потребностей. Они должны иметь стратегическую точку зрения для разветвления интернета, основанную на разумных бизнес-принципах.

Во-вторых, организациям необходимо определить показатели эффективности, которые позволят им оценить эффективность внедрения интернет-технологий.

Автором проведено исследование группы потребителей строительных материалов посредством анкетирования, в результате чего удалось выяснить:

1. 85% участников удобнее заказывать (покупать) товары в интернете, нежели постоянно ходить и искать их по магазинам;

2. 65% участников очень часто заказывает товары в интернете, 20% участников часто заказывают, оставшиеся 15% иногда заказывают;

3. самые популярные товары, которые участники заказывают это – одежда, обувь, предметы для дома, строительные материалы, электроника, еда;

4. самые популярные интернет-площадки это – onliner.by, deal.by, wildberries.by, e-dostavka.by;

5. основные трудности, которые возникают при заказе товаров в интернете – невозможность потрогать и осмотреть их до момента доставки, боязнь оставлять личные данные в интернете;

6. 80% участников предпочитают оплачивать товары наличными, банковской / кредитной картой при доставке курьером на дом, 20% – готовы оплачивать покупки непосредственно на сайте.

Исходя из полученных данных, можно сказать о готовности потребителя изучаемого сектора приобретать товары и услуги в интернете.

Интернет позволяет покупателю:

1. выбрать товар;

2. сравнить его с похожими (сравнить их характеристики, цену в разных магазинах и т.д.);

3. приобрести товар, не выходя из дома, что актуально для сегодняшней эпидемиологической ситуации в мире;

4. изучить отзывы покупателей данного товара и сделать выводы о том, стоит ли данный товар внимания покупателя или следует поискать что-то иное.

Механизмы реализации товаров строительного сектора посредством интернет-технологий разнообразны. Самыми актуальными из них являются:

1. Создание объявлений на специализированных интернет-площадках (например: deal. by, esoligorsk. by);

2. Создание собственного сайта компании;

3. SMM-продвижение в целевых аудиториях. [3]

Использование данных способов продвижения строительных материалов приведет к следующим экономическим и социальным результатам:

1. лучшее понимание и целенаправленное воздействие на различные целевые группы за счет использования соответствующих их потребностям и интересам инструментов продвижения в интернете; [4]

2. улучшение коммуникаций с потенциальными и существующими клиентами компании за счет расширения использования социальных сетей;

3. создание объявлений от официального лица компании, что будет вызывать больше доверия у потенциальных клиентов;

4. рост узнаваемости компании;

5. повышение уровня деловой репутации, что может способствовать привлечению дополнительных клиентов,

6. рост квалификации сотрудников компании, путем осваивания методов работы в интернете;

7. повышение общей конкурентоспособности компании за счет указанных экономических и социальных эффектов.

Тем более строительные материалы в общем большие по размеру и весят немало, соответственно, покупатели могут заказать доставку на дом и им не придется думать о транспортировке данной продукции.

Рассматривая сектор торговли строительными материалами, да и вообще всего сектора, делаем вывод о том, что в 2020 году людям проще купить товары в интернете.

Литература

1. *Маркетинг в социальных сетях.* – Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/Маркетинг_в_социальных_сетях. – Дата доступа: 10.12.2020.

2. *Оперативные данные Национального статистического комитета, 2019.* – Режим доступа: https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/realny-sector-ekonomiki/vnytrenniya-torgovlya/roznichnaya-torgovlya/operativnye-dannye_13/. – Дата доступа: 10.12.2020.

3. Прохорова А. М. *Основные понятия и инструменты интернет-маркетинга // Наука и современность, 2016. – №46. – С. 114-118.*

4. Жук А. А. *Создание и продвижение сервисов в соц. сетях; БГУ, Механико-математический факультет, Кафедра веб-технологий и компьютерного моделирования; науч. рук. Романчик В. С., 2017.*

ВІТАМІНИ, ЇХ РОЛЬ ДЛЯ ЖИТТЯ

Шиманська Поліна Олегівна, студентка 1 курсу

спеціальності 072 «Фінанси, банківська справа та страхування»

ВСП Уманського фахового коледжу технологій та бізнесу УНУС,

Науковий керівник: викладач вищої кваліфікаційної категорії,

*викладач-методист **Галушко Ліна Борисівна***

ВСП Уманського фахового коледжу технологій та бізнесу УНУС

Для підтримання нормальної життєдіяльності організму потрібні вітаміни. Вітаміни – це низькомолекулярні органічні сполуки різних класів, які в невеликих кількостях, але неодмінно потрібні для забезпечення нормальної життєдіяльності організмів. Вони впливають на процеси обміну і виконують важливі біологічні та біохімічні функції.

Склад вітамінів характеризується наявністю атомів Карбону, Гідрогену, Оксигену й Нітрогену. Всі вітаміни діляться на дві великі групи – розчинні у воді та розчинні в жирах. Водорозчинні – це вітаміни групи В, С, а жиророзчинні – А, D, Е, К. Жиророзчинні вітаміни можуть накопичуватися в організмі, а запаси водорозчинних повинні поповнюватися щодня.

Вітаміни – це обов'язкова і необхідна частина раціону. Вони забезпечують нормальну життєдіяльність організму, беруть участь у процесі засвоєння інших речовин, підвищують опірність шкідливим впливам навколишнього середовища, сприяють підвищенню працездатності людини.

Недоотримання вітамінів у їжі знижує працездатність людини, опірність до захворювань. Причиною вітамінної недостатності може бути не лише дефіцит вітамінів у харчовому раціоні, але й порушення їхнього всмоктування в

кишківник, транспортування до тканин і перетворення в біологічно активну форму.

Вітаміни надходять в організм з продуктами харчування, переважно рослинного походження. В тканинах організму людини вони засвоюються, утворюючи більш складні речовини. Їх значення полягає в тому, що вони є складовою частиною молекул багатьох ферментів та деяких фізіологічно активних речовин, які беруть участь в обміні речовин. Отже, якщо вітаміни не надходять з їжею, то організм не отримує необхідних речовин, що згубно позначається на здоров'ї людини.

Важливість деяких продуктів харчування для запобігання дефіциту вітамінів в організмі людини як запоруці уникнення багатьох хвороб була відома ще в давнину. У 1330 році в Пекіні була опублікована тритомна праця «Важливі принципи їжі і напоїв», де було систематизовано знання про лікувальну роль харчування і необхідність для здоров'я комбінувати різноманітні продукти.

У 1747 році шотландський лікар Джеймс Лінд, перебуваючи в тривалому плаванні, провів експеримент на хворих моряках. Додаючи в їх раціон різні кислі продукти, він відкрив властивість цитрусових у запобіганні хвороби цинги. 1753 року Лінд опублікував «Трактат про цинзі», де запропонував використовувати лимони і лайми для профілактики даної хвороби.

Витоки вчення про вітаміни закладені в дослідженнях російського вченого Миколи Івановича Луніна. У 1880 році своїй докторській дисертації Лунін писав: «Виявити ці речовини і вивчити їх значення в харчуванні було б дослідженням, яке представляє великий інтерес».

Вітаміни в організмі людини відіграють велику роль, беручи участь в усіх хімічних реакціях, що проходять в організмі, в синтезі гормонів, у формуванні імунітету. Але вони не є ні джерелом енергії для організму (не володіють калорійністю), ні структурними компонентами органів і тканин.

Потреба у вітамінах невелика, але при їх недостатньому надходженні розвиваються патологічні стани: гіповітаміноз, авітаміноз, тому необхідно включати в раціон харчування продукти, що містять найважливіші для життєдіяльності вітаміни.

Вітамін В1 (тіамін) бере участь у регуляції обміну речовин, функцій нервової системи. Недостатність призводить до розвитку безсоння, судом, втоми. Вітаміном В1 багаті бобові, хліб і каші з цільного зерна, горіхи, риба, проросла пшениця. Добова потреба 10-20 мг.

Вітамін В2 або рибофлавін є фактором росту, впливає на зір. При нестачі відбувається затримка росту, захворювання очей, шкіри, слизових оболонок. У великій кількості вітамін В2 міститься в зелені, хлібі, горіхах, молоці, яйцях, в пісному м'ясі. Добова потреба 2 мг.

Вітамін РР або нікотинава кислота входить до складу ферментів, які розщеплюють білки, жири і вуглеводи. При нестачі цього вітаміну розвивається ураження нервової системи, шкіри, слизових, порушення функції кишківника. Його багато в м'ясі, зернах пшениці, картоплі, молоці. Добова потреба 15 мг.

Вітамін В6 (піридоксин) впливає на розвиток мозку і нервових клітин,

імунітет і відтворення еритроцитів. Його недостатність призводить до недокрів'я, уражень шкіри. Міститься в м'ясі, хлібі, бобах, горіхах, рибі, овочах, зелені, висівках, цвітній капусті. Добова потреба 2, 2 мг. Необхідно пам'ятати, що від 15 до 70% вітаміну В6 втрачається при заморожуванні овочів і фруктів.

Вітамін В12 (кобаламін) необхідний для утворення білків, ділення клітин, утворення еритроцитів. Запобігає виникненню анемії, покращує пам'ять, підтримує нервову систему. Міститься в м'ясі, рибі, крабах, ячному жовтку, сирі. Добова потреба становить 2, 2 мг.

Фолієва кислота потрібна для процесів ділення клітин, є складовою частиною клітин крові і ферментів, необхідна для розвитку нервової системи, процесів загоєння при різних ранах. Нестача якої призводить до анемії. Міститься в овочах, зелені, бобах, брюссельській капусті, спаржі, картоплі, дині, чорній смородині, горіхах, апельсиновому соку. Добова потреба від 100 мкг до 400 мкг, в період вагітності до 800 мкг. Фолієва кислота засвоюється краще з лікарських препаратів, ніж з продуктів.

Вітамін Д бере участь в регуляції фосфорно-кальцієвого обміну. Від надходження в організм цього вітаміну залежить засвоєність кальцію і відповідно міцність кісток. Крім цього, він бере участь в підтримці адекватної мінеральної щільності кісток, метаболізмі ліпідів, регуляції рівня артеріального тиску, росту волосся.

В організм людини вітамін Д2 надходить у відносно невеликих кількостях – не більше 20-30% від потреби. Основними його постачальниками є продукти злакових рослин, риб'ячий жир, вершкове масло, маргарин, молоко, ячний жовток.

Дефіцит вітаміну Д частіше має місце в осіб похилого віку, що мають неповноцінний або незбалансований раціон харчування та низьку фізичну активність. Вітамін D3 утворюється у шкірі при потраплянні на неї сонячних променів. Доведено, що у віці понад 65 років спостерігається чотириохкратно зниження здатності утворювати вітамін D3. Вважається, що короточасне перебування на сонці з відкритими руками еквівалентно прийому приблизно 200 МО вітаміну D3.

Підсумовуючи викладене, хочеться зауважити, що знання про вітаміни, усвідомлення їхньої важливості сприяє повноцінному, збалансованому харчуванню. Використовуючи принципи здорового харчування можна створити міцний імунітет. Звичайно, добову потребу у вітамінах можна отримати, вживаючи полівітаміни в пігулках. Але рішення про їх прийом має бути ретельно обдуманим та обгрунтованим.

Література

1. Григоров Ю.Г. *Особливості здорового харчування українців*. К.: Медкнига, 2007. 56с.
2. Гумовска Ірена. *Десять заповідей здорового питания*. К. : Медкнига, 2010. 64 с.
3. Демецкая А. *Витамины в дефиците* // *Фармацевт практик*. 2011. № 3. с. 53-55.
4. Коденцова В. *Витамины: функции, витаминный дефицит, пути его ликвидации*. // *Врач*. 2007. № 9. с. 14-20.

ПРОБЛЕМИ БІОЛОГІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ХХ І СТОЛІТТЯ

*Шаталова Ксенія Олександрівна, студентка 1 курсу
спеціальності 242 «Туризм»*

*СПВ «Маріупольський фаховий коледж ДВНЗ «ПДТУ»
Науковий керівник: викладач 1 категорії дисциплін хімії та біології
Глазиріна Тетяна Михайлівна*

*«Замислюючи щось змінити у природі, ми
маємо враховувати вплив цієї дії на сім
наступних поколінь»*

Головний закон племені ірокезів

Ознайомившись з матеріалом книги «Запобігання біологічних загроз: що можна зробити?» авторами якої, є Саймон Уїтбі, Тетяна Новосьолова, Джеральд Вальтер, Малкольм Дандо, перше видавництво, грудень 2015р., я вирішила розповісти про неї. Ця книга призначена для того, щоб стати джерелом поліпшення освіти з питання біобезпеки для викладачів університетів і студентів природничих наук по всьому світу. І весь текст книги пронизаний однією основною думкою про те, що лежить на кону в прийдешніх десятиліттях, а саме, це відповідальність вчених за біологічну безпеку в 21 столітті!

У своїй доповіді я наведу лише деякі витяги з величезного аналізу інформації з проблеми біобезпеки, оскільки я згодна з точкою зору авторів.

Розвиток біотехнології за останні десятиліття принесли, і в майбутньому будуть приносити значну користь людству, тваринам і рослинам. Але ці досягнення також несуть ризики, про які необхідно знати і не допускати, щоб вони завдавали шкоди.

Саме з цією думкою Метью Мезельсон, професор природничих наук програми Томаса Дадлі Кабота, Університету Гарварда, опублікував доленосну статтю на початку 21 століття, на зорі виходу біотехнології на широку глобальну наукову арену. У цій статті були поставлені питання вченим біологічних наук і всім тим, хто був стурбований питанням, куди можуть привести нові біотехнології.

У своїй роботі під назвою «Унікаючи шкідливого використання біотехнології» професор Мезельсон задає питання "...чи буде біотехнологія, як всі основні технології в минулому, інтенсивно використовуватися для зловмисних цілей?" і тут же пише: "Перспектива біологічної зброї невблаганно цікава. Ті, хто займається зброєю, тільки почали вивчати потенціал революції в області біотехнологій. Витверезує той факт, що більше брехні лежить попереду, ніж позаду".

Також, продовжуються суперечки про потенційну небезпеку експериментів в області "придбання функції" з високо патогенними вірусами, такими, як вірус пташиного грипу, привернули увагу багатьох до проблеми біобезпеки, як в співтоваристві біологічних наук, так і за його межами. Багато стали замислюватися: «А що ж таке біологічна безпека? Як її можна включити в біологічні науки? Які кроки необхідно зробити для того, щоб ці, а також інші дослідження подвійного призначення, не використовувалися в протиправних цілях?»

Отже, професор Кус ван дер Бругга надав чітке визначення терміну «Біобезпека»:

1. Біобезпека означає захист, контроль і облік цінних біологічних матеріалів в лабораторіях, з метою запобігання несанкціонованому доступу, втрати, крадіжки, неправильного використання та навмисного витоку інформації.

2. Біобезпека включає в себе контроль над створенням генетично модифікованих організмів (ГМО) і продуктів з них. А також, «застосування практик, які створюють бар'єри для зниження ризику використання і поширення інфекційних агентів».

Я хочу запропонувати Вашій увазі, дуже цікаву і одночасно страшну інформацію, яка відкриє завісу на біологічні експерименти.

Девід А. Рельман, доктор медичних наук, є професором стипендіальної програми Томаса С. і Джоан М. Меріган Кафедри медицини та Кафедри мікробіології і імунології Стенфордського університету і керівником відділу інфекційних захворювань в Управлінні у справах ветеранів системи охорони здоров'я Пало Альто, Каліфорнія. Він також є співдиректором Центру міжнародної безпеки та співробітництва і старшим науковим співробітником в Інституті міжнародних досліджень Фрімана Сполем при Стенфордському університеті.

Основний фокус досліджень доктора Рельмана полягає у вивченні місцевої мікробіоти (мікробіома) і, зокрема, природи і механізмів варіацій в моделях мікробного різноманіття; їх функцій в організмі людини, а також основ стійкості мікробних спільнот. Він став одним з найбільш відомих учасників дебатов з питання «придбання функції». Девід А. Рельман засудив експерименти Фуш'єра і Каваока. Це видно з його зауважень, зроблених в Звіті в Центрі Гастингса. Цитую: «Ми повинні пам'ятати, що сторони, які фінансують дослідження, часто оголошують тендери на дослідні пропозиції; укладають контракти, спрямовані на задоволення запитів конкретних замовників. Таким прикладом є контракт, укладений між Центрами передового досвіду в дослідженнях грипу та Університетом Ерасмус, фінансований Національними інститутами здоров'я. В рамках контракту було надано фінансування для навмисного створення високо патогенного штаму вірусу пташиного грипу зі збільшеною здатністю передачі ссавцям.

Тобто, Девід А. Рельман, доктор медичних наук, говорить про те, що проведення експериментів з високою ймовірністю може завдати серйозної шкоди великій групі людей, і загрожує порушення фундаментальних принципів законності.

Дане спостереження підводить читачів до питання: що ж слід робити? І це ще раз повертає нас до винесених уроків, які вже обговорювалися вище. А саме, до необхідності:

- Підвищувати обізнаність біологів про можливе негативне використання їх досліджень;
- Залучати більше уваги до етичної сторони, а також, до юридичної та соціальної відповідальності вчених;

- Усувати недовіру між вченими біологами і фахівцями з безпеки.

У зв'язку понад сказаним, я хочу процитувати геніальне, на мій погляд, висловлювання професора Метью Мезельсона: «Світ, де широко застосовуються такі великі здібності у бойових цілях, стане світом, в якому буде змінена сама природа конфлікту, а саме, безпрецедентні можливості для насильства, примусу, репресій або поневолення».

Таким чином, питання БЮБЕЗПЕКИ ще потребує наукового розвитку та залишається відкритим...

Література

1. Метью Мезельсон, «Унікаючи шкідливого використання біотехнології», *The Chemical and Biological Weapons Conventions Bulletin*, 48 (2000), с. 16-19.

2. Стефен Поуз, «Грядущий вибух беззвучної зброї», *Naval War College Review*, літо 1989 року, перевидане в редакції Джона Т. Моора і Роберта Ф. Тьорнера, *International Law Studies*, Volume 68: *Readings in International Law from the Naval War College Review*, 1978-1994 p., US Naval War College, 1995 p., доступно за посиланням <https://www.usnwc.edu/ResearchGaming/International-Law/New-International-LawStudies-%28Blue-Book%29-Series/International-Law-Blue-Book-Articles.aspx?Volume=68> (За станом на 25 червня, 2015р.).

3. Ребекка Карлсон і Марк С. Франкель, «Змінюючи освіту в області Відповідального проведення досліджень», *Professional Ethics Report of the American Association for the Advancement of Science*, XXIV: 1, (2011 p), С. 1-3.

4. Соболев В. І. Повний курс біології. Структурований довідник для підготовки до ЗНО та ДПА/Валерій Соболев. - Кам'янець-Подільський: ФОП Сисин О. В., 2021-416 с.

ОКРЕМІ ПИТАННЯ ПОПЕРЕДЖЕННЯ РОЗПОВСЮДЖЕННЯ ГОСТРИХ РЕСПІРАТОРНИХ ХВОРОБ ПІД ЧАС НАВЧАЛЬНОГО ПРОЦЕСУ У ЗВО

Сергійчук Каріна Михайлівна, курсант 2-го курсу

Дніпропетровського державного університету внутрішніх справ

Анісімов Дмитро Олексійович, викладач кафедри спеціальної фізичної підготовки

Дніпропетровського державного університету внутрішніх справ

Заклади вищої освіти (ЗВО) створюють багато способів взаємодії людей. Території цих закладів заповнені навчальними корпусами и гуртожитками, де студенти контактують між собою. ЗВО проводять безліч заходів для студентства та викладачів, а тому дуже важливим є питання попередження розповсюдження гострих респіраторних хвороб під час навчального процесу у ЗВО.

Гострі респіраторні інфекції (ГРІ) – група захворювань, які викликаються безліччю збудників, передаються повітряно-крапельним шляхом і характеризуються гострим ураженням дихальної системи людини. До числа ГРІ відносять грип, парагрип, аденовірусні, респіраторно-синцитіальних, риновірусні інфекції ін. [1].

Грип – одна з гострих респіраторних інфекцій, яка викликається вірусом грипу, з найбільшою кількістю ускладнень. Збудники грипу – це три типи вірусу грипу (тип А, тип В і тип С). Всі три типи вірусу грипу відносяться до групи

парамиксовірусів, які проте сильно відрізняються за будовою і тому імунітет проти одного типу вірусу «не працює» проти вірусу іншого типу. Крім того, віруси одного і того ж типу (особливо типу А) здатні швидко змінюватися і змінювати свою структуру. В результаті цього процесу щороку утворюються нові форми вірусів грипу, невідомі нашій імунній системі. До грипу сприйнятливі всі вікові категорії людей [1].

Максимальна поширеність в осінньо-весняні, а також зимові місяці пов'язана з переохолодженням, як не можна більше сприяють розвитку цих захворювань. Групами високого ризику вважаються діти, люди похилого віку, вагітні жінки, люди з хронічними хворобами серця і легенів [2].

Джерелом інфекції є людина, хвора на клінічно вираженою або стертою формою. Передача інфекції відбувається повітряно-крапельним шляхом і через забруднені руки або предмети, на яких знаходяться респіраторні віруси.

Навіть спочатку здорова людина, без супутніх хронічних захворювань, захворівши на грип, ризикує отримати ускладнення, які характеризуються порушенням функцій майже всіх систем і органів.

Є три різновиди профілактики грипу: протівірусна профілактика грипу за допомогою вакцини. З них є специфічна профілактика і вакцинопрофілактика; хіміопрфілактика за допомогою протівірусних засобів захисту від грипу (ліки, вітаміни); дотримання особистої гігієни (носіння медичної маски, миття рук і так далі) [2].

Різкі перепади температури, велика кількість студентів в одному приміщенні, і недостатня профілактика уможливило грип щорічним явищем. Попередженням цього явища може бути спільна боротьба з хворобами простудного характеру. Кращим способом поставити заслін проти грипу стане ізоляція хворого з першими ознаками застуди.

Загально гігієнічні заходи профілактики, особистої і громадської захисту для студентів і співробітників закладів вищої освіти: при чханні і кашлі прикривати рот і ніс одноразовою носовою серветкою (рукавом сорочки або згином ліктя, якщо немає хустки); утилізувати хустку відразу після використання (краще використовувати одноразові); регулярно мити руки з милом; уникати по можливості багатолюдних місць і не відвідувати заходи, де збирається велика кількість людей (кафе, бари, ресторани, концерти, театри, кінотеатри, стадіони і т.д.); дотримуватися дистанції від оточуючих не менше 1 м; уникати поцілунків, рукоштовкань і ін. ; без крайньої необхідності не доторкатися до очей, рота і носа немитими руками; при появі симптомів грипозного захворювання негайно звертатися до лікаря і дотримуватися домашній режим (не ходити на роботу, навчання і т.д.); не відвідувати хворих на дому і знаходяться в лікарні.

Також рекомендується обмежити відвідування масових заходів, особливо проходять в закритих приміщеннях; максимально часто провітрювати приміщення і проводити вологе прибирання (особливу увагу слід приділяти поверхонь, з якими часто стикається: столи, стільці, дверні ручки і т.д.); дотримуватися «респіраторного етикету».

«Респіраторний етикет» – це звід простих правил поведінки в громадських місцях, спрямованих на обмеження поширення респіраторних захворювань: при кашлі та чханні необхідно використовувати носовичок, краще застосовувати одноразові паперові хустки, які викидають відразу після використання; при відсутності носової хустки, застуджені особи повинні чхати і кашляти в згин ліктя, а не в долоні, тому що традиційне прикривання рота долонею призводить до поширення інфекції через руки і предмети побуту; важливо часто і ретельно мити руки з милом або використовувати антибактеріальні гелі, серветки для рук і намагатися не торкатися до обличчя немитими руками [1].

До обмежувальних заходів відносяться такі заходи призупинення навчального процесу в разі відсутності через грипу і ГРВІ 20% і більше студентів (карантин). Карантинні заходи обґрунтовані високим рівнем захворюваності на грип в організованих установах.

Основна мета карантинних заходів – ізоляція інфікованих. Особливу небезпеку в плані передачі інфекції представляють носії вірусу, у яких захворювання протікає безсимптомно [1].

В осередках грипозної інфекції та ГРВІ організовується комплекс санітарно-протиепідемічних (профілактичних) заходів, що передбачає обов'язкове знезараження посуду, повітря і поверхонь в приміщеннях з використанням ефективних при вірусних інфекціях дезінфікуючих засобів і методів, дозволених до застосування, а також поточну вологе прибирання і провітрювання приміщень.

Отже, в карантинних умовах в ЗВО слід проводити профілактичні заходи та дотримуватись заходів попередження розповсюдження гострих респіраторних хвороб, а щодо вже захворілих осіб – забезпечувати їх ізоляцію.

Література

1. Сайт Міністерства Охорони здоров'я України. URL: <https://moz.gov.ua/> (дата звернення: 23.11.20).
2. Урядовий портал. URL: <https://www.kmu.gov.ua/> (дата звернення: 23.11.20).

ВПЛИВ МЕДІА ОСВІТИ НА СТУДЕНТІВ, ЯКІ ВИВЧАЮТЬ ІНОЗЕМНУ МОВУ

*Бахчева А. К., студентка 1 курсу юридичного факультету
Дніпровського державного університету внутрішніх справ
Науковий керівник – Каширіна Ірина Олександрівна.*

У тезі приділяється увага використанні медіа технологій у вивчанні іноземної мови студентами. Увага також приділяється виокремленню особливих мультимедійних технологій в освіті. Виокремлюється, що ті студенти які використовують мультимедійних технологій призводить до того що у студентів з'являється бажання керувати своїм часом щодо самостійного вивчення іноземних мов.

Хочу почати з відомого вислову Н. Ротшильда про те, що «хто може володіти інформацією, той зможе володіти світом», у сучасному світі цей вислів

можна переказати як, «хто може володіти сучасними технологіями, той зможе володіти світом освіти».

Інформаційно-комунікаційні технології (ІКТ) нині стали дуже розвинуті, адже наука не стоїть на місці, а рухається тільки вперед. На сьогоднішній освітній медіа світ входить багато телевізійних каналів, відеоаудіо продукція, газети, журнали, Інтернет. Зараз людина живе в такому світі де задля її розвитку створено багато штучної медіа реальності, під впливом якої може формуватися не тільки її погляд, а й цінності. Через це одним з найважливіших завдань університету чи будь якого іншого навчального закладу є введення сучасної технології до навчально та виховного процесу.

Вибір цієї теми мною, полягає у тому щоб з'ясувати можливості сучасних технологій, точніше освітніх Інтернет-ресурсів, для ефективності самостійного вивчення англійської мови чи будь-якої іншої мови.

Дослідом цього питання займалися такі вчені, як Н. Духаніна, О. Д'яконова, Г. Онкович, А. Соболева, О. Федоров та багато інших.

Вважається, що вперше термін «медіа-освіта» було вжито у 1973 р. на засіданні сектору інформації ЮНЕСКО та Міжнародної ради з кіно, телебачення та аудіовізуальної комунікації. На думку вчених ЮНЕСКО, медіа-освіта є правом для кожної людини будь-якої країни світу на свободу самовираження і права підтримки демократії. На думку Л. Мастермана, «центральною та що об'єднує (єднає) концепцією медіа-освіти (media education) є репрезентація (representation). Тобто згідно з цим поглядом, медіа не показувати дійсність, а представляють її.

А головною метою медіа-освіти є «денатуралізація» медіа. Значу, що медіа-освіта є дослідницьким процесом, який ґрунтується на основних концепціях, що в ключовому є раціональними інструментами, а не альтернативним змістом.

З вислову Л. Мастерман можна виділити чотири області медіа-освіти:

- 1) авторство у сфері медіа;
- 2) методи досягнення ефектного впливу медіа тексту;
- 3) репрезентація навколишнього середовища через медіа;
- 4) аудиторія медіа.

Можна було б додати ще й особливості самих медіа як каналів передачі інформації.

Г. Онкович зазначає, що «медіа-освіта – це процес у навчанні та самонавчанні особистості за посередництва засобів масової інформації/комунікації»

Також медіа-освіта досліджується як певна частина освіти, яка може бути використана у звичайній дисципліні. Тож, багато дослідників погоджуються з думкою про те, що медіа-освіта складається з величезних навчальних, інформаційних та мотиваційних потенціалів.

Одна з важливих видів застосування медіа-освіти є використання медіа технологій. За твердженням А. Соболева, медіа технології – це інтерактивні (діалогові) системи, які забезпечують застосування звуку, анімаційної

комп'ютерної графіки, відеокамер, статичного зображення і текстів разом. Той хто активно користується мультимедійними ресурсами знаходиться водночас під впливом певних інформаційних потоків.

Зараз активно використовують мультимедію у викладанні іноземних мов, бо ті студенти які хочуть вивчати іноземну мову, але в них відсутнє певне мовне середовище, де б вони могли практикувати свої навички та покращувати свій рівень знань. Тому це великий плюс, що зараз є можливість створювати самостійно мовне середовище через Інтернет-ресурси. Тож цей факт стимулює студентів до активних пошуків та введення технічних засобів у навчання. Це не випадково, що само у сфері вивчення іноземної мови мультимедійні засоби використовуються найефективніше та найчастіше.

Сучасний та дуже зручний спосіб це освітній Інтернет-портал, це Інтернет-ресурс, у якому інформація може бути представлена у мультимедійному вигляді. Він не замінює виконання класичних функцій, але доповнює та надає багато інших сервісів та послуг для студентів.

Як я вже сказала раніше, мультимедіа може змінювати мислення як студентів, так і викладачів. Викладач є як то кажуть ресурсом – який повідомляє інформацію, контролює та оцінює, в той час як студенти активно змагаються між собою за кращі оцінки та прихильність у викладача.

Отже, останній розвиток у галузі високих сучасних технологій відкривають як перед викладачами, так і перед студентами широкий спектр можливостей для вдосконалення навчального процесу та підвищення якості отримання нових знань. Тож, якщо в тебе є бажання, то ти можеш вивчати будь-яку іноземну мову самостійно, бо для цього є всі можливості.

Література

1. Духаніна Н. М. *Медіатехнології як мотивація студентів до навчання. Вища освіта України. №12. 2008. С. 189–193.*
2. *Медіаосвіта та медіаграмотність: підручник / Ред.-упор. В.Ф. Іванов, О.В. Волошенко; За науковою редакцією В.В. Різуна. Київ: Центр вільної преси, 2012. 352с.*
3. Іванов В. *Медіа освіта та медіаграмотність. 2012.*
4. Онкович Г. В. *Медіапедагогіка. Медіаосвіта. Медіадидактика.*

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ЮРИДИЧНОЇ ЛІНГВІСТИКИ

*Серга Дар'я Олександрівна, студентка 1 курсу
спеціальність 081 «Право»*

*Дніпропетровський державний університет внутрішніх справ
Науковий керівник: **Каширіна Ірина Олександрівна**
старший викладач кафедри соціально-гуманітарних дисциплін
Дніпропетровський державний університет внутрішніх справ*

В сучасному світі мова і право мають досить близький зв'язок між собою, в свою чергу призначення юридичної лінгвістики, полягає в тому, щоб не виникало неясності.

Ще у давньому столітті розпочалися перші вивчення, в російській мові,

мови права. На той час дослідники приділяли увагу вивченню функціонального стилю мови, який використовувався для написання законів. Тогочасні вчені ставили за ціль виробити загальні правила написання законів для того, щоб не з'являлося непорозуміння під час їх використання.

В німецькій мові активно вивчається взаємодія мови і права. Питання щодо причин спричинення складнощів в комунікації між юристами та не юристами – однією з головних тем у вивченні німецьких вчених.

В свою чергу представники англійської та американської юридичної лінгвістики переважно опановують мову і стиль юридичних документів з точки позиції неспеціалістів у сфері права. Одними з головних питань, яким приділяють увагу англійськомовні юридичні лінгвісти: призначення юридичного перекладача на судовій і досудовій періодах у судовому процесі, труднощі зв'язку на дізнанні в поліції, лінгвістична експертиза в судовому процесі [1, 2].

Особливістю юридичної лінгвістики полягає в тому, що вона має міждисциплінарний характер через те, що об'єднує мову та право. Також вона вважається однією з нових сфер мовознавства [3].

Мова, яка функціонує в сфері юридичної науки й освіти – об'єктом юридичної лінгвістики. У свою чергу лінгвістика опановує відношення закону до мови [3].

Юридичний аспект мови розуміє під собою мову з елементами права. Цей аспект ґрунтується саме на актуальності онтологічного розуміння мови як об'єкта правового захисту. У свою чергу юридична лінгвістика займається складнощами закономірностей мови, а саме, які є підосновою тексту закону, окреслюють його формування та практичне використання.

Виходячи з цього, дві поєднанні між собою проблеми – основою вивчення юридичної лінгвістики. До першої проблеми відноситься проблема співвідношення мовних законів з юридичними законами стосовно рівня юридизації. Щодо другої проблеми, вона полягає в співвідношенні природної та юридичної мови [1, 4].

Основною метою юридичної лінгвістики – дослідження змін норм мови, які відбуваються при її наближенні до юридичного узусу; підвищення ефективності мови законодавства і якості юридичних документів шляхом розроблення лінгвістичних засад і правил нормотворчості, пошук оптимального використання мовних засобів у різних сферах правової комунікації [5].

Отже, юридична лінгвістика досить важлива та актуальна наука для фахівців юридичної галузі. Її формування зумовлено для того, щоб відокремити рівень фахівців юридичної галузі від рівня нефакхівців.

Проблематика полягає в труднощах порозуміння та комунікації. Оскільки термінологія юридичної сфери досить складна для розуміння звичайній людині.

Література

1. Ходаковська О. О. *Юридична лінгвістика: особливості розвитку та функціонування.*

2. Прадід Ю. Ф. *Юридична лінгвістика та деякі актуальні проблеми законодавчої практики // Вісник Луганського інституту внутрішніх справ ім. 10-річчя незалежності України. – 2002 – Вип. 1. – С. 120–126.*

3. Карпенко Ю. О. *Мовознавство // Українська мова : Енциклопедія / Редкол. : Русанівський В. М., Тараненко О. О. (співголови). – 3-є вид., зі змінами і доповненнями. К., 2007. С. 381.*

4. Пелепейченко Л. Н. *Основи теорії мовної комунікації. Х. : Акад. ВВ МВС України, 2007. 130 с.*

5. *Матеріали конференцій: Право і лінгвістика: Матеріали міжнародної науково-практичної конференції (Сімферополь-Ялта, 18-21 вересня 2003 р.). Сімферополь, 2003. Ч. 1-2;*

ВПЛИВ ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ НА ПСИХІЧНИЙ РОЗВИТОК МОЛОДИХ ЛЮДЕЙ

*Суркова Емілія Олександрівна, студентка 2 курсу
спеціальність «Сестринська справа»*

КЗ «Бахмутський медичний фаховий коледж»

Науковий керівник: спеціаліст вищої кваліфікаційної категорії

Вірченко Вікторія Іванівна

Почнемо з переваг... Головною метою мережі Інтернет завжди був зв'язок. Маючи можливість відвідати країни Європи мене здивувало, що майже все населення спілкується за допомогою соціальних мереж. Хочу підкреслити, що ця тенденція поширюється і в нашій країні... Пошукові системи, як Google і Яндекс надають свої послуги користувачам. Ми здатні майже миттєво отримати будь-яку інформацію... Сьогодні безліч послуг перебралися в мережу. Серед них : оплата житлових послуг, пошук роботи, покупка бронювання квитків. Електронна торгівля це поняття, яке використовується для будь-якого виду комерційної діяльності. Щупальця охопили кожен окремих продукт і сервіс, підвищуючи доступність будь-яких послуг від побутових потреб до технологій. Завантаження ігор, відвідування спеціалізованих сайтів, спілкування з досвідченими гравцями. Тематичні чати стають надзвичайно популярними, оскільки тут користувачі можуть познайомитися з новими цікавими людьми.

Досліджуємо негативні прояви... 1. Шкідливий вплив на здоров'я. Близько 70% користувачів скаржаться на тимчасове порушення зору. Сльозотеча, головний біль, мерехтіння в очах і ознаки відчування на собі майже кожний із нас. Скелетно-м'язова система також страждає через сидіння в положенні. Нам знайомі больові відчуття в м'язах та суглобах, потилиці. Виникненню цих захворювань сприяє неправильне положення тіла щодо клавіатури. Це приводить до швидкої втоми, розвитку нейроміозитів, болей, оніміння, тремору та повільної рухливості пальців рук. У жінок-користувачів найчастіше шкіра стає сухою та відбувається передчасне старіння. Ці зміни пов'язані із сухим повітрям у приміщенні та утворенням електростатичних зарядів. 2. Шахрайство в інтернеті. Шахрайство в Інтернеті набуває все більших масштабів. Злочинці вигадують все нові схеми з викачування грошей з користувачів. Практично повна безкарність, анонімність шахраїв, велика кількість довірливих людей – все це підживлює цей своєрідний «бізнес». 3. Поширення вірусів. З появою ПК з'явилися перші програми-вандали,

що проявляють свою деструктивність лише через деякий час або за певних умов. Тому будьте уважними. 4. Інтернет-залежність. Інтернет-залежність в тій чи іншій мірі відчуває кожен з нас. Нав'язливе бажання бути в онлайн та в курсі усіх останніх подій подолати доволі важко. Психологи вважають, що інтернет-залежними на сьогодні є близько 10% користувачів. Але офіційно лікарі не беруться класифікувати її як психічний розлад. Втім, в багатьох розвинених країнах, кібер-залежність беруть до уваги. Наприклад, у Фінляндії молодим людям з інтернет-залежністю надають відстрочку від армії. Китай першим почав відкривати клініки для «залежних». У 2009 році в США з'явилася перша лікарня, що займається цілющим Інтернет-залежності.

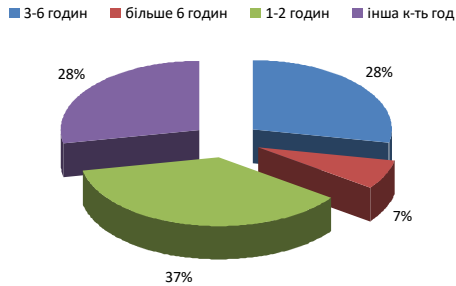


Рисунок 1 – Скільки часу визначаєтесь в мережі Інтернет?

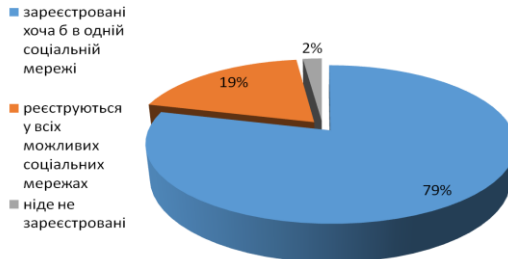


Рисунок 2 – Використання соціальних мереж?

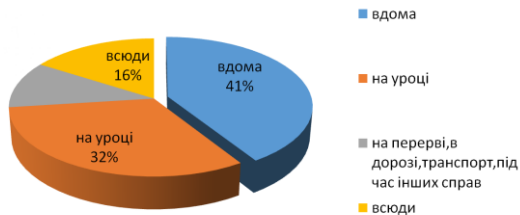


Рисунок 3 – В якому місці ви найчастіше користуєтесь Інтернетом і соціальними мережами?

Інтернет – сучасне інформаційне поле, де росте дерево знання. Яблучка з нього різної стиглості, різної корисності, різної червистості, різного смаку і різної ваги. Звичайно переваги інтернету це комунікація, інформація, послуги, електронна торгівля, розваги, але негатив інтернету у нашому житті це на жаль шкідливий вплив на здоров'я, шахрайство в мережі, поширення вірусів, інтернет-залежність.

Література

1. Васильєва И. А., *Психологические аспекты применения информационных технологий* / И. А. Васильева, Е. М. Осипова, Н. Н. Петрова // *Вопросы психологии*. – 2008.
2. Лютий В. П. *Залежність від соціальних мереж як проблема сучасних студентів* / Лютий В. П., Коломісць К. С. // *Вісник Академії праці і соціальних відносин Федерації профспілок України*. – 2014.
3. Турецька Х. І. *Психологічні чинники Інтернет-залежності* / Х. І. Турецька // *Науковий вісник Львівського державного університету внутрішніх справ*. – 2012.
4. Варламова, С., Гончарова, Е., Соколова, И., 2015. «*Интернет-зависимость молодежи мегаполисов: критерии и типология*». В: *Мониторинг общественного мнения*, №2.

ФРАЗЕОЛОГІЧНИЙ СКЛАД У НАРОДНИХ КАЗКАХ АНГЛІЇ

*Лапишина Вероніка Ігорівна, Студентка 1 курсу
спеціальності 081 «Право»*

*Дніпропетровського державного університету внутрішніх справ
Науковий керівник: **Каширіна Ірина Олександрівна**
старший викладач кафедри соціально-гуманітарних дисциплін*

Серед жанрів усної народної творчості – розповідей, пісень та висловів, балад, прислів'їв і загадок, різноманітних примовок і анекдотів – казки створені народом охоплюють важливе місце, особливо прихилиючи читача або слухача своїм принадливим змістом і формою. Народна казка – це взагалі епічний мистецький твір народу, переважно прозовий, чарівний і авантюрний або побутового характеру з установкою на вигадку. Дуже просто прослідити як в словесному казковому потоці відрізняються своєрідні для цього жанру сталі словосполучення та звороти. Простота і виразність, цілісність і лаконічність, емоційність і проникливість, живучість і популярність (особливо в межах жанру), семантична і цілковита образність взагалі – такі найбільш субстанціальні риси усталених виразів у байках. Кількісно численні, семантично багатогранні, вони щільно врастають у казку (буває як композиційно невіддільні елементи), емоційно оформлюють її, роблять витонченою, простою для сприймання, наділяють її жанровою специфічністю.

Фразеологізм – це властиве певній мові стійке словосполучення, значення якого не визначається змістом окремо взятих слів, що входять до його складу. Фразеологізми в даному виді фольклору є здебільшого власне британськими зворотами, власники яких маловідомі. Прикладами подібних широковідомих зворотів неноменклатурного буття, народних, є: *to bite off more than one can chew* – „взяти в рот більше, ніж можеш проковтнути”, тобто братися за

непідсильну роботу, не розрахувати своїх сил; to have a bee in one's bonnet – бігати з якою-небудь ідеєю; in for a penny, in for a pound – „ризикнув на пенні, ризикуй і на фунт” = узявся за гуж, не кажи, що не дуж; to pay through the nose – сплачувати великі гроші, та багато інших.

Ці фразеологічні елементи слугують відбитком традицій і звичаїв англійців, їх буденного життя, своєрідних для нації імен, ідей тощо. Наприклад: by bell, book and candle – остаточно, безповоротно (одна з форм відокремлення від церкви завершується виразами: “Doe to the book, quench the candle, ring the bell!”); baker's dozen – чортова дюжина (відповідно до стародавньої англійської традиціїю торговці хлібом одержували від булочників тринадцять хлібів замість дванадцяти, при цьому тринадцятий йшов за рахунок доходу торговців); good wine needs no bush – „гарному винові не треба ярлику” = гідний товар сам себе хвалить (згідно зі старовинним звичаєм працівники корчми чипляли гілки плюща на знак того, що в продажу є вино).

Зчаста використовуваними є фразеологічні вирази, речення, з'єднанні з реаліями англійського життя: bluestocking – синя панчоха („збором синіх панчів” назвав в часи свого знаходження в Англії голландський адмірал Босковен один із літературних салонів середини XVIII ст. в Лондоні, тому що вчений Бенджамін Спеллінгфліт виникнув в цьому салоні в синіх панчохах); to carry coals to Newcastle – „возити вугілля в Н'юкасл”, інкаше кажучи возити щось туди, де цього й так багато = їхати в Тулу зі своїм самоваром.

Завдяки зовнішньому образному оформленню і внутрішній красі казкові фразеологізми раз у раз, використовуються як композиційно-необхідний стилістично-забарвлений лексичний матеріал.

Виходячи з вищезазначеного, фразеологічний характер зворотів та прийомів, що вбачаються у Англійських повістях, побрехеньках, казках, визначаються та підтримується такими факторами: а) специфічно-жанровою функціонально-семантичною роллю; б) незмінним місцем побутування; в) сталою будовою тих самих лексичних елементів; г) частотою повторення і тривалим вжитком; д) тяжіння компонентів вислову до одного слова-поняття; є) евфонічними та зображувально-виражальними методами.

Велика кількість та багатомірність народно-побутових виразів у ролі заступників жанрових зворотів розкриває, по-перше, тісний зв'язок казки з розмовною мовою, а по-друге, є безсумнівним свідченням того, що саме живе мовлення – це невичерпне джерело багатограних лінгвістичних скарбів.

Література

1. Карабан В. І. Переклад англійської наукової і технічної літератури: Частина 2: Лексичні, термінологічні та жанрово-стилістичні труднощі. Вінниця: «Нова Книга», 2001. 305 с.
2. Амосова Н. Н. Основы английской фразеологии. М. : Высш. шк., 1989. 263с.
3. The Oxford Dictionary of Idioms. 2nd Edition. Oxford University Press, 2004. 348 p.
4. Алехина А. И. Фразеологическая антонимия в современном английском языке. М. : Книга, 1986.
5. Артёмов А. Ф. Идиомы английского языка: учеб. пособие. М. : Высшая школа, 2004. 199 с.

СЕКЦІЯ 4
ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ

**ROSYJSKA PROPAGANDA POLITYCZNA W DYSKURSIE
MEDIALNYM FEDERALNEJ AGENCJI INFORMACYJNEJ "REGNUM"**

*Waldemar Żak, doktorant 3 roku studiów kierunku Nauki o mediach
Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie, Polska*

Opiekun naukowy- prof. dr. hab. Ewa Maj, kierownik katedry myśli politycznej UMCS

Efektywność propagandy politycznej jest kształtowana poprzez połączenie jej medialnych i bogatych w treść parametrów. W warunkach społeczeństwa informacyjnego decydującą rolę w realizacji propagandy politycznej odgrywają elektroniczne i sieciowe środki masowego przekazu, telewizja i w coraz większym stopniu Internet, przekształcają się w kluczowe kanały informacyjno-psychologicznego oddziaływania [1].

Jak sugeruje politolog Anna Szwidunowa, istota i cechy szczególne propagandy politycznej w środkach masowego przekazu, jej miejsce w politycznej komunikacji współczesnej Rosji są określane przez rząd czynników, do których odnoszą się przede wszystkim: ustanawianie państwa demokratycznego i kształtowanie społeczeństwa obywatelskiego oraz odpowiednio zmiana relacji komunikacyjnej między władzą polityczną, a społeczeństwem; obecność różnorodnych sił politycznych i konkurencja między nimi; rozwój samego systemu masowej, politycznej komunikacji; zmiana celów politycznych, wartości w świadomości społecznej; kształtowanie i ciągłe udoskonalanie podstaw prawnych działalności informacyjno-propagandowej [2].

Agencje informacyjne w procesie kształtowania przekazu wiadomości odgrywają ważną, o ile nie decydującą, rolę. Agencje informacyjne od początku powstawały jako źródła „czystej” informacji, niezawierającej ocen i osądów, wykorzystywania różnorodnych praktyk w dziennikarstwie.

REGNUM – Federalna agencja informacyjna, która rozpowszechnia wiadomości z Rosji i bliskiej zagranicy pochodzące od własnych korespondentów, filii, agencji i partnerów. Oto kilka podstawowych etapów rozwoju agencji informacyjnej:

Rok 2002 : Powstanie.

Rok 2005: Filie REGNUM we wszystkich regionach Federacji Rosyjskiej, również zagranicą. Zasięg działania REGNUM obejmuje wszystkie regiony Rosji oraz krajów sąsiednich w Europie Wschodniej, Azji Środkowej i na Zakaukaziu.

Lata 2005-2011: Realizacja wydawniczej serii monografii oraz broszur naukowych REGNUM dotyczących problemu korupcji w regionach Rosji, o historii, ekonomii, socjologii oraz problemach mniejszości narodowych krajów byłego ZSRR.

Rok 2014 : Początek transmisji informacyjnej on-line na wszystkich kontynentach Świata.

Rok 2016: Początek audio – i wideo nadawania na stronie internetowej REGNUM.

Codziennie na taśmie agencji pojawia się około 700 wiadomości od 150 dziennikarzy w Rosji i zagranicą, wiadomości są rozmieszczane w rubrykach: według tematów, okręgów federalnych, regionów i treści. Co miesiąc ponad 10 milionów ludzi

staje się użytkownikami agencji informacyjnej, przy czym zauważono ponad 30 milionów wyświetlanych treści. Audytorium agencji według cech zawodowych tworzą głównie dziennikarze, przedstawiciele organów władzy, pracownicy zakładów przemysłowych, firm budowlanych i telekomunikacyjnych, bankierzy, prawnicy. Kontyngent wiekowy audytorium tworzą osoby po 45 roku życia, w tym 70 procent to mężczyźni [3].

Cechy wyróżniające agencje stanowi wysoki, dla federalnych mass-media, poziom cytowania przez wydawnictwa regionalne, a także publikacja wiadomości i materiałów o patriotycznym i zgodnym z nazwą, imperialnym charakterze, w tym ze wsparciem idei „Świata Rosyjskiego”.

Od 2002 r. dr Modest Kolerow jest naczelnym redaktorem agencji informacyjnej Regnum. Na jej stronie internetowej prezentował swoje publikacje, poświęcone rozważaniom o konieczności odbudowy imperium rosyjskiego, odzyskania przez Rosję wpływów na obszarze byłego ZSRR; przestrzegał przed wrogiem wewnętrznym i zewnętrznym (UE i NATO jako motor rozmontowania Federacji Rosyjskiej). Oto kilka tez z wywiadów redaktora naczelnego REGNUM:

„Kazachstan jest głównym zewnętrznym zagrożeniem dla Rosji, Rosja musi więc utrzymywać swą obecność militarną w Kirgizji i Tadżykistanie”.

Jako przyczynę “aksamitnych rewolucji” w Gruzji i na Ukrainie wskazywał “spisek wrogów, którzy pragną utraty przez Rosję jej suwerenności”.

„Podobnie groźne jest hipotetyczne przejście władzy na Ukrainie i Białorusi przez proamerykańskich nacjonalistów”.

Rosyjski Daleki Wschód jest zagrożony przez ekspansję Chin i Japonii. Kaukaz Północny będzie wieczną strefą frontową. Rosja musi myśleć o obronie Rosjan zagranicą”. Albo: “Okupacja krajów bałtyckich nie leży obecnie w interesach Rosji. Ale jeśli okaże się korzystna – to nie ma żadnych formalnych przeszkód”.

Można stwierdzić, że treść materiałów opublikowanych REGNUM zawierają fejkowe i prowokacyjne wiadomości.

Największym podtematem w przekazie jest ilustrowanie stosunków rosyjsko-amerykańskich, a także działań USA na arenie międzynarodowej. Drugi według ilości temat, to kryzys ukraiński (bratnie narody, tonacja wiadomości w formacie zainteresowania obrotem spraw „braci”). Ilustracjami stosunków Rosji z innymi państwami, szczególnie „nieoczywista” ocena działań tych, z którymi stosunki są napięte, sprzyja kształtowaniu identyczności i pracy ze znanym modelem „my – oni”.

Jak sugeruje Kamil Basaj, kierownik projektu INFO OPS Fundacji Bezpieczna Cyberprzestrzeń: ”REGNUM to jeden z obiektów medialnych zaangażowanych w dystrybucję materiałów propagandowych, pochodzących z wzorca oddziaływania propagandowego Federacji Rosyjskiej”. Same treści dystrybuowane przez Sputnik, Regnum, Russia Today, czy inne strony internetowe powielające przekaz Kremla, nasycają środowisko informacyjne wiadomościami zgodnymi z oczekiwaniami rosyjskiego ośrodka propagandowego”[4].

Literatura

1. Anatomia rosyjskiej wojny informacyjnej [https://ru.scribd.com/document/335935188/Anatomia-Rosyjskiej-Wojny-Informacyjnej#\(data_dostepu: 04.12.2020\)](https://ru.scribd.com/document/335935188/Anatomia-Rosyjskiej-Wojny-Informacyjnej#(data_dostepu: 04.12.2020)).

2. Швидунова А. СМІ как субъект политического процесса и инструмент политических технологий http://sbiblio.com/BIBLIO/archive/shvidunova_smi_as_subject_of_/#top (data dostępu: 29.04.2020 r.)

3. REGNUM Медиакиум 2018/19 <https://regnum.ru/download/docs/regnum-mediakit-2018.pdf>(data dostępu: 12.04.2019).

4. Niebezpieczny patron medialny: Regnum <https://belsat.eu/pl/news/niebezpieczny-patron-medialny-regnum/> (data dostępu: 11.01.2019)

ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ В СИСТЕМІ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

*Ветушка Сергій Олександрович, студент 2 курсу магістратури
Спеціальності 051 «Економіка»*

*Східноєвропейського університету імені Рауфа Аблязова
Науковий керівник: к.е.н. Манькута Яна Миколаївна, доцент кафедри економіки,
обліку та оподаткування*

Східноєвропейського університету імені Рауфа Аблязова

Механізм управління економічною безпекою підприємства є об'єктивно обумовленою послідовністю дій для забезпечення економічної безпеки підприємства. До основних його елементів можна віднести: визначення потреб у забезпеченні безпеки, сил і засобів, а також організаційно-господарського механізму, формулювання цілей і завдань забезпечення безпеки. Втілення розроблених заходів забезпечує досягнення поставлених цілей.

В умовах кризи та невизначеності виникає проблема управління підприємством. У зв'язку з цим життєво важливою необхідністю для кожного підприємства є розробка і реалізація ефективного механізму управління економічною безпекою. Суть механізму антикризового управління полягає в реалізації системи управлінських впливів, спрямованих на попередження загрози банкрутства, а також на своєчасне проведення фінансового оздоровлення підприємства, що забезпечує його вихід із кризового стану [1].

Функціонування будь-якого підприємства передбачає прийняття значної кількості управлінських рішень, спрямованих на вирішення різних проблем. Керівники господарюючих суб'єктів постійно оперують значними потоками інформації, яку потрібно детально вивчити, проаналізувати та обрати той варіант її застосування, який дасть оптимальний ефект, при цьому забезпечуючи належний рівень економічної безпеки.

Альтернативні рішення щодо управління інформацією приймаються для того, щоб отримати найбільшу користь від її використання. Розглянемо підходи до управління інформацією в системі економічної безпеки з виділенням альтернатив прийняття рішень щодо інформаційних потоків.

Усю сукупність рішень, які приймаються на підприємстві, можна поділити на два види – тактичні, такі що, націлені на поточне використання наявного економічного потенціалу, і стратегічні, які стосуються процесів поповнення,

створення економічного потенціалу та відповідають вимогам безпеки системи та лежать у основі стратегії підприємства (рисунк 1) [1, 2].

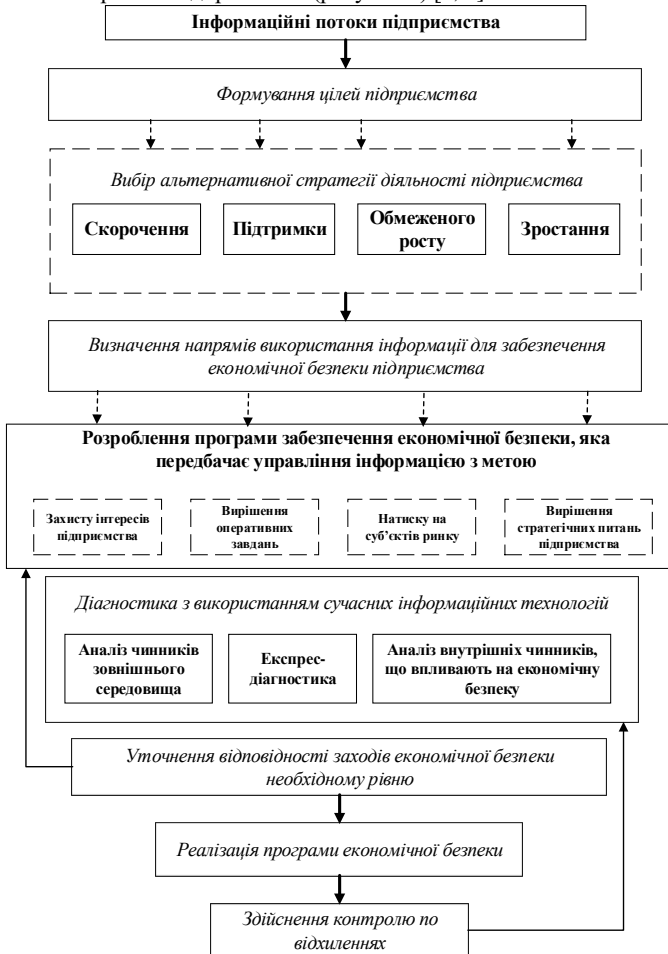


Рисунок 1 – Модель управління інформацією в системі забезпечення економічної безпеки підприємства

Отже, ця модель формується шляхом послідовних дій, а саме розпочинається з інформаційних потоків підприємства, на основі яких відбувається формування цілей підприємства, після чого відбувається вибір альтернативної стратегії діяльності підприємства, серед яких: скорочення, підтримки, обмеженого росту та зростання. Після вибору стратегії відбувається визначення напрямів використання

інформації для забезпечення економічної безпеки підприємства, що у свою чергу сприяє розробленню програми забезпечення економічної безпеки, яка передбачає управління інформацією з метою захисту інтересів підприємства, або вирішення оперативних завдань, або натиску на суб'єктів ринку, або вирішення стратегічних питань підприємства[3].

Забезпечення економічної безпеки підприємства є єдиним організаційно-технічним комплексом, у ході формування якого розробляється концепція забезпечення економічної безпеки, заснована на гіпотезі про те, що стратегія економічної безпеки приймається як філософія управління організацією, вимагає створення системи економічної безпеки, функціонування якої дозволить забезпечити захищеність економічних інтересів організації від зовнішніх і внутрішніх загроз.

Література

1. Цюцюпа С. В. *Управління інформацією в системі забезпечення економічної безпеки підприємства*: дис. канд. екон. наук: 21.04.02 /ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК». Київ, 2016. 222 с.
2. *Економічна та майнова безпека підприємства і підприємництва. Антирейдерство* / Н. Б. Кирич, Б. М. Андрушків, Л. Я. Малуца та ін. : Монографія. Тернопіль : Тернограф, 2008. 424 с.
3. Нікітіна А. В. *Дослідження і розробка методологічних основ формування системи управління економічною безпекою підприємств* // Глобальні та національні проблеми економіки. Миколаївський національний університет імені В. О. Сухомлинського. Випуск 2. 2014. С. 639-644.

ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИБОРУ ТЕХНОЛОГІЧНИХ РІШЕНЬ

Гузар Мар'яна Василівна, студентка 5 курсу

Спеціальності 072 «Фінанси, банківська справа та страхування»

Львівський техніко-економічний коледж

Національного Університету «Львівська Політехніка»

*Науковий керівник: **Пасінович Ірина Ігорівна***

Відмінною ознакою сьогоденного підходу до підвищення ефективності сільського господарства є поширення інформаційних технологій. У загальноприйнятому трактуванні цим терміном позначається сукупність засобів і методів переробки інформації, які базуються на сучасній програмно-обчислювальній техніці. Мається на увазі, що інформаційна технологія, завдяки комп'ютерній підтримці інтелектуальної діяльності фахівців забезпечує підвищення продуктивності предметної області галузевої технології.

Розглядаючи інформаційне та приладове забезпечення як фактор, який сприяє розвитку інноваційної діяльності, а також технічного і технологічного прогресу в сільськогосподарському виробництві, слід зазначити, що в ХХІ столітті в Україні воно буде мати першорядне значення.

Перехід до широкомасштабного застосування сучасних інформаційних систем в науці, освіті, виробництві і бізнесі вимагає принципово нового рівня

отримання і узагальнення знань, їх поширення та використання. Ці процеси можна характеризувати як зміну парадигми в професійному світогляді фахівців, пов'язану зі зростаючими тенденціями інтеграції інформаційної підтримки їх діяльності.

Застосування інформаційних технологій передбачає не тільки використання раніше відомих відомостей (бази даних), а й отримання нових (бази знань) за допомогою засобів вимірювання, обробки та управління. Провідними фахівцями запропоновано парадигму інформаційного забезпечення технологічних процесів сільськогосподарського виробництва.

Вона показує шляхи й підходи до створення засобів вимірювання для формування баз даних по об'єктах управління з одночасним використанням баз знань по цих об'єктах з метою розробки експертних систем і систем штучного інтелекту.

Такі системи дають можливість перейти до управління об'єктом (машина, ґрунт, рослина, тварина, соціально-економічні відносини та ін.) не за відхиленням одного або декількох параметрів від прийнятої норми, а відповідно до призначення об'єкта управління та обмеженнями, які накладаються екологічною обстановкою, характером робіт і впливом зовнішніх чинників, тобто взаємним впливом складових об'єкту. Дослідження показують, що в країні при скороченні застосування високо-інтенсивних технологій, буде розширюватися використання малоенергоємних, ресурсозберігаючих технологій, що забезпечують виробництво конкурентно-спроможної продукції.

При цьому потрібен глибокий аналіз усього різноманіття технологічних, технічних, сортових, породних, агрокліматичних, економічних, екологічних та інших особливостей, характерних для конкретної території. Слід зазначити, що створення будь-якого продукту передбачає повну сукупність фінансових, матеріальних і людських ресурсів.

І сьогодні в процесі виробництва все більш рельєфно виділяються обмеження не тільки ресурсного плану, а й екологічні, соціальні, регіональні, системні та ін. В процесі розробки засобів вимірювання і обробки інформації створюються інформаційні, морфологічні, функціональні та математичні моделі самих об'єктів, які розглядаються як джерела відомостей і об'єкти управління. Аналіз відомостей, які характеризують роботу машино-тракторного агрегату (МТА) і розвиток агроценозів, дозволяє згрупувати їх в певні потоки.

На основі даних по складовим МТА (двигун, трансмісія і сільгоспмашина) і агроценозів (корінь, стебло, листя, рослина, хвороби, бур'яни та шкідники) розроблено ряд інформаційних моделей. Дослідження показали структурну близькість їх складових та дозволили висловити гіпотезу про можливість єдиного переходу до формування класів станів об'єктів методами системології, а також про застосування єдиної інструментальної програмної оболонки для створення баз даних та інформаційних систем по об'єктах агропромислового комплексу [2].

Література

1. Ракович А. Г. Информационные процессы и технологии в проектировании средств технологического оснащения // В науч.-техн. сб. АН Белоруссии / Институт техн.

кибернетики /Под ред. Танаева В. С. и др. – Минск, 1995, с. 18 – 42.

2. Савченко О. Ф., Сарнов С. С., Боброва Т. Н. та ін. Розробка комп'ютерних баз даних для сільськогосподарського виробництва з використанням програмних інструментальних засобів // Інформаційні технології, вимірювальні системи та прилади в дослідженнях сільськогосподарських процесів. – Ч. 1. : Матеріали регіон. наук. -практ. конф. «АГРОІНФО – 2000». – Київ. – с. 162-171.

ІНТЕРАКТИВНИЙ ІНСТРУМЕНТ МАРКЕТИНГУ В QR-КОД СЕРЕДОВИЩІ

*Бабушко Сергій Валерійович, викладач спеціальних дисциплін,
спеціаліст першої категорії*

ВСП «Шевченківський фаховий коледж Уманського НУС»

*Шеремет Сергій Анатолійович, викладач спеціальних дисциплін,
спеціаліст вищої категорії*

ВСП «Шевченківський фаховий коледж Уманського НУС»

Інтерактивний маркетинг – це філософія маркетингу, яка забезпечує активну участь споживачів в маркетинговій кампанії. Розробки інформаційних технологій, що дозволяють легко і швидко взаємодіяти між споживачами і компаніями, стимулювали еволюцію інтерактивного маркетингу. Завдяки інтеграції інформаційних технологій в діяльність інтерактивного маркетингу, компанії належним чином обслуговують своїх клієнтів і успішно конкурують на ринку. Одна з нових технологій, яку можна використовувати в інтерактивній рекламі, – це QR-коди.

Мета роботи полягає в тому, щоб вивчити переваги використання QR-коду в інтерактивному маркетингу. Основними завданнями є визначення поняття QR-коду і сфер його використання, виявлення переваг інтерактивної реклами і роль QR-коду в маркетингових кампаніях.

QR-коди – це двовимірні штрих-коди, які були винайдені компанією DensoWave, дочірньою компанією Toyota, в 1994 році. Оскільки компанія DensoWave вирішила не використовувати свої патентні права, QR-код відкритий для громадськості. Це означає, що розробники можуть створювати нові різновиди QR-кодів і додатків для інтерпретації, а також обробки кодів [2].

QR-коди можуть бути використані в різних областях застосування. Деякі приклади їх використання перераховані нижче:

- для оплати квитків на поїзд або авіаквитки можна використовувати мобільні телефони і QR-коди;

- можна використовувати великомасштабні QR-коди на будівлях, щоб отримати інформацію про компанії, які працюють всередині будівлі;

- для перегляду телепрограм, записаних в QR-кодах, можна використовувати QR-коди для телепрограм;

- можна використовувати QR-коди на картах на автобусних станціях, щоб дізнатися час прибуття наступного автобуса;

- однією з областей застосування QR-кодів є реклама в маркетингу.

Більшість великих компаній в світі (наприклад, Starbucks, H&M (Hennes&Mauritz)) проводять кампанії, що містять QR-коди.

Інтерактивна реклама – це реклама, в якій споживач бере безпосередню участь.

Суть інтерактивної реклами полягає в тому, що вона не впливає на споживача, а взаємодіє з ним. Не застосовувати препарат інтерактивні можливості медіа в маркетингових комунікаціях було б занадто марнотратно. Тому на західних і європейських ринках їх стрімко освоюють не тільки передові бренди, але і цілком традиційні компанії.

QR-коди роблять різний вплив на описані раніше переваги інтерактивної реклами. QR-код користувача може виконувати покупки і платежі по мобільному і практично одночасно. Це дозволяє скоротити цикл продажів і позитивно впливає на ефективність реклами [1]. Наприклад, H & M включила QR-коди в свої рекламні оголошення і дала можливість своїм покупцям купувати товари за допомогою мобільних телефонів шляхом сканування кодів. Сканування направило споживачів на сайт компанії. Там споживачі могли вибирати розмір і колір одягу на рекламних оголошеннях та розміщувати свої замовлення. Витрати були віднесені на рахунки споживачів за стільниковий телефон.

Маркетологам потрібна хороша база даних клієнтів, щоб визначити потреби і побажання своїх клієнтів. Вони можуть використовувати QR-коди для надання посилань на конкретні веб-сайти, на яких за допомогою різних інструментів (наприклад, запитальників, голосування) збирається інформація про потреби і бажання клієнтів. Отримана інформація потім аналізується і використовується для визначення пропозицій для цільового клієнта.

QR-коди, пов'язані з веб-сайтами або електронною поштою, можуть вимагати реєстрації для доступу до веб-сайтів, для завантаження контенту, негайного стимулювання (наприклад, купон на знижку, зразки продуктів, безкоштовні завантаження, лотереї) або для доступу до коду, який дозволяє користувачам для доступу до конкретної інформації. Для реєстрації споживачів можуть попросити розкрити свої демографічні дані та особисту інформацію. Інформація, отримана таким способом, може бути використана для настройки продуктів відповідно до потреб споживачів, розробки нових продуктів / послуг або визначення цільових. Зрозуміло, що QR-коди вносять істотний внесок в отримання інформації про поведінку споживачів, демографії.

За допомогою сканування QR-кодів користувачі можуть бути перенаправлені на інтерактивні маркетингові матеріали, такі як відео, веб-сайти, оператори в реальному часі і т.д. Ці матеріали підтримують інтерактивне спілкування між маркетологами і споживачами і сприяють зниженню інформаційної асиметрії, забезпечують обмін інформацією та підтримку клієнтів.

QR-коди дозволяють в будь-який час і в будь-якому місці отримувати доступ до веб-сайтів компаній, які розроблені з урахуванням залучення споживачів до деяких бізнес-процесів (наприклад, поліпшення обслуговування) і з урахуванням задоволеності споживачів, що досягається за рахунок інтерактивного спілкування з використанням різних послуг і інструментів, які

використовуються на веб-сайтах. Тобто QR-коди побічно сприяють вищевказаним перевагам «участь» і «задоволеність клієнтів» [3].

Надаючи доступ до веб-сайтів, які можуть сформувати відповідні очікування щодо пропонованих продуктів, завдяки хорошій взаємодії між маркетологами і споживачами до покупки, QR-коди також можуть опосередковано сприяти зниженню рівня повертаються продуктів після покупки.

За допомогою QR-кодів можна також відстежувати маркетингові кампанії за допомогою спеціального програмного забезпечення, яке може визначати, які QR-коди скануються, кількість сканувань в день, час виконання цих сканувань, місце розташування кожного сканування). Ці показники дозволяють оцінити успішність маркетингової кампанії і можуть допомогти в розробці наступної кампанії.

Розвиток інформаційних і комунікаційних технологій призвело до того, що компанії стали все частіше використовувати нові технології в якості інтерактивного середовища для реклами і просування своїх продуктів або послуг. Одна з нових технологій, яку можна використовувати в якості інтерактивного носія, – це QR-коди. Крім їх загальновідомих переваг, таких як простота сканування, використання без ліцензії і безкоштовне використання, маркетологи можуть віддавати їм перевагу в якості рекламних носіїв, а також завдяки вищезгаданим ілюстрованим вкладами в розвиток переваг інтерактивної реклами.

Література

1. Virvilaitė R. & Belousova R. (2005). *Origin and Definition of Interactive Marketing. Engineering Economic*, 41(1), 67-73.
3. QR-код. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://wikipedia.org>.
3. Larkin J. (2010). *Marketing initiatives using QR codes. Beverage Industry*, September 74.

НЕВИДИМОЙ НИТЬЮ СВЯЗАНЫ: ПРОБЛЕМА ПРОДУКТИВНОСТИ И ВОВЛЕЧЕННОСТИ НА УДАЛЕНКЕ

*Наркевич Наталья Геннадьевна, студент 3 курса
специальности 1-26 02 02-05 «Международный менеджмент»
Экономического факультета БГУ*

*Научный руководитель: старший преподаватель Пожарицкий Егор Дмитриевич
кафедры Международного менеджмента экономического факультета БГУ*

2020 год прошел под флагом пандемии коронавируса и словом года «lockdown» по версии британского издательства Harper Collins. «Lockdown» – мера сдерживания, применяемая правительствами по всему миру для смягчения распространения COVID-19, а также введение жестких ограничений на поездки, социальное взаимодействие и доступ в общественные места. [1] Также в топе оказались понятия corona-virus («коронавирус»), key-worker («ключевой работник»), furlough («принудительный неоплачиваемый отпуск»), self-isolate («самоизолироваться») и distancing («дистанцирование»).

В один момент большинство компаний перевело своих сотрудников на дистанционную работу. Новую реальность нужно было просто принять и попытаться адаптироваться. О проблемах адаптации и эффективности работы на удаленке и пойдет речь в данной статье.

Аналізу подверглись такие критерии, как продуктивность, чувство безопасности, удобство, вовлеченность сотрудников. Статистика исследования Smart о вовлеченности сотрудников компаний в период дистанционной работы:

- 85% опрошенных сотрудников не чувствуют привязанности к месту работы
- 81% думают об уходе
- 33% чувствуют скуку от работы, так как хотят поскорее уйти из компании
- 37% сотрудников хотят получать больше внимания от своих менеджеров

Также множество известных и крупных компаний, такие как Microsoft, Google и Netflix отмечают снижение продуктивности и командного духа сотрудников из-за работы из дома.

Причины снижения вовлеченности в период дистанционной работы:

- Стресс
- Отсутствие личного контакта с коллегами
- Технические проблемы (неудобный интерфейс, плохой интернет)
- Потеря элементов корпоративной культуры

Действительно, работая или участь удаленно, теряется связь с компанией и чувство причастности. Решение рабочих вопросов дается труднее, а генерирование и обмен идеями не так эффективен онлайн.

С целью облегчить жизнь сотрудников на удаленке и при этом сохранить контроль за выполнением задач, были придуманы различные сервисы и приложения. Приведем пример самых популярных.

Из категории контроля эффективности сотрудника используют следующие сервисы:

- Timely – анализирует продуктивность и выводит отчеты
- CleverContol – дает информацию о времени проведенном за работой, а также в соцсетях, а также доступ к истории поиска сотрудника.

Социальную коммуникацию помогут улучшить:

- Houseparty – дает возможность устраивать мини-вечеринки, знакомиться или общаться в личных сообщениях.
- WID1 – ежедневные творческие задания и возможность делиться ими с другими пользователями помогают бороться с рутинной и отсутствием вдохновения.

С проблемой мотивации, работая из дома, призван помочь справиться сервис Bonusly – приложение, работающее по принципу балльной системы: в начале месяца каждый сотрудник получает определенное количество баллов, которое в процессе взаимодействия с коллегами (получить или дать совет, или любую другую помощь) можно увеличивать или уменьшать, а затем обменивать на приятные бонусы от компании: мини-отпуск, отгулы, подписка на какой-либо сервис и пр.

Таким образом, удаленная работа и новая реальность, которая коснулась

буквально кожного, подкидываєт новыє челленжи и условия, под которыє необходимо подстраиваться. К счастью, разработанные сервисы и приложения призваны бороться с потерей мотивации, вовлеченности и снижением продуктивности сотрудников, разбавлять рутинную жизнь и добавлять ярких эмоций.

Литература

1. Вертковская О. В. Вовлеченность персонала организации как актуальная задача современных компаний // *Journal of Economy and Business*. 2019. «4-2. С. 40-43
2. Вернер К. Диалектика мотивации и активности сотрудников в обеспечении экономической сущности компании // *Психологические науки*. 2019. №1(49). С. 1-7
3. <https://blog.smart.com/employee-engagement-8-statistics-you-need-to-know>
4. <https://trends.rbc.ru/trends/industry/5f1aaa269a79475327924a00>

ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ

Петренко Олег Вікторович, студентка 3 курсу

спеціальності 072 «Фінанси, банківська справа та страхування»

Львівський техніко-економічний коледж Національно Університету «Львівська Політехніка»

Науковий керівник: викладач Пасінович Ірина Ігорівна

Інформаційні технології є частиною сучасного життя не тільки людини, а й бізнес-процесів. Використання інформаційних технологій в управлінні підприємством здійснюється з метою ефективною та оперативною комп'ютерною обробки інформаційних ресурсів, зберігання великих обсягів економічно важливої інформації та передачі її на будь-які відстані в мінімальні терміни. Тобто основним завданням є оптимізація діяльності підприємства на основі застосування інформаційних технологій.

Інформаційна технологія (ІТ) – система методів і способів збору, передачі, накопичення, обробки, зберігання, подання і використання інформації. Інформаційні технології реалізуються в автоматизованому і традиційному (паперовому) видах. Обсяг автоматизації та тип і характер використання технічних засобів залежить від характеру конкретної технології.

Інформаційні технології на підприємствах існують у вигляді різноманітних інформаційних систем і інформаційних комплексів та використовуються в різних сегментах управлінської системи.

Так, наприклад, у сфері управління взаємовідносинами з партнерами і клієнтами використовуються CRM і SCM-технології. Вони зорієнтовані на: зростання продажів, зниження витрат, підвищення лояльності клієнтів і контрагентів, поліпшення якості обслуговування. В цілому ці програмні продукти підвищують конкурентоспроможність продукції підприємства.

У системі управління персоналом застосовують програмний продукт – HR, що сприяє ефективному використанню кадрових ресурсів. А в системі управління матеріальними ресурсами MRP-технологію, що сприяє раціональному накопичення та використання матеріальних ресурсів. Обидві системи підвищують операційну ефективність компаній і ресурсоефективність.

Підвищення ефективності господарської діяльності відбувається на основі застосування ERP, MIS і BI-технологій. Використання їх спричиняє: досягнення синергетичного ефекту; автоматизації та узгодження дії всіх відділів підприємства; успішної реалізації стратегічних програм; підвищення конкурентних переваг.

В управлінні бізнес-процесами та підвищенні ефективності економічної діяльності підприємства застосовуються інформаційні технології: BPR і ERP. Такі продукти сприяють координації інновацій, мінімізації ризиків, підвищенню масштабованості і гнучкості, зниженню витрат. В цілому, підвищують економічну безпеку підприємства.

Для захисту даних підприємства використовують IBM SpectrumProtect (TivoliStorageManager). Ця платформа дозволяє централізувати контроль і адміністрування резервного копіювання та відновлення даних, захищає дані організації від апаратних збоїв та інших помилок, зберігаючи резервні і архівні копії даних в автономних сховищах.

Таким чином, роль інформаційних технологій в управлінні підприємством безперечно велика. Використання сучасних програмних продуктів — шлях до ефективної діяльності підприємства та підвищення його конкурентоспроможності. Зазначена проблема вимагає подальших наукових досліджень.

Література

1. Гергенов А. С. *Информационные технологии в управлении: Учебное пособие*. Улан-Удэ: Изд-во ВСГТУ 2005. 72 с.

2. Каюченко А. В. *Информационные технологии управления предприятием как современный фактор конкурентоспособности предприятия. Креативная экономика*. № 10 (34), 2009. С. 71-76.

ІНФОГРАФІКА В ЕКОНОМІЦІ

*Молчанова Олена Євгенівна, студентка 3 курсу
спеціальності 071 «Облік та оподаткування»*

*Криворізького державного комерційно-економічного технікуму
Науковий керівник: викладач інформатики **Бела Лілія Петрівна***

Сучасна економіка є одним із найбільш важливих чинників країни, що не може існувати без інфографіки. Вона є важливою структурою, бо стрімко стала основним засобом донесення інформації за допомогою візуалізації. З нею набагато легше зрозуміти будь-який зміст економічного аналізу, або статистику експорту українських товарів (рис. 1).

Інфографіка – це візуальне представлення інформації або даних, створених за допомогою зображення і типографічних елементів, що дають змогу полегшити розуміння подій, дій чи будь-яких важливих аспектів і замінюють текстову інформацію.

Інфографіка поділяється на такі види:

- Статистична інфографіка.

- Інформаційна інфографіка.
- Хронологічна інфографіка.
- Процесуальна інфографіка.
- Географічна інфографіка.
- Порівняльна інфографіка.
- Ієрархічна інфографіка.
- Інфографіка зі списком.
- Інфографічне резюме.



Рисунок 1 – Приклади використання інфографіки економіці

Основні причини використання інфографіки в економіці:

- **Легко сприймається людиною.** Сприяти інформацію візуально набагато краще. Візуальна інформація завжди сприймається і запам'ятовується набагато краще, ніж текстовому або чисельному вигляді. А економічні дані це, зазвичай, цифри, статистика, факти
- **Ефективне подання інформації.** Структурування даних у форматі інфографіки – хороший спосіб «упакувати» максимально багато даних у компактному вигляді.
- **Потенціал розповсюдження.** Схильність аудиторії ділитися на своїх сторінках у соцмережах певними типами контенту.
- **Упізнаваність бренду.** Створення інфографіки, яка містить елементи фірмового стилю компанії – логотип, назву бренду, – це підвищує впізнаваність бренду.

- **Демонструє експертність.** Створення інфографіки не можна назвати легким, для цього потрібно віднайти інформацію, обробити, відсіяти зайве, гарно структурувати і оформити в красивому вигляді.

Для того, щоб створити інфографіку не обов'язково володіти навиками роботи в графічних редакторах, таких як AdobPhotoshop, CorelDraw та інші. Інфографіку можна створити власноруч за допомогою простих повсякденних інструментів, таких, як міліметрівка, олівці, маркери і лінійки. Можна використовувати звичні усім нам офісні програми, такі як Word і PowerPoint.

Тим не менш, сучасна інфографіка найчастіше створюються за допомогою комп'ютерних програм, інструментів, та спеціальних додатків що є набагато швидшим і простішим. Існує велика кількість онлайн-сервісів для створення інфографіки, в більшості англomовні. Безкоштовні сервіси для створення інфографіки та візуалізації даних: Piktochart, Venngage, Visual. ly, Easel. ly, GoogleCharts, Infogr. am, Canva та інші.

Інфографіка є ефективним способом для об'єднання в єдине ціле текстової інформації, цифрових даних, зображень і елементів дизайну для представлення економічних та статистичних даних. Вона допомагає легко сприймати інформацію, а завдяки цьому проводити її аналіз використовуючи критичне мислення. А це так необхідно в нашому сучасному світі, де потік інформації для сприймання людиною збільшується щодня.

Література

1. Кондратюк С. Ю. *Інфографіка як засіб візуалізації інформаційного процесу*. 2018. 36 с.
2. *Що таке інфографіка? Режим доступу: – <https://ua.venngage.com/blog/what-is-an-infographic/>*
3. *Важливі поради для створення інфографік та візуалізації даних. Режим доступу: – <https://euprostir.org.ua/practices/133543>*
4. *Які спеціальності найменш популярні серед абітурієнтів у 2020 році. Режим доступу: – https://education.24tv.ua/yaki-spetsialnosti-stali-naymensh-populyarnimi-novini-ukrayini_n1415405*
5. *Рік від підписання Асоціації – як змінилася економіка. Інфографіка. Режим доступу: https://ipress.ua/mainmedia/rik_vid_pidpysannya_asotsiatsii_yak_zminylasya_ekonomika_infografika_129395.html*

WIN32 / STUXNET ЯК ОДИН З НАЙНЕБЕЗПЕЧНИШИХ КОМП'ЮТЕРНИХ ВІРУСІВ

Козак Олексій, студент 1 курсу

Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Згідно енциклопедичним описами, комп'ютерним вірусом називається такий тип програм, які можуть самореплікуватися, тобто, створювати свої копії і поширюватися таким чином. Як правило, всі вони завдають будь-якої шкоди зараженій системі – знищують дані, підміняють або ушкоджують довільні файли, можуть викликати крах ОС або навіть зіпсувати апаратне забезпечення. А

найнеприємніше в тому, що за допомогою сучасного швидкісного Інтернету зловредів поширюються з неймовірною швидкістю.

Згідно з розрахунками, всього за одну годину вірус може дістатися до будь-якого куточка планети і вразити там безтурботну жертву.

«Win32/Stuxnet» був вперше виявлений 17 червня 2010 року Сергієм Уласенем, фахівцем з інформаційної безпеки з білоруської компанії «ВірусБлокАда». Відмітна риса «Win32/Stuxnet» полягає в тому, що хоч він і написаний для OS Windows, цей черв'як заражав не тільки призначені для користувача ПК, але і промислові автоматизовані системи. Даний вірус став справжньою сенсацією і породив масу питань, спровокувавши кілька скандалів на міжнародному рівні.

Win32/Stuxnet вмів виявляти і перехоплювати потоки даних між контроллерами Simatic S7 і робочими станціями SCADA-системи Simatic WinCC, розробленими компанією Siemens. І не просто зчитувати дані, а підміняти їх значення, тим самим вносячи спотворення в роботу автоматизованих систем. Вони застосовуються на виробництві, в аеропортах, на електростанціях і т.д. Вірус, по суті, призначений для диверсій і шпигунства, а при необхідності він легко руйнує заражену систему, віддаючи свідомо нездійсненні команди тих чи інших вузлів. По ряду ознак його зарахували до «бойового» шкідливому ПО, тобто, спеціально створеному в чийсь інтересах потужному зброї.

Найбільш популярна версія свідчить, що це справа рук спецслужб Ізраїлю, які за підтримки американських колег таким способом хотіли завдати удару по ядерній промисловості Ірану. Докази того лише непрямі, на кшталт слова «MYRTUS», нібито знайденого десь в надрах коду хробака. Або виявленої там же датою 9 травня 1979 року – день страти Хабіба Ельганяна, досить впливового іранського промисловця і єврея за національністю. Потім світ побачила книга «Протистояти і приховувати: таємні війни Обама і дивовижне використання американської сили», її автор Девід Сангер, журналіст з США. Він відкритим текстом написав про те, що розробка і запуск Win32/Stuxnet це частина американської державної засекреченої програми «Олімпійські ігри», спрямованої проти Ірану.

Обчислити вірус Win32/Stuxnet неймовірно важко, так як для маскуванню він використовує легальні цифрові сертифікати, випущені компаніями Realtek і JMicron. Крім того, зловредів використовує відразу 4 уразливості в ОС Windows, про три з яких дізналися лише після його виявлення. Четверта це більш-менш вивчена «zero-day», «zero-day», а поширюється вірус через flash-накопичувачі – один з найпоширеніших носіїв інформації в світі.

Справжні професіонали-вірусосписці не перевелися, але їх праця непросто помітити на тлі тієї юрби посередніх зловредів, які щодня наповнюють Інтернет. Раніше, все було куди цікавіше. Кожен новий вірус був твором мистецтва, впоратися з ним вважалося за честь, це була боротьба інтелектів. А сучасні вироби примітивні, знешкоджувати їх простіше простого, але от лихо – вірусів занадто багато. На жаль, створити якусь універсальну захист від усього відразу неможливо, а випускати «ліки» від кожного нового хробака або трояна з тією ж

швидкістю, з якою вони з'являються, розробники антивірусного ПЗ не в силах.

Слід розуміти, що раніше створенням вірусів займалися або хакери-ентузіасти з «любові до мистецтва» або досвідчені професіонали на замовлення великих клієнтів. А сьогодні шкідливе ПО чи не у відкриту продається в Мережі і потрапляє в руки звичайних шахраїв. Їх мета – обдурити якомога більше людей, всім силами виманити цінну інформацію, номери рахунків і паролі, змусити перевести на підставну особу хоч пару копійок. На крайній випадок можна просто розсилати спам та «заробляти» на цьому як посередник. Ніяких моральних принципів, лише жадова наживи і якщо не вийшло зараз, то завтра спроби тривають, але вже з новим вірусом.

Література

1. Мишин А. В. Поняття комп'ютерної вірусу. Шляхи проникнення вірусів: лекційне заняття. URL: http://om.net.ua/5/5_13/5_131653_ponyatie-kompyuternogovirusaputi-proniknoveniya-virusov.html. Bun. 1. Том 2. С. 89-93.

2. Ричка Д. О. Комп'ютерні віруси – шкідливі програмні засоби, рушійна сила модифікації. Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія : «Юридичні науки». Херсон, 2018. Вип. 1. Том 2. С. 89-93.

3. Компьютерный вирус. – Лаборатории Касперского [Цит. 2011 29 листопада]. Доступний з: <http://ru.kaspersky.org/faq/Компьютерный вирус>.

ВІБРОДІАГНОСТИКА ТЕХНІЧНОГО СТАНУ ПРОМИСЛОВОГО ОБЛАДНАННЯ

Голдши Марія, Студентка 4 курсу

спеціальності 133 «Галузеве машинобудування»

ВСП «Маріупольський фаховий коледж ДВНЗ «ПДТУ»

Науковий керівник: викладач II категорії Забеліна Наталія Вікторівна

ВСП «МФК ДВНЗ «ПДТУ»

Одним з пріоритетних напрямків аналізу технічного стану промислового обладнання, що включає аналіз роботи підшипників кочення і ковзання, з'єднувальних муфт і т.д. є вібродіагностика. Назаводі ПрАТ МК «Азовсталь» м. Маріуполя починаючи з 2012р працює підрозділ вібродіагностування. Будь-яке промислове обладнання, навіть перебуваючи в нормальному робочому стані, схильне до вібрації. При виникненні і розвитку дефекту, що спостерігається на елементі агрегату, змінюється вібраційна картина аналізу, відображується вогнище дефекту. При цьому змінюється як загальний рівень вібрації, так і амплітуда вібрації на певних частотах характерних для конкретного дефекту обладнання.

Необхідно розробити методику вібродіагностування агрегатів для попередження поломок та можливості збільшення ротообсможності агрегату. В якості характеристики загального рівня вібрації агрегату може бути використано середньоквадратичне значення віброускорення, віброшвидкості або вібропереміщення, які прямо пропорційні руйнівній силі обладнання.

Відповідно, по збільшенню середньоквадратичного значення вібрації

можна спрогнозувати і запобігти поломку обладнання своєчасним його відключенням. Однак після зупинки агрегату виявити причину і місце виникнення дефекту можливо тільки традиційним способом розібрати агрегат і візуально знайти елемент обладнання з дефектом. Це є основним обмеженням, як віброзахисту, так і віброконтролю. ЗаГОСТ-ом регламентується тільки середньоквадратичне значення віброшвидкості. Тому при побудові автоматизованих систем віброзахисту і віброконтролю використовується віброшвидкість

Необхідно створити методику перевірки працездатності окремих вузлів агрегатів на базі віброаналізатора СД-21. Автоматизована система вібродіагностики є найбільш розвиненим і складним методом моніторингу та діагностики дефектів промислового обладнання по його вібрації. В основі такої системи лежить одночасний аналіз тимчасових сигналів і спектрів вібрації. Аналіз проводиться в автоматичному режимі на підставі вимірювань записаних, як правило один раз на добу і зберігаються в базі даних.

Нами було проведено вібродіагностику насосного обладнання на прикладі насоса НКУ-630/80 номер 1605 конвертерного цеху за допомогою віброаналізатора СД-21. СД-21-нова платформа двоканальних аналізаторів ВАСТ.

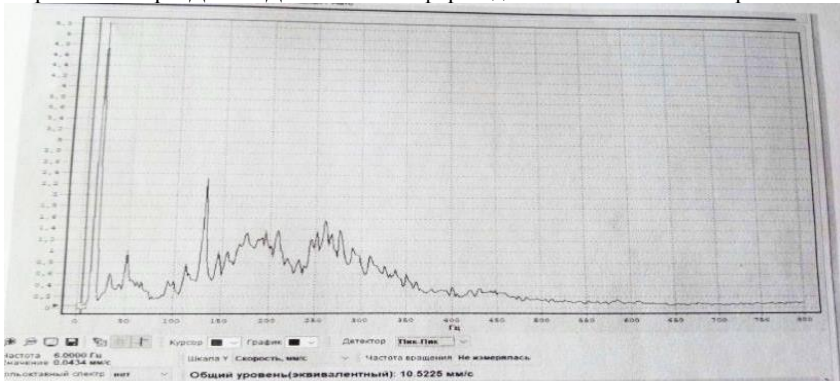


Рисунок 1 – Графік вібродіагностики насоса

Нова платформа віброаналізатора традиційно підтримує можливість розширення функцій і модернізації приладів шляхом оновлення програмного забезпечення. СД-21 відповідає всім вимогам міжнародних стандартів ІСО 10816. В даний віброаналізатор вбудована програмний комплекс DreamE. Завдяки датчикам перевіряються окремі вузли агрегату у 2-3 площинах. Провівши вібродіагностику окремих вузлів було складено графік з послідовним зростання контролю роботи агрегату.

Протягом місяця контроль проводився починаючи з одного разу на добу та закінчився трьох разовою перевіркою на добу на при кінці місяця. Перевірки проводяться при роботі агрегату без його зупинки. Після аналізу даних можна зробити висновок, що по закінченню терміну служби підшипників на насосі

НКУ-630/80, без планової за графіком заміни, вони змогли пропрацювати ще на 15% довше встановленого часу без впливу на працездатність агрегату.

Вібродіагностика дозволяє своєчасно виявити серйозні проблеми протягом всієї експлуатації обладнання та вирішити їх без серйозних поломок, а також дозволяє продовжити працездатність окремих вузлів агрегату на 15-20%. За рахунок цього знижуються витрати на позапланові ремонти і продовжується термін служби виробничих агрегатів.

Література

1. Барков А. В. *Мониторинг и диагностика роторных машин по вибрации: Учеб. пособие* / Барков А. В., Баркова Н. А., Азовцев А. Ю. – СПб., 2000. – 158 с.

Наукове видання

**„МОЛОДІЖНА НАУКА У КОНТЕКСТІ СУСПІЛЬНО-
ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ КРАЇНИ”**

*IV Міжнародна учнівсько-студентська конференція
15 грудня 2020 р.*

(укр., рос., англ., нім., польс. мови)

Відповідальний за випуск:
Сукач Олена Миколаївна,
декан факультету економіки і менеджменту
Східноєвропейського університету імені Рауфа Аблязова

Затверджено 20.12.2020. Формат 60x90/16.
Гарнітура Times New Roman. Ум.-друк. арк. 26,4.
Зам. No 16–54.

*Східноєвропейський університет імені Рауфа Аблязова
18036, м. Черкаси, вул. Нечуя-Левицького, 16.*